

Može li 2, 5 dimenzionalni mjuzikl zamijeniti mange i anime?

Ronta, Romana

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:833775>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-22**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Filozofski fakultet

ROMANA RONTA

MOŽE LI 2, 5 DIMENZIONALNI MJUZIKL ZAMIJENITI MANGE I ANIME?

Diplomski rad

Pula, rujan, 2024.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Filozofski fakultet

ROMANA RONTA

MOŽE LI 2, 5 DIMENZIONALNI MJUZIKL ZAMIJENITI MANGE I ANIME?

Diplomski rad

JMBAG: 0303086354, redoviti student

Studijski smjer: Japanologija

Predmet: Japanska animirana kinematografija 1

Znanstveno područje: Humanističke znanosti

Znanstveno polje: Filologija

Znanstvena grana: Japanologija

Mentorica: doc. dr. sc. Roberta Matković

Sumentorica: doc. dr. Klara Hrvatin

Pula, rujan, 2024.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani _____, kandidat za magistra _____ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student _____

U Puli, _____, _____ godine



IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, _____ dajem odobrenje Sveučilištu
Jurja Dobrile

u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom

_____ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, _____ (datum)

Potpis _____

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. MANGA.....	3
3. ANIME.....	6
4. 2, 5 DIMENZIONALNI MJUZIKL.....	8
5. OTAKU.....	10
6. COSPLAY.....	12
7. MINI ANKETA O PERCEPCIJI ANIMEA, MANGI I 2, 5 D MJUZIKLA.....	14
8. METODOLOGIJA I INSTRUMENT ISTRAŽIVANJA.....	14
9. ANKETA ZA HRVATSKE STUDENTE.....	15
10. ANKETA ZA JAPANSKE STUDENTE.....	29
11. SLIČNOSTI I RAZLIKE HRVATSKIH I JAPANSKIH SUDIONIKA ANKETE.....	35
12. REZULTATI ANKETE I ZAKLJUČAK ISTRAŽIVANJA.....	38
13. ZAŠTO JE KAZALIŠTE DOBRO ZA DJECU I MLADE.....	41
14. KAKO UKLOPITI 2, 5D MJUZIKL U SVAKODNEVNI ŽIVOT JAPANACA.....	43
15. KAKO PRIBLIŽITI MLADIMA HRVATSKE 2, 5D MJUZIKL.....	44
16. ZAKLJUČAK.....	47
17. BIBLIOGRAFIJA.....	48
Sažetak.....	53
Abstract.....	54
概要.....	55

1. UVOD

Budući da su mange i animei u današnje vrijeme jako popularni, mnogi ne znaju da se oni pojavljuju i u drugom obliku. Drugi oblik se odnosi na to da je isto djelo mange ili animea preneseno u kazalište gdje crtane likove zamjenjuju pravi glumci. Manga, forma koja je prvotno stvorena, dosegla je razinu popularnosti koja se teško sustiže. Nakon mange došao je anime koji je također postigao veliku popularnost, a na kraju 2, 5 dimenzionalni mjuzikli, kao najnovija vrsta, rastu i postaju sve popularniji, pa premda je riječ o kulturnome fenomenu koji je ograničen na malobrojnu populaciju ljuibitelja mange i animea, postavlja se pitanje o percepciji 2, 5 dimezionalnog mjuzikla među mladima, kao i možemo li 2, 5 dimenzionalnim mjuziklom povećati interes mladih za kazalište. U suradnji s kolegicom Mayu Koike (小池真由), koja je u trenutku istraživanja bila studentica Sveučilišta Senshu u Japanu (専修大学), provela sam istraživanje o interesu mladih. Anketa na hrvatskom i japanskom jeziku propituje interes studenata vezano za mangu, anime i 2, 5 dimenzionalni mjuzikl.

Struktura rada je sljedeća: nakon kratkog uvoda u temu i sadržaj, prvo ću predstaviti i definirati mangu, anime i 2, 5 dimenzionalni mjuzikl, kako su nastali, neka bitna obilježja i kakvu oni ulogu imaju u svijetu danas. Potom ću predstaviti istraživanje i detaljno prikazati anketu koja je provedena. Ovaj diplomski rad usredotočen je na hrvatsku mladu populaciju. Detaljno ću predstaviti pitanja i odgovore hrvatske ankete, ali ću također posvetiti pažnju i japanskoj anketi i odgovorima kako bi se pokazale sličnosti i razlike među te dvije populacije. Na kraju diplomskog rada prikazat ću svoje zaključke o potencijalima 2, 5 dimenzionalnog mjuzikla u poticanju interesa djece i mladih za kazalište.

Što se tiče dosadašnjih istraživanja na ovu temu, na hrvatskom jeziku ima jako malo radova vezanih za anime i mange, a o 2, 5 dimenzionalnim mjuziklima gotovo da ni nema. Jedan od hrvatskih radova ispituje motivaciju hrvatskih ljubitelja animea za učenje japanskog jezika i kulture (Rončević, 2021). Također, postoji rad koji ispituje diskurse sadržane u popularnoj geopolitici japanskih anime serijala (Zorko i Mostarac, 2014) i rad koji analizira ženske likove u animiranom filmu *Magnetna ruža* (彼女の想いで, dosl. prijevod: Njezine misli) Kōjija Morimotoa (森本晃司) (Paulus, 2022). Na engleskom i japanskom jeziku postoji više radova vezanih za 2, 5 dimenzionalni mjuzikl,

ali oni većinom govore o samom 2, 5 dimenzionalnom mjuziklu, prikazuju analize adaptacija 2, 5 dimenzionalnog mjuzikla i ispituju kako 2, 5 dimenzionalni mjuzikl utječe na određeni krug obožavatelja. Neki takvi radovi su: *Idolized Popular Performance: Musical The Prince of Tennis and Japanese 2.5 - Dimensional Theatre* autorice Zihui Lu, *Emerging "2.5-dimensional" Culture: Character-oriented Cultural Practices and "Community of Preferences" as a New Fandom in Japan and Beyond* autorice Akiko Sugawa-Shimade (須川亜紀子) i dr.

2. MANGA

Mnogi su autori intuitivno povezali medij „strip“ s jezikom, a ista analogija vrijedi i za mangu¹. Proslavljeni „bog mange“ Osamu Tezuka (手塚 治虫) komentirao je svoj proces izjavom: „ne smatram ih slikama...u stvarnosti ja ne crtam, ja pišem priču s jedinstvenom vrstom simbola“ (Cohn, 2009:2)². Jedan od prvih Amerikanaca koji je pisao o mangi, Frederik Schodt, ponavlja ovo, komentirajući da „mange su samo drugi „jezik“, a ploče i stranice samo su druga vrsta „riječi“ koje se pridržavaju jedinstvene gramatike“ (Cohn, 2009:2)³. Manga je žanr fikcije u rangu s romanima i filmovima, ali njezina jedinstvena metoda izražavanja može se smatrati medijem za prenošenje informacija. Općenito se smatra da manga kao medij donosi lakoću razumijevanja. Manga je metoda izražavanja koja se nalazi između konceptualnog izražavanja riječima i izražavanja koje reproducira stvarnost kao što su fotografije (Sasamoto, 1998:70). Manga se razlikuje od stripova zapadnog stila na nekoliko istaknutih načina. Eijiro Shimada (島田 英二郎) iz Kodanshe tvrdi da je „glavna razlika između mange i stripa to što se manga fokusira na jednog glavnog lika. Čitatelj slijedi stope tog lika i sve vidi njegovim očima“ (Johnson-Woods, 2010:5)⁴. Najočitija vizualna značajka je da manga oponaša azijsku orijentaciju čitanja; to jest, mange se čitaju odostraga prema naprijed i zdesna nalijevo. Sljedeća najočitija razlika je da su uglavnom prikazani u crno-bijeloj tehnici, bez hiperkoloriranja zapadnjačkih stripova (Johnson-Woods, 2010:5). Za razliku od stripova, u mangama se vidi znatno veće korištenje onomatopeje. Za onomatopeju se kaže da je jedna od karakteristika koja razlikuje japansku mangu od ostalih vrsta stripova. Naravno, to ne znači da se onomatopeja ne pojavljuje u zapadnim stripovima. Međutim, za razliku od umetanja onomatopeje u zapadnjačke stripove, gdje se daje uglavnom kao dodatak u određenoj ćeliji, onomatopeja u mangama često je predstavljena visoko stiliziranim fontom i kao dio

¹ Manga (jap. 漫画) (Online riječnik Jisho) Dostupno na: <https://jisho.org/search/manga>

² „I don't consider them pictures... in reality I'm not drawing, I'm writing a story with a unique type of symbol“ (Cohn, Japanese visual language: The structure of manga, 2009, str. 2; sve citate na stranom jeziku prevela je, autorica)

³ „Manga are merely another 'language,' and the panels and pages are but another type of 'words' adhering to a unique grammar“ (Cohn, Japanese visual language: The structure of manga, 2009, str. 2)

⁴ „The main difference between manga and comics is that manga focuses on one main character. The reader follows in the footsteps of that character and sees everything through the character's eyes“ (Johnson-Woods, Manga: An anthology of global and cultural perspectives, 2010, str. 5)

estetike (Sasamoto, 2019:153). Ryōko Sasamoto (笹本 涼子) u svojoj knjizi *Onomatopoeia and Relevance* spominje knjigu Frederika Schodta (Manga! Manga!: The World of Japanese Comics, 1983) koji također opisuje razliku između onomatopeje u mangi i stripu, u smislu broja i raznolikosti izraza. Prema Schodtu (1983., 23), onomatopeja u američkom stripu, usprkos svojoj dugoj tradiciji, ograničena je na opisivanje „eksplozija (BAROOM!), udaranja šakama u čeljusti (POW!) i mitraljeza koji pucaju na komuniste (BUDABUDABUDA)⁵, dok se japanska manga koristi širim rasponom onomatopejskih izraza, počevši od mljackanja rezanaca, vrste kiše, paljenja upaljača, pa čak i tišine (Sasamoto, 2019:154). Sasamoto također spominje kako je onomatopeja i verbalna (lingvistička) i neverbalna (estetska ili dio slike). Ovo sugerira da onomatopeja u mangama osim što sadrži i elemente prikazivanja i govorenja kao onomatopejske izraze, sadrži i dodatne vizualne elemente putem svoje vizualne reprezentacije. To jest, onomatopeja u mangama dodaje još jedan sloj značenja putem svoje vizualne reprezentacije, kao što su font, veličina i nagib, što pruža daljnje izravne dokaze za pripočavanje namjeravane interpretacije, uz aspekt prikazivanja (Sasamoto, 2019:162). Pojmovi kao što su shōnen⁶ i shōjo⁷ postaju sve popularniji među tinejdžerima. Shōjo⁸ manga se često suprotstavlja shōnen⁹ mangi; hrabrost, ustrajnost i akcija općenito se smatraju tipičnim temama shōnen mange, dok se za shōjo mange smatra da „više naglašavaju pasivniji, unutarnji svijet snova i razmišljanja o ljudskim odnosima“ (Aoyama, et al. 2024:3)¹⁰.

Prema istraživaču mange Isao Shimizu (清水勲), riječ „manga“ je već korištena u *Hokusai Mangi* (北斎漫画) Katsushike Hokusaija (葛飾北斎) objavljenoj u razdoblju Edo (江戸), ali riječ „manga“ u razdoblju Edo značila je „slika“. Imala je snažno značenje „nacrtanog eseja“. Nadalje, riječ „manga“ korištena je u značenju sličnom

⁵ „Explosions (BAROOM!), fists impacting on jaws (POW!), and machine guns zapping away at Commies (BUDABUDABUDA)“ (Schodt, F. L., Manga! Manga! The World of Japanese Comics, 1983, 23)

⁶ Shōnen (jap. 少年) – dječak (Online rječnik Jisho). Dostupno na: <https://jisho.org/search/少年>

⁷ Shōjo (jap. 少女) - djevojka; djevojčice u dobi od 7 do 17 godina; ženska osoba u dobi od 17 do 20 godina (Online rječnik Jisho). Dostupno na: <https://jisho.org/search/少女>

⁸ Shōjo manga – manga usmjerena na žensku publiku

⁹ Shōnen manga – manga usmjerena na mušku publiku

¹⁰ „Stress a more passive, inner world of dreams and endless musings about human relationships“ (Aoyama, et al., Shōjo Manga: Past, Present, and Future—An Introduction, 2024, str. 3)

današnjem u Ippyō Imaizumijevoj (今泉一瓢) *Ippyō Manga Collection: First Volume* (一瓢漫画集・初篇), objavljenoj 1898., a po prvi put u toj knjizi, „manga“ je korištena na engleskom kao „caricature“ (hrv. „karikatura“). Prije toga su se koristile riječi „Ponchi“ (ポンチ) i „Toba-e“ (鳥羽絵), no kako se u razdoblju Taisho (大正) povećavao broj ljudi koji su crtali mangu kao profesiju, riječ „manga“ postupno je postala raširena, a do ranog razdoblja Showa (昭和), riječ „manga“ koristila se u svakodnevnom jeziku. „Toba-e“ je riječ izvorno preuzeta od Toba Sōjō Kakuyū (鳥羽僧正覚猷), japanskog slikara za kojeg se kaže da je autor *Chōjū Jinbutsu Giga* (鳥獸人物戯画). Izraz pokreta i pretjerivanja izražen je jednostavnim linijskim crtežima i rečeno je da slični mangi. Sredinom razdoblja Edo objavljeno je nekoliko knjiga „Toba-e“ koje su bile popularne među ljudima tog vremena. Nakon toga, otprilike do Taisho ere, riječ „Toba-e“ koristila se kao riječ slična modernoj riječi „manga“. Riječ „Ponchi“ izvedena je iz časopisa *Eshibun Nipponchi* (絵新聞・日ポン地), koji je nastao po uzoru na *Japan Punch* (ジャパン・パンチ), koji je u Japanu izdavao Wagman, Englez koji je došao u Japan krajem Edo razdoblja. *Japan Punch* je dobio ime po britanskom humorističkom časopisu *PUNCH*, a to je ime lutke čiji su pokreti nasmijavali ljude. Nakon toga, šaljivi i alegorijski izrazi postali su popularni, kao što je objavljivanje *Dandan Chinbuna* (団々珍聞), koje je inspirirao *Japan Punch* (Michizaki, 2023:44).

3. ANIME

Anime¹¹ se emitiraju na japanskoj televiziji u svako doba dana. Sadržaj može uključivati prostački humor ili teološke spekulacije ili zastrašujuću pornografiju - ili sve troje odjednom. Njihova vizualna kvaliteta može biti amaterska poput South Parka ili na vrhuncu računalno generiranih slika. Zahvaljujući kabelskoj televiziji i videokasetama te posebice internetu, broj njihovih obožavatelja diljem svijeta posljednjih je godina porastao, a i dalje raste. Ljudi izvan Japana ih gledaju, a da toga nisu ni svjesni. To su japanski crtici (točnije, anime, što jednostavno znači „animacija“). Potrebno je naglasiti da Japanci ne smatraju anime kao medij koji je „samo za djecu“. Zasiurno postoje crtani filmovi namijenjeni maloljetničkoj publici, a oni se često prenose na zapadnu televiziju sa samo manjim adaptacijama. Japanski animatori, međutim, također su koristili animaciju za istraživanje širih tema: ljubavi i smrti, rata i mira, povijesne prošlosti i daleke budućnosti (Patrick, 2014:7).

Najraniji komercijalni animirani radovi bili su kratki radovi koji su se prikazivali u kinima uz glavni igrani film. Najraniji od njih bio je Imokawa Mukuzo genkanban no maki (芋川椋三玄関番の巻, Mukuzo Imokawa, Vratar) Ōtena Shimokawe (下川凹天), objavljen 1917. godine. Tek 1945. godine Japanci su imali dugometražni animirani film, Momotaro umi no shinpei (桃太郎 海の神兵, Momotarovi božanski morski ratnici). To je većim dijelom financirala Carska mornarica za unutarne propagandne svrhe, uglavnom za podizanje duha japanske djece. U poslijeratnom razdoblju industrija animacije, poput filmske industrije i japanskog društva u cjelini, borila se da ponovno stane na noge (MacWilliams, 2014:49).

Cristina Massaccesi u svojoj analizi knjige *Anime: A Critical Introduction*, Rayne Denison govori o poglavlju broj 4 iz knjige. Poglavlje *Rane povijesti animea: Japan i Amerika* počinje pregledom japanske animacije prije animea, a zatim nastavlja s utvrđivanjem ključne uloge televizije u stvaranju komercijalne kulture, uglavnom, ali ne isključivo, usmjerene na dječju publiku, unutar koje bi anime mogao napredovati i širiti se. Kreativna iskustva Tōei Dōge (東映動画) (kasnije preimenovanog u Tōei Animation) i Osamua Tezuke (手塚治虫) tretiraju se kao ključni trenuci u industrijskoj

¹¹ Anime (jap. アニメ) (Online riječnik Jisho) Dostupno na: <https://jisho.org/search/anime>

povijesti animacije u Japanu. Rani televizijski animei počeli su kružiti Amerikom i ta ekspanzija izazvala je strahove oko japanskog izvoza animiranog filma koji se često smatrao neprikladnim za „američku koncepciju morala i sadržaja prilagođenog djeci“ (Massaccesi, 2019:261)¹². Kako bi se odgovorilo na te zabrinutosti, anime je često izrezan i preslikavan te kružio u visoko amerikaniziranim verzijama koje su zanemarivale bitne aspekte izvornika tako što su, među mnogim praksama, spajale različite emisije i umetale potpuno različite zvučne zapise (Massaccesi, 2019:261).

Unatoč činjenici da mnogi mladi učenici diljem svijeta uče japanski, čini se da imaju velike probleme u motiviranju za učenje. Za daljnji razvoj obrazovanja japanskog jezika u cijelom svijetu, kako potaknuti motivaciju za učenje ovih mladih učenika iznimno je važno pitanje. Kako bi odgovorio na gornja pitanja, istraživač Yazaki Mitsuo (矢崎満夫) je predložio učinkovitu upotrebu japanskih animea za mlade učenike. Anime, reprezentativna japanska pop kultura, savršen je izvor motivacije za malu djecu da uče japanski. Osim toga, animacija, koja je bogata pričom i likovima, a uključuje pokretne slike i zvukove, nije samo motivacijski alat, već može biti i atraktivan materijal za učenje japanskog. Yazaki navodi: „može se očekivati da će japanski anime biti izvrstan motivator za mlade ljude da uče japanski“ (Yazaki 2011:57)¹³.

Japanski anime nije samo dinamičan i utjecajan zbog svojih priča, likova i tema, već i zbog svojih svrhovitih izbora u glazbi. Od prvog animea Astro Boy (鉄腕アトム, Mighty Atom) i kroz filmove kao što je Akira (アキラ), japanske animacijske kompanije kombiniraju svoju povijest iz prošlog stoljeća s modernom ili „vesterniziranom“ glazbom. Za razliku od crtanih filmova u produkciji Disneya ili Pixara, japanski anime ne koristi glazbu za oponašanje radnji na ekranu; umjesto toga, glazba pojačava i produbljuje zaplet i emocije. Ovaj se koncept prakticira u igranim filmovima uživo, a iako se anime sastoji od crtanih i računalno generiranih crtanih filmova, japanski redatelji i animatori svojim dramatičnim izborom glazbe stvaraju „filmsko“ iskustvo. Na primjer, Death Note

¹² „US conceptions of morality and child-friendly content“ (Massaccesi, Anime: A Critical Introduction, by Rayna Denison, 2019, str. 261)

¹³ 「日本のアニメは年少者の日本語学習における大きな動機づけとして期待できるが、従来の利用法はアニメに表出する文型や日本文化のインプットが中心となっており、年少者の実態を考えると新たな方法論を模索する必要がある」(Yazaki, Development of "Anime-de Nihongo" Japanese Learning Activities with Anime : Examples from the Classes for Young JAL Learners, 2011, str. 57)

(デスノート), Neon Genesis Evangelion (新世紀エヴァンゲリオン) i Cowboy Bebop (カウボーイビバップ) koriste različite glazbene žanrove, kao što su sakralna klasična glazba, zapadnjačka klasična glazba, jazz, hip-hop i J-pop, kako bi izazvali emocije i pojačali dramu (Jurkiewicz, 2019: 3-4).

4. 2, 5 DIMENZIONALNI MJUZIKL

Posljednjih godina nižu se jedna za drugom scenske produkcije nazvane „2, 5 dimenzionalni mjuzikli“¹⁴ ili u skraćenom obliku „2, 5 D mjuzikl“. Sudeći po nazivu, može se smatrati potkategorijom „mjuzikla“ pa se može reći da igra ulogu u dugotrajnom procvatu mjuzikla u modernom japanskom kazalištu. Međutim, čini se da je izraz „2, 5 dimenzionalni“ ušao u optjecaj tek nedavno, a oko tog koncepta postoje mnoge nejasnoće. Nadalje, nije lako odrediti treba li ih prepoznati kao zaseban žanr od konvencionalnih „mjuzikala“ ili se sva djela mogu nazvati mjuziklima u pravom smislu riječi. Kao odgovor na ovaj trend pojavili su se pokušaji da se ovaj fenomen u medijima prouči i analizira iz raznih kutova (Suzuki 2017:1).

2, 5 D kazalište započinje u Japanu tijekom 1970-ih kada su adaptacije animea u kazališne predstave i mjuzikle počele dovoditi 2D sadržaj u stvarnost. Predstava je dramsko djelo koje se uglavnom sastoji od dijaloga između likova i namijenjeno je kazališnoj izvedbi, dok mjuzikl dodaje pjevačku i plesnu komponentu. Te su kazališne predstave i mjuzikli popularna zabava u Japanu (Pham 2021:1). Počevši od 2000-ih, novi oblik izvedbene umjetnosti, naime 2, 5 D mjuzikl, privlači ljubitelje japanske popularne kulture unutar i izvan Japana. Jednostavno rečeno, 2, 5 D mjuzikl je kazališna predstava koja prikazuje adaptacije priča iz djela iz različitih oblika popularne kulture. Izraz „2, 5 D“ proizašao je od obožavatelja japanske popularne kulture, koji ga vide kao oblik umjetnosti koji im omogućuje da svoju 2-dimenzionalnu omiljenu popularnu kulturu vide u obliku „stvarnog“ kazališta (3-dimenzionalno). 2, 5 D glazbeni žanr stekao je popularnost 2003. nakon adaptacije vrlo popularne mange *Prince of*

¹⁴ 2, 5 dimenzionalni mjuzikl (jap. 2.5 次元ミュージカル) (Online riječnik Jisho) Dostupno na: [https://jisho.org/search/2.5 次元ミュージカル](https://jisho.org/search/2.5%20次元ミュージカル)

*Tennis*¹⁵ u glazbeno-scensku izvedbu, koja je izvedena u prestižnom Tokyo Metropolitan Theatreu (東京芸術劇場) (Putri; Pratama 2019:2).

2, 5 D kazalište nejasno je definirano kao kazališna izvedba adaptirana iz mange, animea i videoigara, a u Japanu postaje sve popularnije od novog tisućljeća. Unatoč popularnosti 2, 5 D kazališta od ranih 2000-ih, široko rasprostranjena upotreba pojma „2, 5 D kazalište/mjuzikl“ pojavila se mnogo kasnije. U studenom 2010. časopis *Otome Continue* (オトメ コンティニュー, Otome Kontinyū) objavio je poseban svezak pod naslovom *2.5D Backstage* (2.5D バックステージ, 2.5 Jigen Bakkustēji), koji je uključivao intervju s glumcima mjuzikala *Nintama Rantarō* (忍たま乱太郎) (2010.-danas), *Prince of Tennis* (テニスの王子様) (2003.-danas), i *Hakuōki* (薄桜鬼) (2010.-danas).

Ovo je vjerojatno prvi put da je 2, 5 D kazalište predstavljeno kao žanr u časopisima. Unatoč ekonomskom uspjehu, o 2, 5 D kazalištu rijetko se raspravlja u akademskoj zajednici. Ograničen broj istraživačkih članaka o 2, 5 D kazalištu objavljen je na japanskom, a većina njih govori o kazalištu kao kulturnom proizvodu. Treba napomenuti da, iako ti članci nisu dali eksplicitnu definiciju 2, 5 D kazališta, slučajevi koji se u njima spominju su ili Tenimyu ili produkcije inspirirane Tenimyuom. Većina povezanih članaka objavljena je u vodećim književnim i umjetničkim časopisima kao što su *Yuriika* (ユリイカ) i *Bijutsu Techō* (美術手帖), te zabavnim časopisima kao što je *Omoshii* (オモシイ). U posebnom izdanju *Yuriikae*, „2.5-Dimension“ (2.5 jigen), i posebnom izdanju *Bijutsu Techō*, „2.5 Dimensional Culture“ (jap. 2.5 次元文化, 2.5 jigen bunka), 2, 5 D kazališni znanstvenici i kritičari razgovarali su o likovima (Futoshi, 2015; sezu, 2015; Tsutsui, 2015), ontologiji ovog kazališta (Sugawa, 2014;2015) i njegov odnos s izvornim djelima (Iwashita, 2016). Ovi znanstvenici priznaju 2, 5 D kazalište kao scensku izvedbu (jap. 舞台, butai) koja se razlikuje od cosplaya, koncerata glasovnih glumaca, modela figura i drugih višedimenzionalnih proizvoda

¹⁵ Prince of Tennis (テニスの王子様, Myūjīkaru tenisu no ōji sama, obično se kratko naziva Tenimyu ili Tennimu)

izvedenih iz medijskog miksa — međumedijskog modela objavljivanja i potrošnje narativa koji je sličan medijima konvergencija. Međutim, glavni naglasci ovih članaka bili su ograničeni na važnost likova i vjernost 2, 5 D kazališta (Zihui, 2019:15-18). Neki od poznatih adaptacija animea u 2, 5 D mjuzikle su: Sailor Moon (美少女戦士セーラームーン), Haikyuu (ハイキュー!!), Naruto (ナルト), My Hero Academia (僕のヒーローアカデミア), Hunter X Hunter (ハンター×ハンター) itd.

5. OTAKU

Otaku i *cosplay* su jedne od najvećih vodećih subkultura manga, anime i video igara. Ova dva pojma su relativno povezana, jer neki *otakui* sudjeluju u *cosplayu*, a neki ljuditelji *cosplaya* sebe smatraju *otakuom*. Budući da je razumijevanje pojmova *otaku* i *cosplay* važno za tumačenje 2, 5 dimenzionalnog, u idućih par stranica objasniti će se i prikazati neka bitna obilježja ovih dvaju pojmova.

Kada su se prvi put pojavili mladi zvani *otaku*, javnost je bila vrlo iznenađena, iako su danas u potpunosti normalna i prihvaćena pojava. Štoviše, ova se riječ sada izvozi u inozemstvo (Osawa, 2017:26). *Otaku* su obično muškarci, uglavnom između 18 i 40 godina, koji fanatično konzumiraju, proizvode i skupljaju stripove (mange), animirane filmove (anime) i druge proizvode povezane s ovim oblicima popularne vizualne kulture i koji sudjeluju u proizvodnji i prodaji derivata obožavateljske robe. Iako je ova subkultura započela kao podzemna mreža štreberskih društvenih izopćenika, postala je glavna gospodarska sila. Globalno gledano, *otaku* kultura je iznjedrila veliki broj sljedbenika i snažno utjecala na popularnu kulturu ne samo u Japanu nego i diljem Azije, Sjedinjenih Država i Europe. *Otaku* objašnjava kako je ovaj kulturni fenomen u nastajanju postao žarišna točka za razumijevanje i japanskog društva i postmodernog svijeta (Azuma, 2009:15).

*Otaku*¹⁶ dolazi od termina za tuđu kuću ili obitelj, a doslovan prijevod je „Vaša kuća“¹⁷. Općenito je, također, vrlo pristojan (distanciran i nenametljiv) način da se kaže „Vi“. (Eng, 2002:8) Suvremena uporaba riječi *otaku* potječe iz eseja pod naslovom „A Study of Otaku (「おたく」の研究) koji se pojavio u izdanju *Manga Burikko* (漫画ブリ

¹⁶ Otaku (jap. おたく, オタク) (Online riječnik Jisho). Dostupno na: <https://jisho.org/search/otaku>

¹⁷ Vaša kuća- otaku (jap. お宅) (Online riječnik Jisho). Dostupno na: <https://jisho.org/search/otaku>

ツコ), erotskog manga časopisa, u lipnju 1983. Nakamori Akio (中森 明夫), koji je u to vrijeme tek počinjao, napisao je esej. Izraz koji je skovao Nakamori, *otaku*, preuzet je od zamjenice u drugom licu koju su obožavatelji animea tada koristili u međusobnim razgovorima. Obično dječaci i djevojčice u adolescenciji koriste riječi *kimi*¹⁸ ili *omae*¹⁹ kako bi jedni druge nazivali – „ti“, ali obožavatelji animea preuzeli su *otaku* koji zvuči neobično elegantno. Izraz *otaku*, kada je prvi put primijenjen na novu subkulturu opsjednutih obožavatelja japanske mange i animea ranih 1980-ih, označavao je neku vrstu štreberskog, antisocijalnog konzumerizma. Njegova primjena na japanske obožavatelje oponašala je pretjerano formalne načine na koje bi se ovi društveno neugodni mladi muškarci obraćali jedni drugima u javnosti, kao i prikriveno upućivanje na količinu vremena koje bi provodili u svojim domovima čitajući mange, gledajući anime ili igrajući video igrice. Zbog svog divljeg entuzijazma prema japanskoj pop kulturi, *otaku* je predstavljao ekstremnu karikaturu japanske mladeži u ekonomiji potaknutoj potrošnjom 1980-ih. Odgojena u popustljivom bogatstvu, smatralo se da se cijela generacija radikalno razlikuje od marljivih, požrtvovnih Japanaca koji su odrasli tijekom ekonomskih poteškoća prethodnog doba. U novije vrijeme taj je izraz izgubio mnoge od svojih pežorativnih konotacija (Lent; Fitzsimmons, 2012:59).

U Japanu je izraz *otaku* svojevrсна uvreda; odnosi se na osobu koja je toliko uključena u određenu vrstu navijačke subkulture da postaje opsjednuta, čak i luda. Jedan od načina na koji se *otaku* prevodi na engleski je pomalo pogrdni izraz *fanboy*²⁰. U Americi se ljubitelji japanske animacije često s ponosom nazivaju *otaku*, iako brzo ističu da je taj izraz zapravo uvredljiv. *Otaku* se pridodaje bilo kojem broju kategorija subkulture obožavatelja kako bi se ukazalo na nečiju odanost njima. Na primjer, ljubitelj motocikla bio bi „motociklistički *otaku*“, a ljubitelji japanske animacije, sebe bi nazivali „anime *otaku*“. Ovaj oblik samoidentifikacije među (uglavnom američkim) obožavateljima japanske animacije govori nam nešto o tome što znači konzumirati anime izvan Japana: kako bi se pridružili kulturi obožavatelja animea, američki *fanovi* sebe nazivaju imenom koje Japanci koriste kao uvredu (Newitz, 1994:1).

¹⁸ Kimi (jap. 君)- ti (Online riječnik Jisho). Dostupno na: <https://jisho.org/search/kimi>

¹⁹ Omae (jap. お前)- ti (Online riječnik Jisho). Dostupno na: <https://jisho.org/search/omae>

²⁰ Fanboy - muški/ženski obožavatelj, posebno onaj koji je opsjednut stripovima, glazbom, filmom ili znanstvenom fantastikom (Mcavoy-James, Fletcher, 2015:1)

O *otaku* se uvijek raspravljalo s negativnom slikom. S druge strane, japanska *otaku* kultura dobro je prihvaćena bez negativnih slika u Europi i Americi. Japanski anime i igre izvezeni su u Europu i Ameriku i zaslužili su veliko poštovanje zbog svoje visoke kvalitete. Zatim, kako je njegova vrijednost cijenjena u Europi i Sjedinjenim Državama, zapadne ocjene su vraćene u Japan, a kako je japanski anime osvajao glavne nagrade u inozemstvu, njegova je vrijednost brzo porasla i u Japanu (Tagawa, 2019:73).

6. COSPLAY

Povijesno gledano, obožavateljska praksa dotjerivanja ili *cosplaya* datira još iz američkih konvencija znanstvene fantastike 1960-ih i 70-ih na kojima su obožavatelji nosili odjeću iz serija kao što su *Star Trek* ili *Star Wars*. Još jedna podvrsta navijačkih kostima u zapadnoj kulturi inspirirana je tradicijom renesansnih sajмова i povijesnih rekonstrukcija koje su također rezultirale praksama igranja uloga uživo. U potonjem, entuzijasti kostime temelje na žanrovskoj fikciji (npr. *fantasy*) ili povijesnim razdobljima u zajedničkoj kreativnoj igri za koju su osmišljeni i rekonstruirani originalni likovi. Izraz *cosplaying* (コスプレ) skovao je osamdesetih godina dizajner igre Takahashi Nobuyuki (高橋伸之) kada se susreo s načinom kostimiranja američkih navijača tijekom posjeta Sjedinjenim Državama. U Japanu je *cosplay* od tada postao vrlo istaknut. U zapadnjačkim okruženjima, čini se da postoji dosta preklapanja između *cosplaya* i drugih oblika odijevanja kao što je (uživo) igranje uloga, ali i digitalnog odijevanja kao što je prilagođavanje nečijeg avatara. U *cosplayu* se igre i anime utjelovljuju i prenose u nova, fizička okruženja. Igrači eksplicitno povezuju vlastito tijelo i ponašanje s izmišljenim likovima (Lamerichs, 2013:167).

U Japanu se *cosplay* ne izvodi samo nošenjem odjeće, već i proizvodnjom kolekcionarskih predmeta kao što su figurice, plišane igračke, sličice itd. (eng. *merchandise*). Neki *cosplayeri* prodaju fotografije na *Comiket* (コミケット, konferencija za *cosplay*) koje su možda više *mainstream* ili erotske. *Cosplayeri* prodaju kartice s fotografijama ili brošure, ali i DVD-ove koji mogu sadržavati filmove ili dijaprojekcije koje kroz fotografije pričaju cijelu priču. Iako je većina sadržaja usmjerena na muškarce, neke žene također prodaju fotografije ili foto stripove o „dječačkoj ljubavi“ („boy's love“) (Lamerichs, 2013:168).

Istaknuto je da je svrha *cosplaya* „izraziti svoje divljenje i ljubav prema liku tako što će osoba postati lik svojeg omiljenog djela“ (Morimoto; Okibo; Suzuki, 2017:13).²¹ Drugim riječima, smatra se da se *cosplayeri* bave *cosplayom* s motivom poistovjećivanja s likom i izražavanja naklonosti prema njemu, također, bave se *cosplayom* s motivom da postanu svoj najdraži lik i prikažu određeno djelo koje im se sviđa. Posljednjih godina mnogi se ljudi bave *cosplayom* jer misle kako je „kostim prekrasan“ ili „poza je cool“ (Morimoto; Okibo; Suzuki, 2017:13).²² Također, *cosplay* se može gledati kao jedan od načina da se izbjegne stvarnost i uđe u svijet koji nam izgleda idealno. Ljudi mogu kad-tad biti preplavljeni realnošću i može im se činiti da nema izlaza, ali tada, u takvim situacijama, ovakvi interesi i hobiji postanu mjesto koje ih opušta, čini sretnim, samouvjerenim i koje ih u nekih slučajevima čak i drži na životu.

Postoje mnogi čimbenici koji su konstantni među *cosplay* zajednicama bez obzira u kojoj se zemlji nalaze. Izvan Japana, anime konvencija služi kao mjesto okupljanja zajednica i često je to prvi put da se mladi izlože tom hobiju. Bilo je više od sto šezdeset anime konvencija samo u Sjedinjenim Državama 2010. godine (Hoff, 2012:158). Teško je točno reći koliko zemalja održava redovne konvencije; preko osamdeset zemalja bila bi konzervativna izjava. Oni se kreću od manjih događaja do divovskog *Comiketa* u Tokiju ili *ChinaJoy* u Šangaju. *Cosplay* nije ograničen na japanske manga i anime likove, već može biti iz zapadnjačkih stripova, *visual-kei*²³ ili drugih lokalno prepoznatljivih likova; ovo razumijevanje toga što je *cosplay* također ovisi o osobi i zemlji iz koje dolaze. Ove globalne karakteristike ponovno potvrđuju subkulturni karakter *cosplaya*. Za razliku od *otakua*, koji doživljavaju pomak od dominantne kulture u Japanu do subkulture u inozemstvu, *cosplayeri* održavaju sličnu poziciju kao grupa koja prakticira svoj hobi na zajedničkim okupljalištima bez obzira na zemlju (Hoff, 2012:158). U Hrvatskoj su najpoznatija okupljanja cosplayera: *SFeraKon*, *Rikon*, *Pandakon*, *Fantastikon*.

²¹ コスプレの目的としては、「自分たちの好きな作品のキャラクターになりきることで、自らのキャラクターへのあこがれや愛情を表現すること」が指摘されている（野村総合研究所，2005）。（Morimoto; Okibo; Suzuki, Motive and psychological benefit of cosplay in adolescence, 2017, str 13）

²² 近年では、「衣装が綺麗だから」「決めポーズがかっこいいから」という理由でコスプレを行う者も多い（野村総合研究所，2005）。（Morimoto; Okibo; Suzuki, Motive and psychological benefit of cosplay in adolescence, 2017, str 13）

²³ Visual-kei - japanski glazbenici koji imaju snažan fokus na ekstravagantne scenske kostime

7. MINI ANKETA O PERCEPCIJI ANIMEA, MANGI I 2, 5 D MJUZIKLA

Ovo istraživanje izvedeno je 2022./2023. godine u sklopu predmeta *Timsko istraživanje*, i provedeno je u suradnji s kolegicom Mayu Koike sa Sveučilišta Senshu u Japanu. Cilj istraživanja bio je: utvrditi ima li 2, 5 D mjuzikl potencijal doseći veću popularnost od animea i mangi, a anketa je bila naslovljena „Može li 2, 5 dimenzionalni mjuzikl zamijeniti mange i anime“. U svrhu istraživanja ispitanicima su postavljena pitanja koja propituju njihove interese, odnosno vole li više mange, anime ili 2, 5 D mjuzikle i kakva su njihova mišljenja vezana za temu. Ispitanicima koji su sudjelovali u anketi, a koji prije nisu čuli za njega ili nisu nikada odlučili sami istražiti nešto o njemu predstavljeni su isječci 2, 5 D mjuzikla uz kratka objašnjenja. Kao ograničenje pri ispitivanju navodimo da je riječ o izuzetno malome uzorku koji ne može pružiti širu sliku, međutim kako je hrvatski uzorak obuhvatio upravo studente japanologije, za koje se pretpostavio izražen interes za ove teme, smatrala sam da rezultati mini ankete mogu pridonijeti razumijevanju percepcije ovih vidova japanske pop kulture među populacijom koja je najizloženija japanskoj kulturnoj proizvodnji.

8. METODOLOGIJA I INSTRUMENT ISTRAŽIVANJA

Za istraživanje korištene su dvije ankete. Ankete su se provodile online i poslone su ispitanicima pomoću e-maila. Ankete su bile namijenjene studentima iz Hrvatske i Japana. Studenti iz Hrvatske su svi studenti japanskog jezika i kulture u Puli. Studenti iz Japana su studenti raznih humanističkih smjerova. U ove dvije ankete sudjelovalo je 33 hrvatskih ispitanika i 44 japanskih ispitanika. Autorica podataka o japanskim ispitanicima bila je Mayu Koike, a o hrvatskim ispitanicima bila je autorica ovog diplomskog rada. Hrvatska anketa imala je 40 pitanja, a japanska 38. U hrvatskoj anketi sudjelovalo je 25 žena i 8 muškaraca. Najviše ljudi bilo u dobi između 18-20 godina (54,5%), zatim od 21-23 (30,3%) i na kraju od 24-26 godina (15,2%). U japanskoj anketi sudjelovalo je 33 žene, 9 muškaraca i 2 sudionika nije dalo odgovor. Najviše ljudi bilo je u dobi od 21-23 godine (54,5%), zatim od 18-20 (36,4%), od 24-26 (2,3%) i više od 26 godina (6,8%). Anketa je bila postavljena tako da vidimo interes sudionika za mangu, anime i 2, 5 D mjuzikl s naglaskom na 2, 5 D mjuzikl.

U ovom diplomskom radu, kod definicije 2, 5 D mjuzikla, spomenulo se da se oni baziraju i na video igrama, ali video igre neće biti dio ovog rada i istraživanja. One nisu korištene jer su mange, anime i kazalište uže povezani i lakše ih je usporediti dok video igre imaju svoje podkategorije koje je teško usporediti s mangama i animeima samim time što je glavna svrha video igri da se igraju, a ne gledaju.

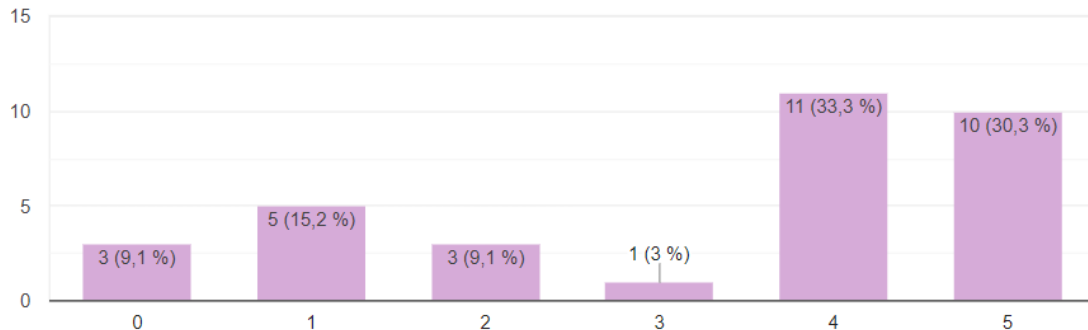
9. ANKETA ZA HRVATSKE STUDENTE

U ovom dijelu diplomskog rada prikazat će se pitanja i odgovori iz provedene ankete na hrvatskom jeziku za hrvatske studente. Anketa je bila postavljena tako da su sudionici prvo uvedeni u temu i da se vidi kakav je zapravo njihov interes za japansku pop kulturu. Prvi dio pitanja bio je odnosio se na zanimanje sudionika za mangu.

Prvo pitanje bilo je u kojoj mjeri sudionici vole čitati mange, izbor je bio od 0 (uopće ne volim) do 5 (jako volim).

U kojoj mjeri volite čitati mange?

33 odgovora

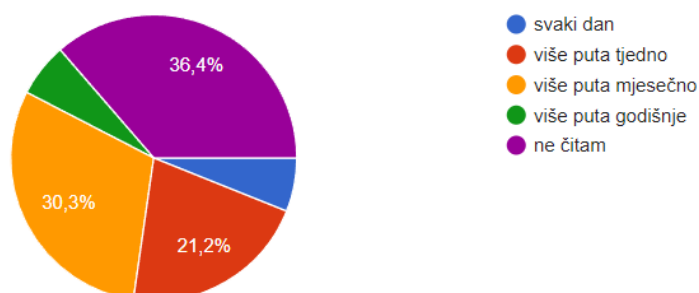


Grafikon broj 1: u kojoj mjeri sudionici vole čitati mange

Prema grafikonu broj 1, deset osoba odabralo je broj 5, jedanaest osoba odabralo je broj 4, jedna osoba odabrala je broj 3, tri osobe odabrale su broj 2, pet osoba odabralo je broj 1 i tri osobe odabrale su broj 0.

Koliko često čitate mange?

33 odgovora



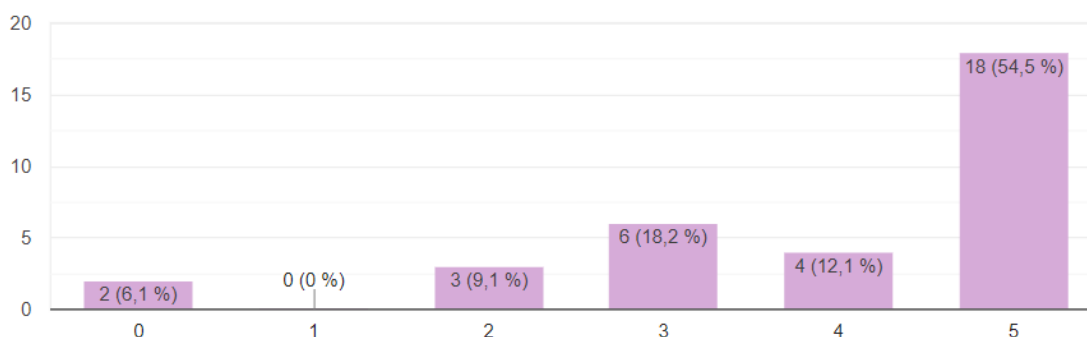
Grafikon broj 1: koliko sudionici često čitaju mange

Na drugo pitanje koliko često sudionici čitaju mange, prema grafikonu broj 2, dvanaest osoba reklo je da ne čita mange, deset osoba reklo je da mange čita više puta mjesečno, sedam osoba čita mange više puta tjedno, dvije osobe čitaju mange više puta godišnje i dvije osobe čitaju mange svaki dan. Zadnje pitanje vezano za mange bilo je da sudionici navedu tri naslova mangi koje vole čitati. Tri najpopularnije mange među sudionicima bile su *Jujutsu Kaisen*, *One Piece* i *Chainsaw Man*. Već nakon prva tri pitanja može se pretpostaviti da sudionici pokazuju interes za temu i da anketa ide u dobrom smjeru.

Drugi dio pitanja bio je vezan za zanimanje sudionika za anime i kao za mangu prvo smo pitali sudionike u kojoj mjeri oni vole gledati anime.

U kojoj mjeri volite gledati anime?

33 odgovora

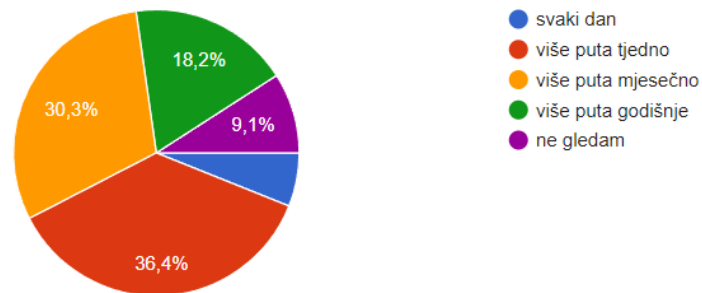


Grafikon broj 2: u kojoj mjeri sudionici vole gledati anime

Prema grafikonu broj 3 vidi se da je osamnaest osoba odabralo broj 5, četiri osobe odabrale su broj 4, šest osoba odabralo je broj 3, tri osobe odabrale su broj 2 i dvije osobe odabrale su broj 0. Iduće pitanje bilo je koliko često sudionici gledaju anime.

Koliko često gledate anime?

33 odgovora



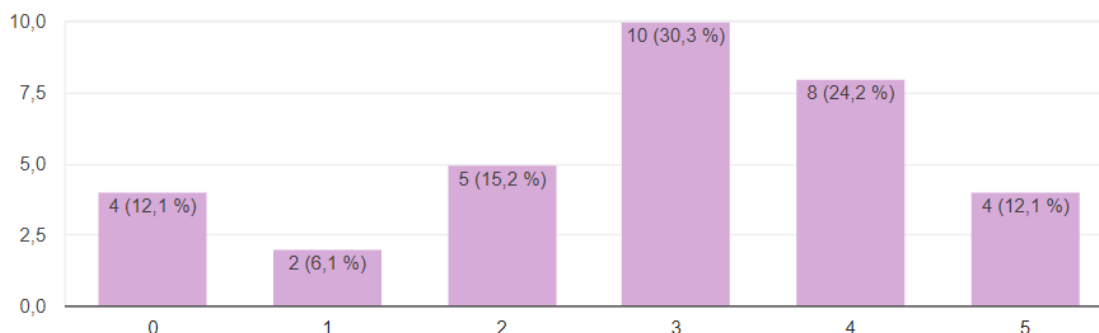
Grafikon broj 3: koliko često sudionici gledaju anime

Prema grafikonu broj 4, dvanaest osoba odgovorilo je više puta tjedno, deset osoba odgovorilo je više puta mjesečno, šest osoba odgovorilo je više puta godišnje, tri osobe odgovorile su da ne gledaju anime i dvije osobe gledaju anime svaki dan. Na zadnje pitanje o animeima sudionici su trebali napisati tri imena animea koje vole gledati. Najpopularniji animei među sudionicima bili su *One Piece*, *Haikyuu*, *Tokyo Ghoul* i *Naruto*. Za sada se vidi da su sudionici malo više zainteresirani za anime nego za mange.

Nakon što se vidjelo koliko se sudionici zanimaju za mange i anime htjelo se provjeriti koliko ljudi zapravo ima interes za kazalište. Prvo pitanje vezano za kazalište bilo je u kojoj mjeri sudionici vole gledati kazališne predstave.

U kojoj mjeri volite gledati kazališne predstave?

33 odgovora

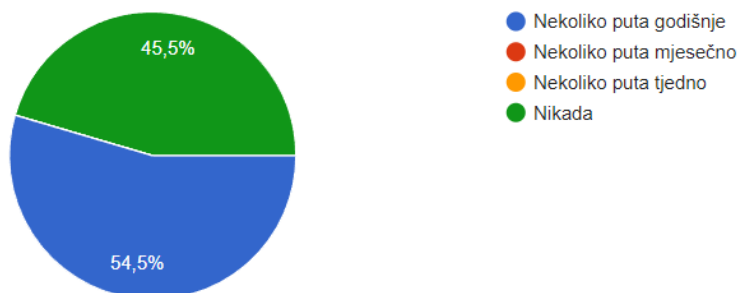


Grafikon broj 4: u kojoj mjeri sudionici vole gledati kazališne predstave

Prema grafikonu broj 5, četiri osobe odabrale su broj 5, osam osoba odabralo je broj 4, deset osoba odabralo je broj 3, pet osoba odabralo je broj 2, dvije osobe odabrale su broj 1 i četiri osobe odabrale su broj 0.

Koliko često idete u kazalište?

33 odgovora

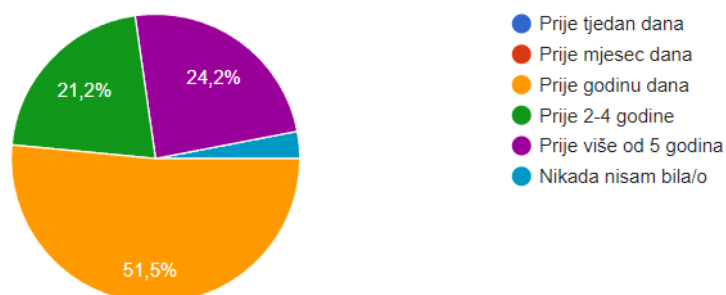


Grafikon broj 5: koliko često sudionici idu u kazalište

Na pitanje koliko često sudionici idu u kazalište, prema grafikonu broj 6, osamnaest osoba odgovorilo je nekoliko puta godišnje, a petnaest osoba odgovorilo je da nikada ne ide u kazalište.

Kada ste zadnji put bili u kazalištu?

33 odgovora



Grafikon broj 6: kada su sudionici zadnji put bili u kazalištu

Prema grafikonu broj 7, sedamnaest osoba je zadnji put bilo u kazalištu prije godinu dana, osam osoba je zadnji put bilo u kazalištu prije više od 5 godina, sedam osoba je zadnji put bilo u kazalištu prije 2-4 godine i jedna osoba nikada nije bila u kazalištu.

Budući da 2, 5 D mjuzikl pripada mjuziklu kao žanru sudionike se pitalo vole li gledati mjuzikle. Petnaest osoba voli gledati mjuzikle, Deset osoba ne zna ili nikada nije gledala mjuzikle i osam osoba ne voli gledati mjuzikle. Postavilo se i pitanje koja je predstava sudionicima ostavila najveći dojam. Neki od odgovora bili su: *Alan Ford*, *Bahkantice*, *Mamma Mia*, *Tko pjeva zlo ne misli*, *Čarobna frula*. Najviše odgovora bilo je: ne znam i ne sjećam se. Prema trenutnim podacima vidi se da sudjeluju sudionici zainteresirani i za kazalište, ali ne toliko koliko ih je zainteresirano za anime i mange.

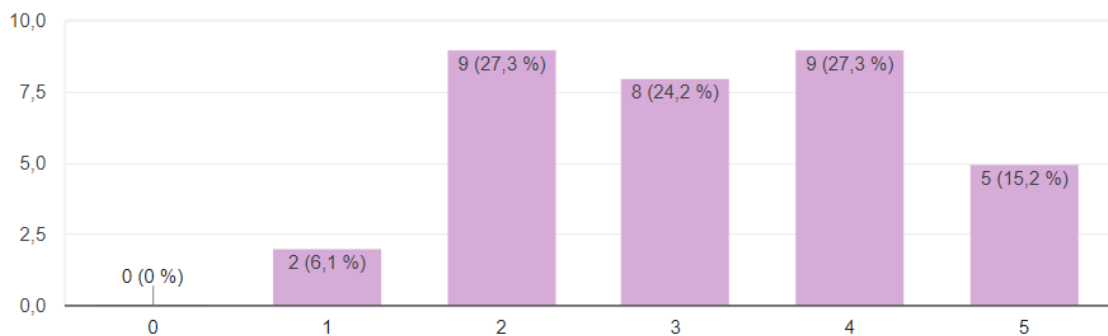
Nakon uvođenja sudionika u temu i provjeravanja njihovih interesa za japansku pop kulturu i kazalište, slijedi glavna tema ovog istraživanja, 2, 5 D mjuzikl. Prvo pitanje vezano za 2, 5 D mjuzikl bio je jesu li sudionici čuli za ovo kazalište. Dvadeset i dvije osobe nisu čule za 2, 5 D mjuzikle dok je jedanaest osoba čulo. Drugo pitanje bilo je ako su sudionici gledali 2, 5 D mjuzikle i dvadeset i četiri osoba nikada nije gledalo a devet osoba je gledalo 2, 5 D mjuzikle. Nakon par pitanja o 2, 5 D mjuziklu, sudionicima su bili priloženi kratki videozapisi poznatih 2, 5 D mjuzikla i uz njih je bilo postavljeno nekoliko pitanja vezanih za mjuzikle. Svrha prikazivanja videozapisa bila je da pokažemo sudionicima što je zapravo 2, 5 D mjuzikl jer se najbolje može objasniti tako da ga se pokaže, a budući da ih ima puno odlučeno je prikazati samo četiri koja se smatraju najpoznatijima među obožavateljima. Sva pitanja bila su ista za svaki videozapis. Za čitatelje koji nisu upoznati s mangama, animeima i 2, 5 D mjuziklima

koji će se sada spomenuti, ukratko će se predstaviti tema svakog od navedenih zapisa koji su bili predstavljeni sudionicima u anketi. Videozapisi su preuzeti s *YouTube-a* i prikazuju kratku najavu 2, 5 D mjuzikla.

Prvi videozapis koji je bio predstavljen sudionicima bio je *Sailor Moon*. Priča ove mange, animea i 2, 5 D mjuzikla prati 14 godišnju Usagi Tsukino koja saznaje za svoju sudbinu kao legendarne ratnice Sailor Moon (hr. *Mjesečeva ratnica*). Mora se udružiti s ostalim izviđačicama kako bi obranila Zemlju i Galaksiju. Gleda se njezin normalan život kao tinejdžerice i kao junakinje Sailor Moon.

U kojoj mjeri Vam se svidio videozapis broj 01? (Sailor moon)

33 odgovora

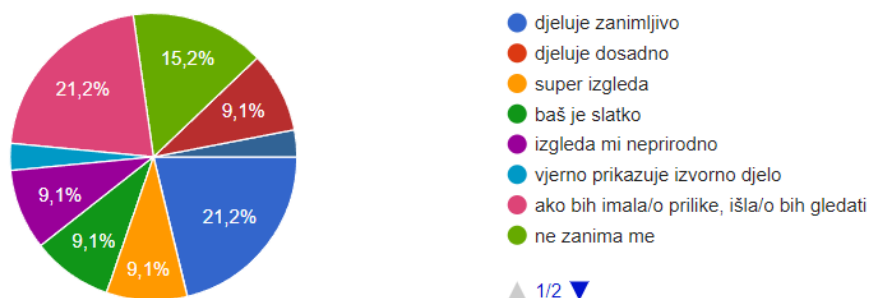


Grafikon broj 7: u kojoj mjeri se sudionicima svidio videozapis Sailor Moon

U pitanju u kojoj mjeri se sudionicima svidio videozapis, prema grafikonu broj 8, pet osoba odabralo je broj 5, devet osoba odabralo je broj 4, osam osoba odabralo je broj 3, devet osoba odabralo je broj 2 i dvije osobe odabrale su broj 1. Iduće pitanje bilo je jesu li sudionici čuli za mangu ili anime po kojem je ovaj mjuzikl napravljen i sva trideset i tri sudionika čula su za ovo ime. U pitanju jesu li sudionici čitali mangu ili gledali anime po kojem je ovaj mjuzikl nastao dvadeset i pet osoba nije čitalo mangu ili gledalo anime, a osam osoba je.

Kakvi su Vaši dojmovi nakon gledanja videozapisa?

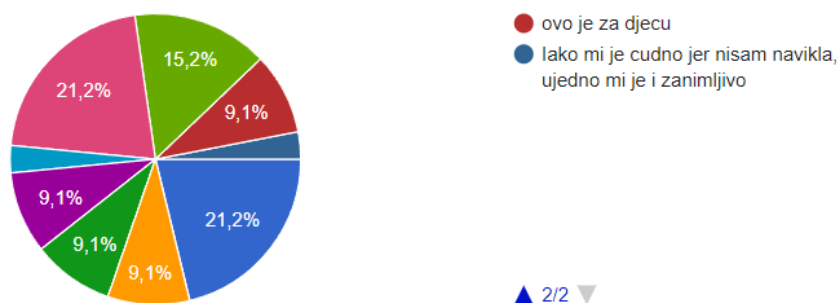
33 odgovora



Grafikon broj 8: kakvi su dojmovi sudionika nakon gledanja videozapisa Sailor Moon

Kakvi su Vaši dojmovi nakon gledanja videozapisa?

33 odgovora

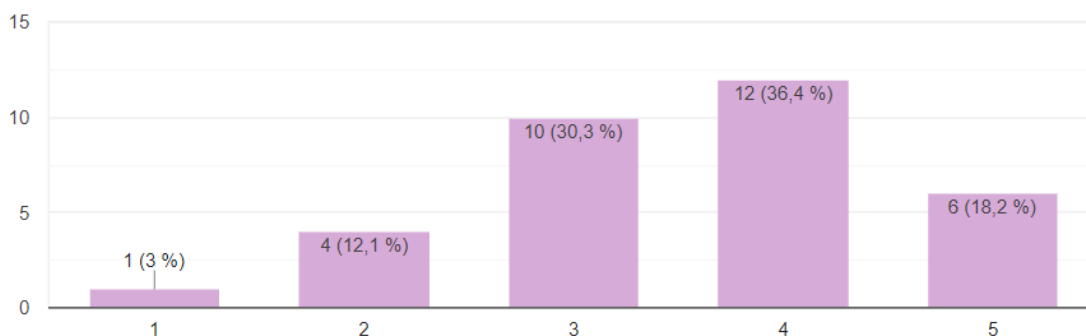


Grafikon broj 9a: kakvi su dojmovi sudionika nakon gledanja videozapisa Sailor Moon

Bilo je postavljeno i pitanje vezano za dojmove sudionika nakon gledanja videozapisa. Prema grafikonu broj 9, najviše ljudi odgovorilo je da im video djeluje zanimljivo i da bi išli pogledati da imaju prilike i to je bilo četrnaest osoba, odnosno sedam osoba za svaki odgovor, a pet osoba odgovorilo je da ih ovo ne zanima. Ostali odgovori podjednako su podijeljeni.

Molimo vas, ocijenite ovaj mjuzikl.

33 odgovora



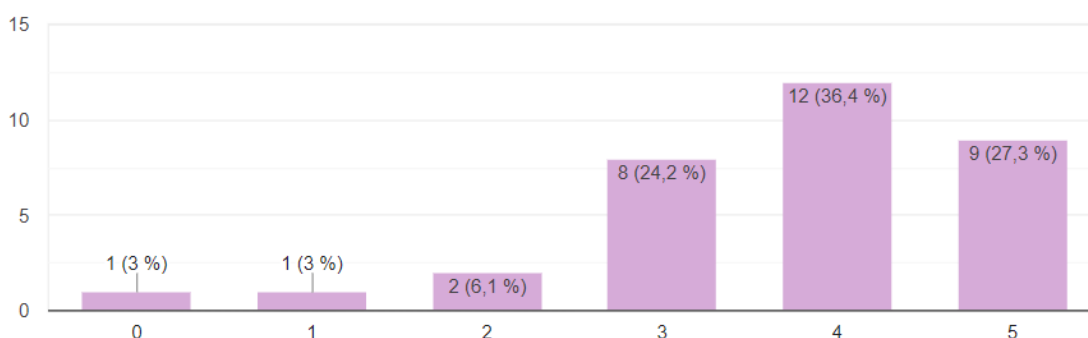
Grafikon broj 10: kako su sudionici ocijenili videozapis Sailor Moon

Zadnje pitanje vezano za ovaj videozapis bilo je da mu sudionici daju ocjenu. Prema grafikonu broj 10, šest osoba je ovaj mjuzikl ocijenila s brojem 5, dvanaest osoba odabralo je ocjenu 4, deset osoba odabralo je ocjenu 3, četiri osoba odabralo je ocjenu 2 i jedna osoba odabrala je ocjenu 1.

Drugi videozapis predstavljen sudionicima bio je *Haikyuu*. *Haikyuu* je manga, anime i 2, 5 D mjuzikl na temu odbojke o Shoyo Hinati, dječaku koji voli odbojku. Hinata kreće u srednju školu Karasuno i pridružuje se njihovom timu. Kao što je sudbina htjela, njegov osnovnoškolski odbojkaški suparnik Tobio Kageyama također se pridružuje. Hinata i Kageyama moraju pronaći način kako surađivati jedan s drugim i pobijediti na turnirima koji slijede.

U kojoj mjeri Vam se svidio videozapis broj 02? (Haikyuu)

33 odgovora

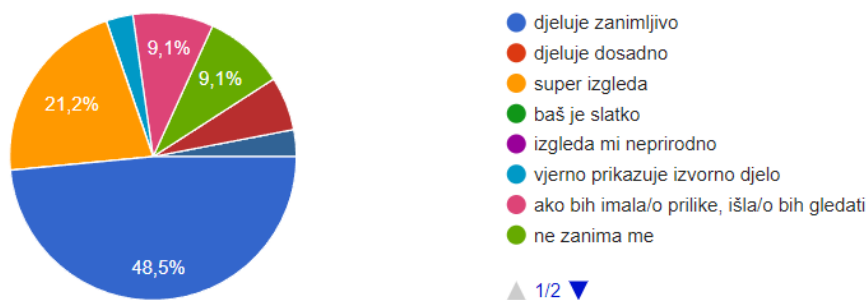


Grafikon broj 11: u kojoj mjeri se sudionicima svidio videozapis Haikyuu

U pitanju u kojoj mjeri se sudionicima svidio videozapis, prema grafikonu broj 11, devet osoba odabralo je broj 5, dvanaest osoba odabralo je broj 4, osam osoba odabralo je broj 3, dvije osobe odabrale su broj 2, jedna osoba odabrala je broj 1 i jedna osoba odabrala je broj 0. Trideset osoba čulo je za mangu i anime, dok tri osobe nisu. Osamnaest osoba nije ni čitalo mangu ni gledalo anime, a petnaest osoba je.

Koji su Vaši dojmovi nakon gledanja videozapisa?

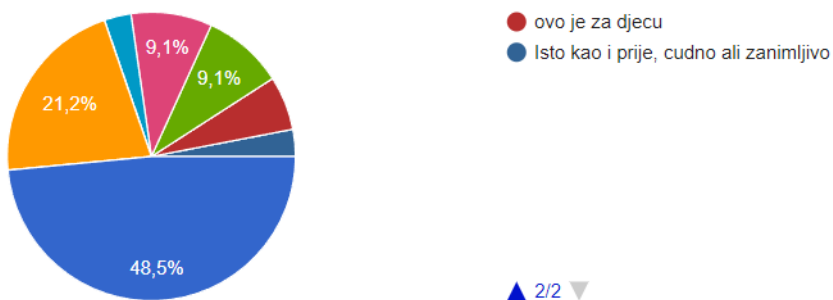
33 odgovora



Grafikon broj 12: dojmovi sudionika nakon gledanja videozapisa Haikyuu

Koji su Vaši dojmovi nakon gledanja videozapisa?

33 odgovora

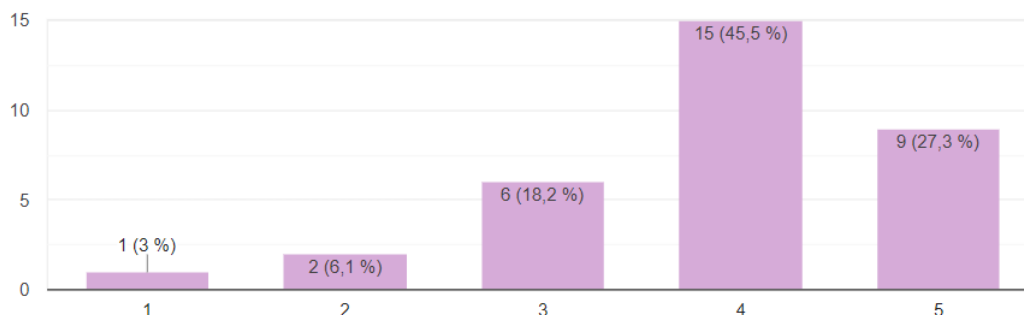


Grafikon broj 12a: dojmovi sudionika nakon gledanja videozapisa Haikyuu

Na pitanje o dojmovima nakon gledanja videozapisa, prema prilogu pod brojem 12, najviše ljudi odgovorilo je da im video djeluje zanimljivo, šesnaest osoba, sedam osoba odgovorilo je da izgleda super. Drugi odgovori podjednako su podijeljeni.

Molimo vas, ocijenite ovaj mjuzikl.

33 odgovora



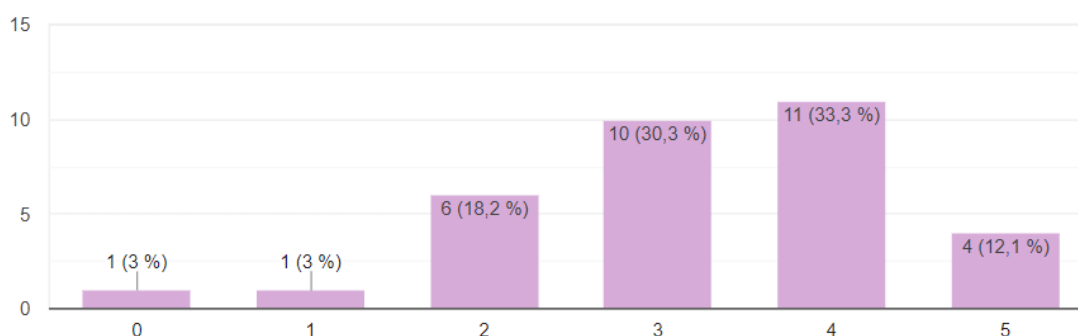
Grafikon broj 13: kako su sudionici ocijenili videozapis Haikyuu

Prema prilogu broj 13, devet osoba je ovaj mjuzikl ocijenila s brojem 5, petnaest osoba odabralo je ocjenu 4, šest osoba odabralo je ocjenu 3, dvije osobe odabrale su ocjenu 2 i jedna osoba odabrala je ocjenu 1.

Treći videozapis predstavljen sudionicima bio je *My Hero Academia*. Priča prati Izuku Midoriyu, dječaka rođenog bez supermoći u svijetu u kojem ih većina ljudi ima, ali on i dalje sanja o tome da i sam postane superheroj. On upoznaje najvećeg svjetskog heroja, koji dijeli svoje moći s njim nakon što je vidio njegovu hrabrost i vrijednost te ga upisuje u srednju školu za heroje na obuci.

U kojoj mjeri Vam se svidio videozapis broj 03? (My hero academia)

33 odgovora

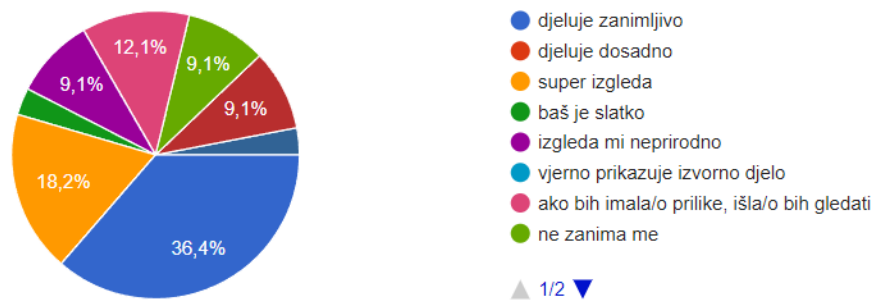


Grafikon broj 14: u kojoj mjeri se sudionicima svidio videozapis My Hero Academia

U pitanju u kojoj mjeri se sudionicima svidio videozapis, prema grafikonu broj 14, četiri osobe odabrale su broj 5, jedanaest osoba odabralo je broj 4, deset osoba odabralo je broj 3, šest osoba odabralo je broj 2, jedna osoba odabrala je broj 1 i jedna osoba odabrala je broj 0. Trideset i dvije osobe čulo je za mangu i anime, dok jedna osoba nije. Dvadeset i jedna osoba čitala je mangu ili gledalo anime, dvanaest osoba nije.

Koji su Vaši dojmovi nakon gledanja videozapisa?

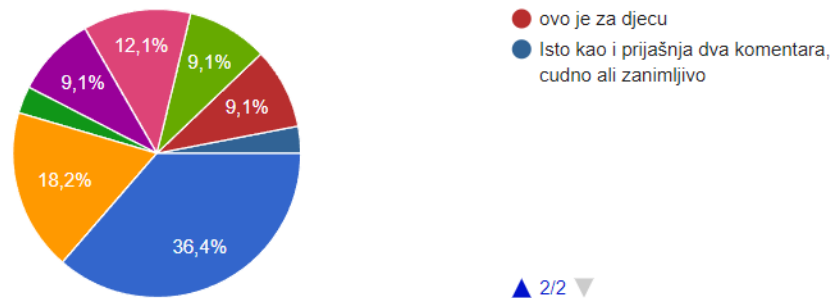
33 odgovora



Grafikon broj 15: dojmovi sudionika nakon gledanja videozapisa My Hero Academia

Koji su Vaši dojmovi nakon gledanja videozapisa?

33 odgovora

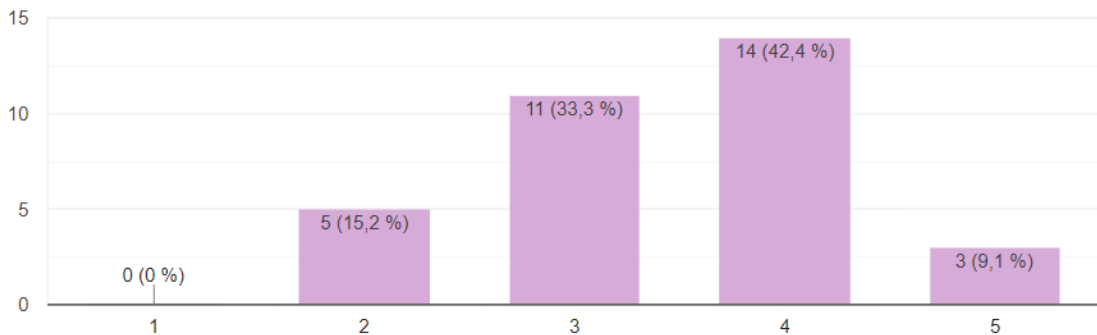


Grafikon broj 15a: dojmovi sudionika nakon gledanja videozapisa My Hero Academia

Na pitanje o dojmovima nakon gledanja videozapisa, prema grafiku pod brojem 15, najviše ljudi je odgovorilo da im video djeluje zanimljivo, dvanaest osoba, a šest osoba odgovorilo je da izgleda super. Drugi odgovori podjednako su podijeljeni.

Molimo vas, ocijenite ovaj mjuzikl.

33 odgovora



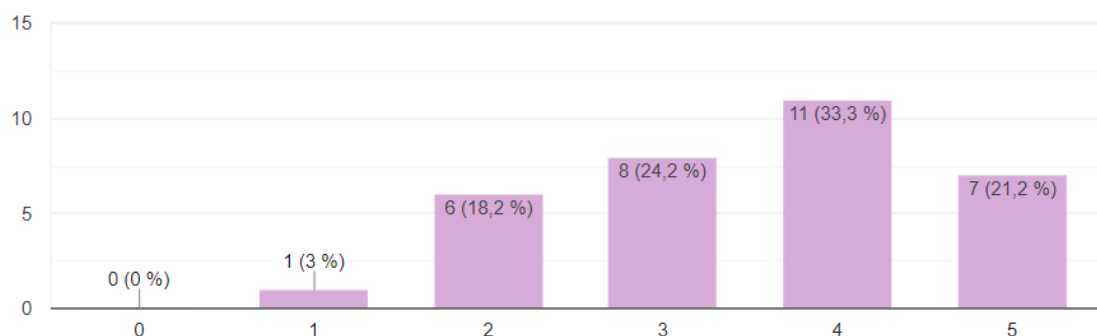
Grafikon broj 16: kako su sudionici ocijenili videozapis My Hero Academia

Prema grafikonu broj 16, tri osobe je ovaj mjuzikl ocijenilo s brojem 5, četrnaest osoba odabralo je ocjenu 4, jedanaest osoba ocjenu 3, pet osoba ocjenu 2 i ocjenu 1 nitko nije odabrao.

Zadnji videozapis predstavljen sudionicima bio je *Naruto*. Priča prati Naruta Uzumakija, nestašnog adolescentnog ninje koji se bori u traženju priznanja i sanja o tome da postane Hokage, vođa sela i najjači ninja.

U kojoj mjeri Vam se svidio videozapis broj 04? (Naruto)

33 odgovora



Grafikon broj 17: u kojoj mjeri se sudionicima svidio videozapis Naruto

U pitanju u kojoj mjeri se sudionicima svidio videozapis, prema grafikonu broj 17, sedam osoba odabralo je broj 5, jedanaest osoba odabralo je broj 4, osam osoba odabralo je broj 3, šest osoba odabralo je broj 2 i jedna osoba odabrala je broj 1. Svi

sudionici su čuli za mangu i anime. Devetnaest osoba nije ni čitalo mangu ni gledalo anime, a četrnaest osoba je.

Koji su Vaši dojmovi nakon gledanja videozapisa?

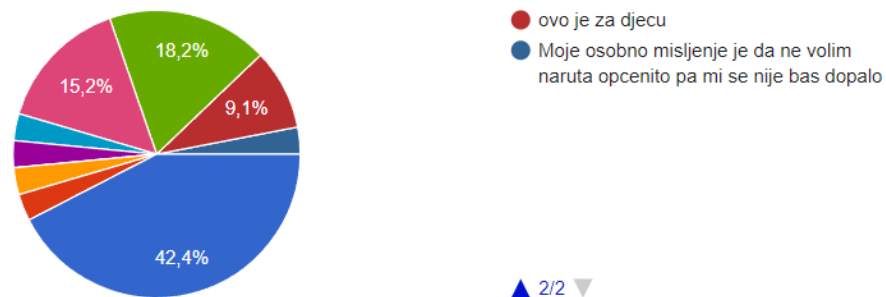
33 odgovora



Grafikon broj 18: dojmovi sudionika nakon gledanja videozapisa Naruto

Koji su Vaši dojmovi nakon gledanja videozapisa?

33 odgovora

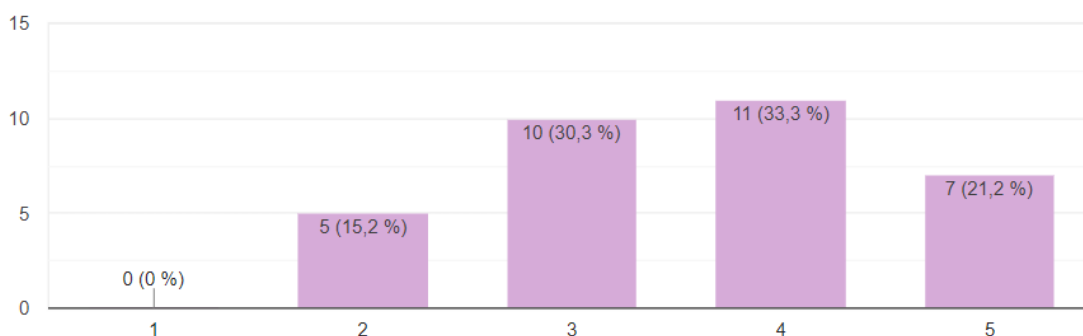


Grafikon broj 18a: dojmovi sudionika nakon gledanja videozapisa Naruto

Na pitanje o dojmovima nakon gledanja videozapisa, prema grafiku pod brojevima 18, najviše ljudi odgovorilo je da im video djeluje zanimljivo i to je bilo četrnaest osoba, šest osoba odgovorilo je da ih ovaj mjuzikl ne zanima, pet osoba odgovorilo je da bi htjeli ići gledati mjuzikl da imaju prilike, tri osobe odgovorile su da je ovo mjuzikl za djecu. Ostali odgovori podjednako su podijeljeni.

Molimo vas, ocijenite ovaj mjuzikl.

33 odgovora



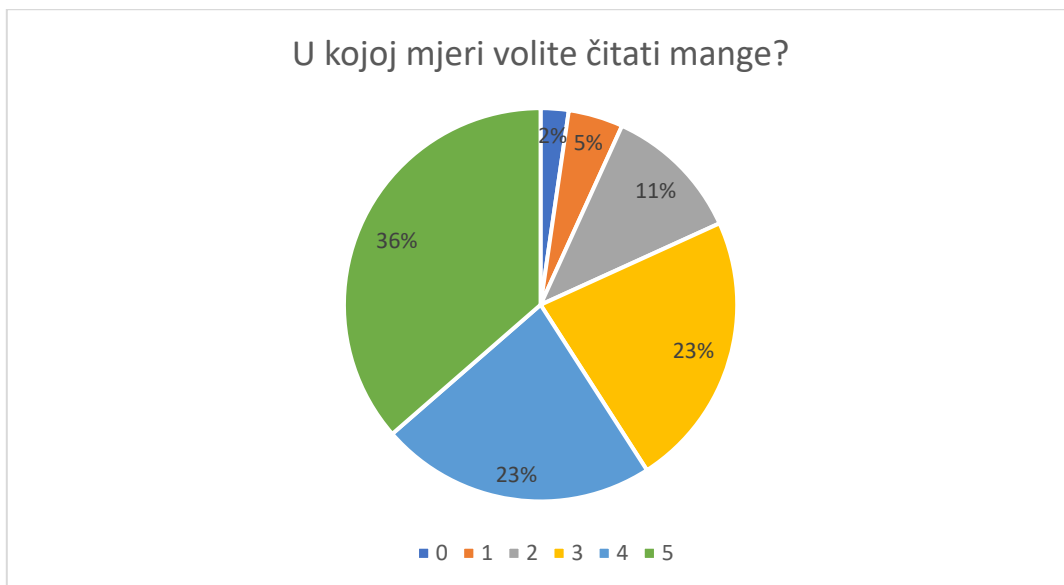
Grafikon broj 19: kako su sudionici ocijenili videozapis Naruto

Prema grafikonu broj 19, sedam osoba je ovaj mjuzikl ocijenila s ocjenom 5, jedanaest osoba odabralo je ocjenu 4, deset osoba odabralo je ocjenu 3, pet osoba odabralo je ocjenu 2 i nitko nije odabrao ocjenu 1.

Nakon priloženih videozapisa i par pitanja za sudionike, postavljeno je još nekoliko pitanja o 2, 5 D mjuziklu. U pitanju misle li sudionici da će nakon ove ankete istražiti više o 2, 5 D mjuziklu, šesnaest osoba odgovorilo je da će hoće, četrnaest osoba reklo je da neće i tri osobe rekle su možda. Budući da 2, 5 D mjuzikl još nije toliko proširen po svijetu i nažalost nisu sve izvedbe snimljene i s prijevodom na engleski ili hrvatski, postavljeno je pitanje da je 2, 5 D mjuzikl na hrvatskom ili engleskom jeziku bi li ga sudionici pogledali i sedamnaest osoba reklo je da ne želi gledati, a šesnaest osoba reklo je da želi. Na pitanje da je 2, 5 D mjuzikl na japankom jeziku s hrvatskim ili engleskim prijevodom bi li ga sudionici pogledali, dvadeset i šest osoba reklo je da želi gledati, a sedam osoba reklo je da ne želi. Dvadeset i četiri osobe je reklo da bi gledalo njihovu najdražu mangu ili anime u formi 2, 5 D mjuzikla dok je devet osoba reklo da ne želi. Zadnje pitanje bilo je koje su po sudionicima dobre strane 2, 5 D mjuzikla. Odgovori su većinom bili da je zanimljiv i da prikazuje novi način za uživanje u mangi i animeima. Također, nekoliko je ljudi spomenulo da je zanimljivo vidjeti njihove najdraže likove u stvarnom životu. Troje ljudi je spomenulo kako je ovo dobro kazalište za djecu. Dvoje ljudi je spomenulo kako 2, 5 D mjuzikl ne može zamijeniti mange i anime.

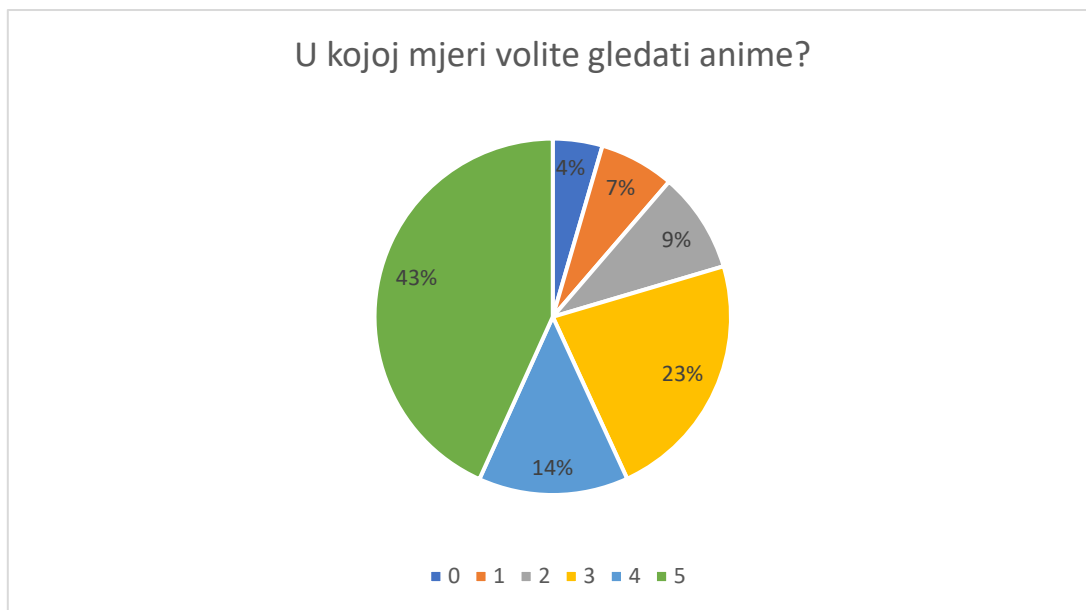
10. ANKETA ZA JAPANSKE STUDENTE

U ovom dijelu diplomskog rada prikazat će se par ključnih pitanja i odgovora iz ankete na japanskom jeziku za japanske studente. Budući da je fokus na hrvatsku anketu, par ključnih pitanja odabrano je radi lakšeg prikaza usporedbe između odgovora dvaju anketa. Anketa na japanskom jeziku za japanske studente imala je ista pitanja osim 2 pitanja, a to su: „Da je 2, 5 D mjuzikl na hrvatskom ili engleskom jeziku biste li ga pogledali?“ i „Da je 2, 5 D mjuzikl na japankom jeziku s hrvatskim ili engleskim prijevodom biste li ga pogledali, bilo preko interneta ili uživo?“. Ova pitanja nisu dio japanske ankete jer se odnose samo na hrvatske studente. Kao i za anketu na hrvatskom jeziku, prvi dio pitanja odnosi se na interes sudionika za mangu, anime i kazalište.



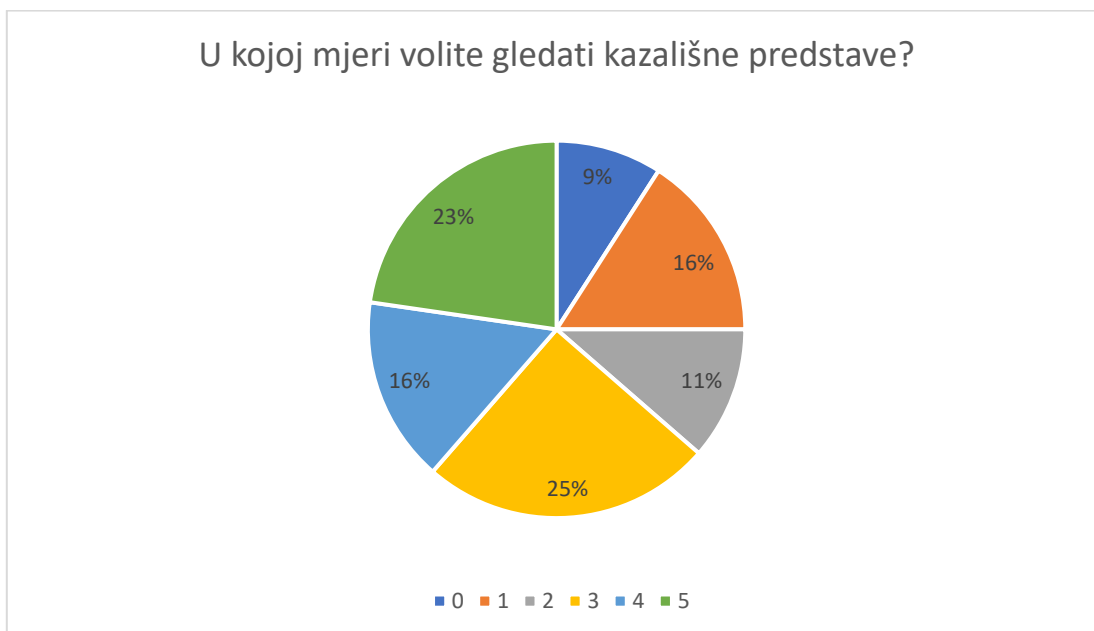
Grafikon broj 20: u kojoj mjeri sudionici vole čitati mange (prevedeno s jap.)

Na pitanje u kojoj mjeri sudionici vole čitati mange, izbor je bio od 0 (uopće ne volim) do 5 (jako volim). Prema grafikonu broj 20, 36,4% sudionika odabralo je broj 5, 22,7% sudionika odabralo je broj 4, također toliko i za 3, 11,4% sudionika odabralo je broj 2, 4,5% sudionika odabralo je broj 1 i 2,3% sudionika odabralo je broj 0.



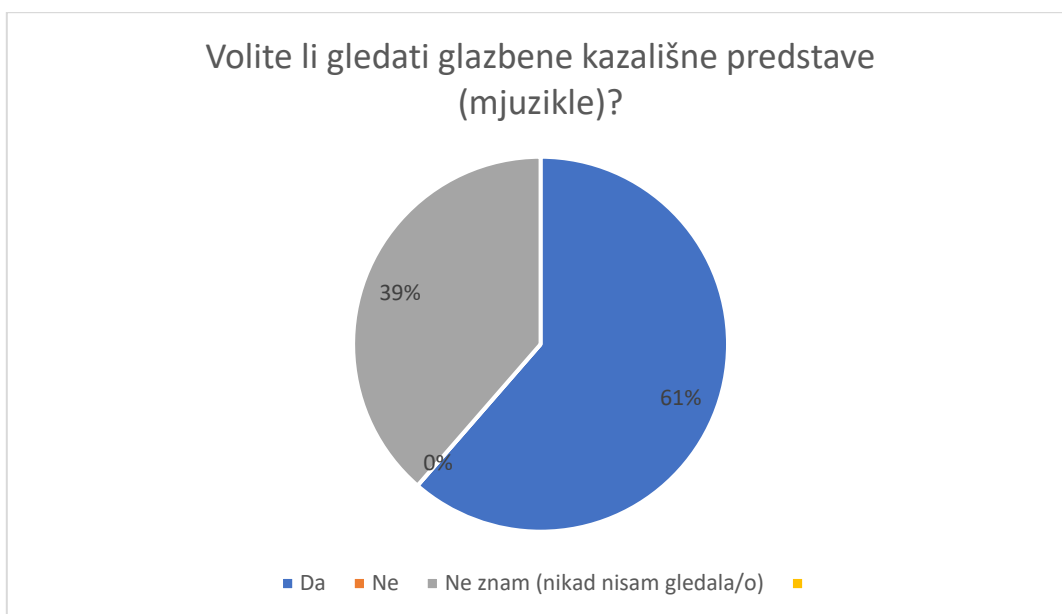
Grafikon broj 21: u kojoj mjeri sudionici vole gledati anime (prevedeno s jap.)

Što se tiče gledanja animea, prema grafikonu broj 21, 43,2% sudionika odabralo je broj 5, 13,6% sudionika odabralo je broj 4, 22,7% sudionika odabralo je broj 3, 9,1% sudionika odabralo je broj 2, 6,8% sudionika odabralo je broj 1 i 4,5% sudionika odabralo je broj 0.



Grafikon broj 22: u kojoj mjeri sudionici vole gledati kazališne predstave (prevedeno s jap.)

Za kazalište je nešto manje ljudi bilo zainteresirano, prema grafikonu broj 22, 22,7% sudionika odabralo je broj 5, 15,9% sudionika odabralo je broj 4, 25% sudionika odabralo je broj 3, 11,4% sudionika odabralo je broj 2, 15,9% sudionika odabralo je broj 1 i 9,1% sudionika odabralo je broj 0.



Grafikon broj 23: vole li sudionici gledati glazbene kazališne predstave (mjuzikle) (prevedeno s jap.)

Što se tiče mjuzikla, prema grafikonu broj 23, 61,4% sudionika voli gledati mjuzikle, 38,6% sudionika ne zna ili nikada nije gledala mjuzikle, a 0% sudionika je odgovorilo da ne voli gledati mjuzikle. 79,5% sudionika je čulo za ovaj mjuzikl, dok 20,5% sudionika nije. 18,2% sudionika je gledalo 2, 5 D mjuzikl, dok 8,8% nije.

Kao i u hrvatskoj anketi, sudionicima su bili priloženi videozapisi poznatih 2, 5 D mjuzikala. Prvi videozapis koji je bio predstavljen sudionicima bio je *Sailor Moon*. U pitanju u kojoj mjeri se sudionicima svidio videozapis, 6,8% sudionika odabralo je broj 5, 15,9% sudionika odabralo je broj 4, 34,1% sudionika odabralo je broj 3, 27,3% sudionika odabralo je broj 2, 11,4% sudionika odabrale su broj 1 i 4,5% sudionika odabralo je broj 0. Iduće pitanje bilo je jesu li sudionici čuli za mangu ili anime po kojem je ovaj mjuzikl napravljen 95,3% sudionika je čula za ovo ime, a 4,7% sudionika nije. U pitanju jesu li sudionici čitali mangu ili gledali anime po kojem je ovaj mjuzikl nastao 60,5% sudionika nije čitalo mangu ili gledalo anime, a 39,5% sudionika je. Na pitanje o dojmovima nakon gledanja videozapisa, najviše ljudi je odgovorilo da im video djeluje slatko (40,9%) i zanimljivo (36,4%). Drugi odgovori podjednako su podijeljeni.

Sudionici su također trebali ocijeniti videozapis, 9,1% sudionika dalo je ocjenu broj 5, 15,9% sudionika dalo je ocjenu 4, 47,7% sudionika ocjenu 3, 15,9% sudionika ocjenu 2, 6,8% sudionika ocjenu 1 i 4,5% sudionika dalo je ocjenu 0.

Drugi videozapis koje je bio priložen sudionicima bio je *Haikyuu*. U pitanju u kojoj mjeri se sudionicima svidio videozapis, 9,1% sudionika odabralo je broj 5, 31,8% sudionika odabralo je broj 4, 27,3% sudionika odabralo je broj 3, 18,2% sudionika odabralo je broj 2, 9,1% sudionika odabralo su broj 1 i 4,5% sudionika odabralo je broj 0. Iduće pitanje bilo je jesu li sudionici čuli za mangu ili anime po kojem je ovaj mjuzikl napravljen 95,5% sudionika je čula za ovo ime, a 4,5% sudionika nije. U pitanju jesu li sudionici čitali mangu ili gledali anime po kojem je ovaj mjuzikl nastao 43,2% sudionika nije čitalo mangu ili gledalo anime, a 56,8% sudionika je.



Grafikon broj 24: dojmovi sudionika nakon gledanja videozapisa Haikyuu (prevedeno s jap.)

Na pitanje o dojmovima nakon gledanja videozapisa, prema grafikonu broj 24, najviše ljudi je odgovorilo da im video djeluje zanimljivo (59,1%). Drugi odgovori podjednako su podijeljeni. Sudionici su također trebali ocijeniti videozapis, 9,1% sudionika dalo je ocjenu broj 5, 25% sudionika dalo je ocjenu 4, 38,6% sudionika ocjenu 3, 15,9% sudionika ocjenu 2, 6,8% sudionika ocjenu 1 i 4,5% sudionika dalo je ocjenu 0.

Treći videozapis koje je bio priložen sudionicima bio je *My Hero Academia*. U pitanju u kojoj mjeri se sudionicima svidio videozapis, 4,5% sudionika odabralo je broj 5, 20,5% sudionika odabralo je broj 4, 31,8% sudionika odabralo je broj 3, 31,8% sudionika odabralo je broj 2, 6,8% sudionika odabralo su broj 1 i 4,5% sudionika odabralo je broj 0. Iduće pitanje bilo je jesu li sudionici čuli za mangu ili anime po kojem je ovaj mjuzikl napravljen 93,2% sudionika je čula za ovo ime, a 6,8% sudionika nije. U pitanju jesu li sudionici čitali mangu ili gledali anime po kojem je ovaj mjuzikl nastao 50% sudionika nije čitalo mangu ili gledalo anime, a 50% sudionika je. Na pitanje o dojmovima nakon gledanja videozapisa, najviše ljudi je odgovorilo da im video djeluje zanimljivo (45,5%). Drugi odgovori podjednako su podijeljeni. Sudionici su također trebali ocijeniti videozapis, 9,1% sudionika dalo je ocjenu broj 5, 22,7% sudionika dalo je ocjenu 4, 29,5% sudionika ocjenu 3, 29,5% sudionika ocjenu 2, 4,5% sudionika ocjenu 1 i 4,5% sudionika dalo je ocjenu 0.

Zadnji videozapis koje je bio priložen sudionicima bio je *Naruto*. U pitanju u kojoj mjeri se sudionicima svidio videozapis, 4,5% sudionika odabralo je broj 5, 25% sudionika odabralo je broj 4, 45,5% sudionika odabralo je broj 3, 9,1% sudionika odabralo je broj 2, 11,4% sudionika odabralo su broj 1 i 4,5% sudionika odabralo je broj 0. Iduće pitanje bilo je jesu li sudionici čuli za mangu ili anime po kojem je ovaj mjuzikl napravljen 95,5% sudionika je čula za ovo ime, a 4,5% sudionika nije. U pitanju jesu li sudionici čitali mangu ili gledali anime po kojem je ovaj mjuzikl nastao 61,4% sudionika nije čitalo mangu ili gledalo anime, a 38,6% sudionika je.

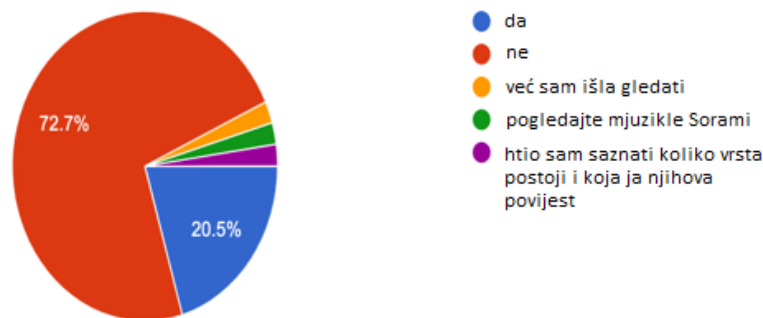


Grafikon broj 25: dojmovi sudionika nakon gledanja videozapisa *Naruto* (prevedeno s jap.)

Na pitanje o dojmovima nakon gledanja videozapisa, prema grafikonu broj 25, najviše ljudi je odgovorilo da im video djeluje zanimljivo (59,1%). Drugi odgovori podjednako su podijeljeni. Sudionici su također trebali ocijeniti videozapis, 4,5% sudionika dalo je ocjenu broj 5, 18,2% sudionika dalo je ocjenu 4, 59,1% sudionika ocjenu 3, 11,4% sudionika ocjenu 2, 2,3% sudionika ocjenu 1 i 4,5% sudionika dalo je ocjenu 0.

36. Mislite li da ćete nakon ove ankete istražiti više o 2.5D mjuziklu?

44 odgovora



Grafikon broj 26: misle li sudionici da će nakon ankete istražiti više o 2.5D mjuziklu (prevedeno s jap.)

U pitanju misle li sudionici da će nakon ove ankete istražiti više o 2, 5 D mjuziklu, prema grafikonu broj 26, 20,5% sudionika odgovorilo je da će hoće, 72,7% sudionika reklo je da neće i neki od ostalih odgovora bili su da je netko od sudionika već gledao 2, 5 D mjuzikl i da žele proučiti povijest ovog mjuzikla. 47,7% sudionika je reklo da bi gledalo njihovu najdražu mangu ili anime u formi 2, 5 D mjuzikla dok je 52,3% sudionika reklo da ne želi. Zadnje pitanje bilo je koje su po sudionicima dobre strane 2, 5 D mjuzikla. Neki od odgovora bili su: „mjesto gdje možete dobiti osjećaj stvarnosti“, „možete osjetiti da su likovi u istoj dimenziji kao i mi“, „ovisno o osobi, možda ćete moći upoznati svoju omiljenu osobu“, „mjesto gdje možete vidjeti vjerni *cosplay*“, „moguće je izraziti izvorni rad u drugačijoj atmosferi od animacije“, itd.

11. SLIČNOSTI I RAZLIKE HRVATSKIH I JAPANSKIH SUDIONIKA ANKETE

Osim već spomenutih sličnosti i razlika, u ovom dijelu diplomskog rada one će se još detaljnije prikazati. Jedna od glavnih sličnosti koja se može vidjeti iz ankete je da većina hrvatskih i japanskih ispitanika ima interes za mange ili anime, ili oboje. Ono što je zanimljivo, a ujedno i jedna od glavnih razlika između hrvatskih i japanskih ispitanika je da japanski ispitanici više vole čitati mange dok hrvatski ispitanici više vole gledati anime. Ova činjenica može se protumačiti time što hrvatska publika odrasta uz crtane filmove, koji u dosta slučajeva budu anime filmovi (npr. Pokemoni, Mjesečeva ratnica, Yu Gi Oh, Digimoni itd.) Japanci s druge strane odrastaju na mangama. Naravno i japanska djeca gledaju anime filmove, ali ako usporedimo sa Hrvatskom, Japanci više preferiraju mange. Također, to može biti i zato što su Japancima mange pristupačnije jer su tamo nastale, dok Hrvati moraju čekati prijevode na engleski ili hrvatski. I japanski i hrvatski ispitanici imaju podijeljena mišljenja o kazalištu. Ova činjenica je danas, nažalost, očekivana jer se barem u Hrvatskoj najviše odlazi u kazalište na školskim izletima, a nakon završetka škole rijetko tko nastavi ići u kazalište. Također, žalosno je što postoje ljudi, a i među sudionicima ankete koji nikada nisu imali prilike posjetiti kazalište. To je nešto što bi trebalo biti omogućeno svima, pa barem jednom u životu. Mjuzikl je jedna posebna vrsta kazališta i nije za svakoga, a iz ankete se ispostavilo da japanski ispitanici više vole gledati mjuzikle od hrvatskih ispitanika.

Pretpostavljam da je znatniji interes japanske publike za mjuzikl povezan s popularnošću tradicijskih oblika japanskoga kazališta. Tradicionalni kazališni oblici u Japanu su se izmijenili s vremenom i ne izvode se u potpunosti prema originalu, ali se danas uz moderno kazalište dosta izvode. James R. Brandon u svom članku *Time and Tradition* govori: „Japanski kazališni umjetnici oduvijek su prakticirali likovnu umjetnost zadržavanja utvrđenih formi (tradicija, ako želite) dok su istovremeno živjeli u evoluirajućem, suvremenom svijetu (promijenite se, ako želite). Staro i novo uravnoteženi su na razne načine. U nekim slučajevima, čini se da kazališne tradicije zaustavljaju povijest“²⁴. Brandon nadalje govori: „Možda mislite da bi ljudi u japanskim frenetično modernim gradovima ignorirali *kabuki* i *nō*, ali urbana publika zapravo

²⁴ „Japanese theatre artists have always practiced the fine art of holding onto established forms (tradition, if you wish) while simultaneously living in an evolving, contemporary world (change, if you will). Old and new are balanced in various ways. In some cases, theatre traditions seem to bring history to a halt.“ (Brandon, *Time and Tradition*, 1985, str. 71)

raste“²⁵ (Brandon, 1985: 71). Benito Ortolani tvrdi kako „uporna ljubav prema ljepoti prošlosti i valovi nacionalističkog ponosa održali su tradicionalne izvedbene umjetnosti na životu kroz razdoblja kriza i preporoda, omogućivši jedinstveni pluralistički, višestrani, šareni spektakl današnjih izvedbenih umjetnosti u Japanu“²⁶ (Ortolani, 1995: 13). Također, japansko tradicionalno kazalište nije poznato samo u Japanu nego i u svijetu. Japansko tradicionalno kazalište danas je uvelike postalo prihvaćeno kao sastavni dio svjetske kulture - visoko cijenjeno i poštovano zbog svoje jedinstvene estetike, kazališnih sredstava, sredstava izražavanja, ali i zbog mnogih moralnih i etičkih vrijednosti koje predstavlja (Eppstein, 1993: 147). Faubion Bowers japansko tradicionalno kazalište dijeli u šest vrsta :

- 1) Rani plesovi, uvezeni i autohtoni, koji datiraju iz 7. st.
- 2) *Nō* (能), klasična lirski drama s početkom 14. st.
- 3) *Kyōgen* (狂言), komični interludiji u Nohu, također počevši od 14. st.
- 4) *Bunraku* (文楽), lutkarsko kazalište iz 16. st.
- 5) *Kabuki* (歌舞伎), popularne klasične plesne drame, koje datiraju iz 17. st.
- 6) Moderno kazalište, strani prijevodi i izvorna djela, iz 19. st.

Bowers u svojoj knjizi o japanskom kazalištu govori kako je veliki dio povijesne tradicije u kazalištima zapadnog svijeta je nestao. Japan je, međutim, održao u živom obliku većinu tradicija svojih ranijih kazališta. Poznati i dokumentirani plesno-dramski oblici Japana pokrivaju trinaest stoljeća povijesti. Ti se oblici, u najvećoj približnosti svojim izvornicima i danas prikazuju na pozornici. (Bowers, 2013:10) Bowers nadalje govori: „Izolirani geografski položaj Japana u velikoj je mjeri odgovoran za ovu dugu kazališnu tradiciju. Interno, činjenica da se može pohvaliti najdužom linijom imperijalne vladavine od bilo koje zemlje na svijetu znači da unatoč promjenama stvarne moći na vojne vladare ili šogune u dijelu svoje povijesti, ona politički nikada nije pretrpjela

²⁵ „You might think that people in Japan's frenetically modern cities would ignore kabuki and nō, but in fact urban audiences are growing.“ (Brandon, Time and Tradition, 1985, str. 71)

²⁶ „A tenacious love for the beauty of the past and waves of nationalistic pride kept the traditional performing arts alive through periods of crisis and rebirth, making possible the unique pluralistic, multifaceted, colorful spectacle of today's performing arts in Japan“. (Ortolani, The Japanese Theatre: From Shamanistic Ritual to Contemporary Pluralism, 1995, str. 13)

temeljni strukturalni preokret koji bi poremetio kontinuitet njezina kazališta. Car je služio kao stabilizirajuća i umirujuća sila unutar Japana čak i prije okupacije. Osim toga, tradicija kazališta bila je zaštićena osebujnim nacionalnim obilježjem koje je Japanu omogućilo da se asimilira, a ne da ga progutaju strane kulture, kao i duboko ukorijenjenim poštovanjem nasljednih sustava. Ova potonja kvaliteta izražava se na različite načine — carski sustav, čvrsto povezane obiteljske grupe i nepovredive umjetničke hijerarhije jedinica glumaca i glazbenika“ ²⁷ (Bowers, 2013:11). Izoliranost Japana od ostatka svijeta je pridonijelo očuvanju japanske tradicije. Ovim putem japanski narod je uspio sačuvati mnogo svojih tradicionalnih umjetnosti pa čak i umjetnosti iz tuđih zemalja koje nisu mogle sačuvati svoju tradicionalnu umjetnost. Ono što je zanimljivo i što Bowers također navodi u svojoj knjizi je: „Japanci su sačuvali ne samo vlastito autohtono kazalište nego i uvoze iz Indije, Kine i Koreje, koji su već zaboravljeni u zemljama njihova podrijetla, tijekom rata na Pacifiku kritičari nacionalističke drame upotrijebili su kao temelj za tezu da je Japan bio „Muzej Orijenta“ i stoga okupljalište za druge azijske nacije koje su dopustile da njihova klasična umjetnost nestane“ ²⁸ (Bowers, 2013:11).

Više japanskih ispitanika zna za 2, 5 D mjuzikl, ali više se hrvatskih ispitanika zainteresiralo za njega. Više hrvatskih ispitanika je reklo da će nakon ankete nešto više istražiti o 2, 5 D mjuziklu i više hrvatskih ispitanika je reklo da bi gledalo svoju najdražu mangu ili anime u ovom obliku. Japanski ispitanici su pokazali dosta nisku zainteresiranost za proučavanje 2, 5 D mjuzikla nakon ankete. Japanci preferiraju mange i anime, dok su Hrvati pokazali zainteresiranost za 2, 5 D mjuzikl i jer je to većini bio novi pojam pobudio je znatiželju. Hrvatski ispitanici pokazali su iznenađujuće velik interes za videozapise i više je bilo pozitivnih odgovora i ocjena nego negativnih.

²⁷ „Japan's isolated geographical position accounts to a large extent for this long theatrical tradition. Internally, the fact that she boasts of the longest line of Imperial rule of any country in the world means that despite shifts in actual power to military rulers or shoguns for part of her history, she has politically never suffered a fundamental structural upheaval which would disrupt the continuity of her theatre. The Emperor served as a stabilizing and steadying force within Japan even before the Occupation. In addition, the tradition of the theatre was protected by a peculiar national characteristic which enables Japan to assimilate rather than be engulfed by outside cultures, as well as by a deep-rooted respect for hereditary systems. This latter quality expresses itself in various ways—the emperor system, the tightly knit family groups, and the inviolate artistic hierarchies of units of actors and musicians.“ (Bowers, Japanese Theatre, 2013, str. 11)

²⁸ „The fact that the Japanese have preserved not only their own indigenous theatre but also importations from India, China, and Korea, already forgotten in the countries of their origin, was used during the Pacific War by nationalistic drama critics as foundation for the thesis that Japan was the "Museum of the Orient" and therefore a rallying station for other Asian nations who had allowed their own classic arts to disappear.“ (Bowers, Japanese Theatre, 2013, str. 11)

Japanski ispitanici pokazali su nešto manju zainteresiranost za videozapise i iako je i dalje bilo više pozitivnih odgovora nego negativnih, veća zainteresiranost se pokazala s hrvatske strane. Japanskim ispitanicima se najviše svidio videozapis mjuzikla *Haikyuu*, a najmanje *Sailor Moon*. Hrvatskim ispitanicima se također najviše svidio videozapis mjuzikla *Haikyuu*, ali im se najmanje svidio videozapis mjuzikla *My Hero Academia*.

12. REZULTATI ANKETE I ZAKLJUČAK ISTRAŽIVANJA

Na kraju, iako je mnogo sudionika ankete pokazalo interes za 2, 5 D mjuzikl, zaključili smo da trenutno i dalje većina ljudi preferira mange i anime. To također možemo vidjeti i u svakodnevnom životu. Ako gledamo samo Hrvatsku, anime se emitira na televiziji, manga sve više dolazi u lokalne knjižare, a 2, 5 D mjuzikl se izvodi u dalekom Japanu. Na internetu ga nema puno, a i ono što je omogućeno nije uvijek sasvim pristupačno. Hrvatima je teško doći do ovog kazališta, neki videozapisi se mogu kupiti, neki su na *YouTube-u* i ono što je dostupno se teško gleda bez prijevoda ako se ne zna japanski jezik. Od Hrvata, ovakvi ishodi ankete su više-manje očekivani jer je 2, 5 D mjuzikl još relativno nov i nije toliko poznat izvan Japana.

U Japanu mange i animei većini ljudi čine svakodnevnicu. Mange i animei u Japanu igraju bitnu ulogu u društvenom i kulturnom kontekstu. Animirani filmovi, mogu biti idealan umjetnički medij za izražavanje nada i strepnji koje proizlaze iz neizvjesnosti suvremenog života. Stoga razumijevanje društvenih i kulturnih uvjeta određenog doba, regije i stanovništva postaje značajan element u istraživanju vizualnih značenja sadržanih u animiranom filmu. Usred značajne uloge masovnih medija u japanskom društvu, anime i manga postali su neodvojivi dio izrazito vizualnog japanskog života (Faradilla, Ahmad, 2023: 471). Japan je visoko razvijena zemlja, a interes za mangu i anime uključuje ne samo gledanje filmova i čitanje knjiga nego i kupnju razne tematske robe vezane za omiljene likove, kao i odlaske u tematske kafiće, klubove, na konvencije itd. Obožavatelji animea i manga su više povezani za ono što gledaju i čitaju jer suosjećaju s likovima ili temom. Ova forma zabave može biti i način izbjegavanja osobnih problema.

Ono što je još zanimljivo je intertekstualnost²⁹ u japanskim izvedbama. To možemo vidjeti i u japanskom tradicionalnom kazalištu jer se u lutkarstvu, kabukiju i kazalištu nō pojavljuju isti tekstovi. Također, to možemo vidjeti i u mangama, animeima i 2, 5 D mjuziklima. U 2, 5 dimenzionalnom mjuziklu se koriste iste teme i likovi iz adaptiranih manga i animea, pa tako i tekstovi. U svakom od ovih obilka pronaći će se neke izmjene kako bi bolje odgovarale određenoj formi, pa se tako npr. u 2, 5 dimenzionalnom mjuziklu koriste ples i glazba koje nema u mangama i animeima, ali se tekst uglavnom pokušava ostaviti vjeran originalu koliko je u mogućnosti. Jedan primjer je adaptacija mange i animea Naruto.

Intertekstualni elementi prikazani su zapletom priče i kostimima Naruto koji su vjerni onima prikazanim u mangi kakva jest. Osim toga, postoje i određene naracije reproducirane u pjesmi i postaju obilježje glazbene produkcije. Također postoji promjena načina na koji se pripovijedanje isporučuje zbog prirode novog medija. Jedan od izazova adaptacije je predstaviti priču od sedamnaest volumena mange u kazališnoj predstavi od dva i pol sata. Situacija zahtijeva uklanjanje određenih scena iz mange ili transformaciju kako bi odgovarale novom trajanju i mediju kazališta. U Naruto, ponavljanje i poznatost prikazani su kroz kostime i šminku glumaca koji podsjećaju na likove u izvornom djelu, s dijalozima koji se odnose na stvarne govorne mjehuriće u mangi. Nadalje, postoji različita vrijednost likova i scena koji nisu dovedeni u izvedbu, te novina u izvedbi pjesama koja je svakako nedostupna u mangi, kao način isporuke naracije. (Putri; Pratama 2019: 404-406)

U mangama i animeima se može uživati u vlastitom domu, kod prijatelja ili u kafiću, također ih možemo nositi sa sobom, bilo u fizičkom obliku ili digitalnom, a ako baš želimo uživati u 2, 5 D kazalištu, najbolje je posjetiti pravo kazalište za najbolji doživljaj. Bitan je podatak da jako puno obožavatelja 2D animacije ne želi taj „5“ dio već uživa u dovoljnih 2D. Veći dio obožavatelja ne želi upropastiti magiju slike i animacije s ljudskom verzijom. Efekti koji se pojavljuju u 2, 5 D mjuziklu znaju biti kreativni i ugodni za oko, ali ako vidimo likove ili mjesta iz mange i animea na jedan način koji nama odgovara, manjak toga zbog stvarnog svijeta u kojem se nalazimo

²⁹ Intertekstualnost je prva vrsta transtekstualnosti koju je ispitao Gérard Genette, definirana kao „stvarna prisutnost jednog teksta unutar drugog“, poput citata i plagijata u kojima se drugi tekst eksplicitno priziva unutar jednog teksta. Genetteova definicija daleko je restriktivnija od uobičajeno korištene definicije, budući da se „intertekstualnost“ na koju se pozivaju drugi mislioci često objašnjava kao značenja opažena unutar teksta u odnosu na druge književne ili kulturne tekstove. (Shoji, 2020: 26)

može biti razočaravajući. Ono što se zapravo želi reći je da možda neke stvari bolje izgledaju na papiru ili ekranu. Ako produkcija i gluma nisu dobre, cijela predstava može izgledati jeftino i neprofesionalno i na kraju cijela magija može biti narušena. Staviti mangu ili anime u stvaran svijet je i vrlina i mana, na kraju sve ovisi o interesu obožavatelja i osobnom ukusu. Kao što je rečeno u prethodnom poglavlju, Japanci su odrasli na mangama, pa ih one više zanimaju, Hrvati su odrasli na animeima, pa ih oni više zanimaju. Unatoč malom uzorku, zanimljivo je da većina sudionika mini ankete nije odrasla na kazalištu ili ga barem posjećivala dovoljno da postane dijelom njihova djetinjstva ili života. Premda je jasno da, 2, 5 dimenzionalni mjuzikl ne može zamijeniti mange i anime jer se upravo temelji na sižeima njihovih radnji, odnosno ovisi o zanimanju publike za anime i mangu, pažnju privlači golem potencijal koji 2, 5 D kazalište ima za razvoj zanimanja mladih za kazalište, što je tema kojoj je posvećeno iduće poglavlje.

13. ZAŠTO JE KAZALIŠTE DOBRO ZA DJECU I MLADE

Ono što je jako bitno za ovo istraživanje i što ga je potaklo je da je 2, 5 D mjuzikl prije svega kazališna forma. O značaju kazališta u razvoju mladih, a pogotovo djece Korana Ugrina u svom diplomskom radu navodi sljedeće: „kazalište za djecu nije samo oblik zabave; ono ima duboko obrazovnu komponentu. Ovaj aspekt uključuje proučavanje pedagoških metoda koje se koriste u izvedbama za djecu i kako se kazalište može integrirati u formalno i neformalno obrazovanje. Kazalište je iz više razloga vrlo bitan faktor u edukaciji djeteta“ (Ugrina, 2013:6).

Ugrina nadalje govori: „gledanje predstave pruža mogućnost da djeca razvijaju svoju maštu i kreativnost kroz proučavanje nekoga drugoga s kim se eventualno mogu poistovjetiti. U kazalištu postoji više načina kako se nešto može shvatiti i interpretirati pa se tako djecu uči tome da svoju kreativnost i maštu nauče prepoznati i koristiti. Gledanje predstave može ih inspirirati da stvaraju svoje priče ili scenarije, ako ne na papiru barem u svojoj glavi. To im može pomoći savladati izazove koji će im doći u životu“ (Ugrina, 2013:6).

Mašta i kreativnost ne dolaze svima na isti način, neka djeca su više maštovita i kreativna dok druga nisu. Mašta i kreativnost su bitan dio dječjeg razvoja i uvelike utječu na odrastanje. Druga stvar koja je bitna kod odrastanja djece je borba sa stereotipima, a Ugrina kaže: „borba protiv stereotipa u našem je društvu svakodnevica i djeca sve manje imaju priliku razviti osjećaj empatije. Empatija se u kazalištu za djecu naročito ističe jer je nasilje među mladim ljudima i djecom nešto što se često gleda na internetu i televiziji i o čemu se priča. Djeca i doma slušaju razne priče koje na njih mogu utjecati na loš način. Dok gledaju predstavu u tišini sa svog mjesta, djeca nemaju nikakvih vanjskih čimbenika koju bi im nametali mišljenje nego se imaju priliku poistovjetiti s likovima ili glumcima na sceni. Predstave mogu prikazivati likove koji su različitih starosti, spolova, etničkih grupa i socio-ekonomskih statusa. Mogu naučiti kako različiti ljudi mogu imati različite životne priče i iskustva (Ugrina, 2023:7-8).

Ugrina također spominje kako: „današnje vrijeme obilježuju mobiteli i aplikacije na njima kao što su tik-tok, instagram, snapchat. Na svim tim aplikacijama djeca su izložena brzim promjenama sadržaja bez potrebe držanja koncentracije na nečemu dulje od nekoliko minuta, pa čak i sekundi. U kazalištu nije tako. Prate jednu priču dulje vrijeme i to doprinosi razvoju njihove koncentracije. Zato bi odlazak na kazališne predstave trebao biti uvršten barem u mjesečni, ako ne i tjedni raspored života djeteta, pogotovo za vrijeme vrtića i ranijih razreda osnovne škole, ali naravno i kasnije. Kazalište ima svoja pravila koja djeca tamo uče poštovati. U kazalištu nema korištenja mobitela, sve izgleda bajkovitije, uvodi ih se u neki drukčiji svijet s drukčijim pravilima (Ugrina, 2023:7-8).

Danas je veliki broj djece ovisno o mobitelima i internetu da se čini da je nemoguće okrenuti efekt i pružiti djeci djetinjstvo kakvo se nekada imalo. Prije su djeca bila na igralištima, a sada su zatvorena u kući pred računalima i mobitelima. Elektronika već sama po sebi nije dobra, što za vid, što za mozak, a sadržaji kakve djeca i mladi gledaju još manje pozitivno utječu na njihov razvoj i pogled na budućnost. Ugrina odlično u kratkim crtama sažima najbitnije od navedenih faktora u boljoj edukaciji djece i objašnjava zašto se gledanje predstave uživo često smatra boljom opcijom za razvoj djece. „Prvo i osnovno je psihofizičko zdravlje. Pretjerano gledanje u ekrane smanjuje količinu fizičke aktivnosti koje imaju pozitivan utjecaj na razvoj djece od najranije dobi. Dalje, gledanje predstave uživo omogućuje djetetu interakciju s izvođačima i drugim gledateljima u stvarnom vremenu. To može poboljšati iskustvo i potaknuti dijete da postavi pitanja, komentira i sudjeluje u razgovoru o predstavi. Također, predstava pruža bogatiju vizualnu i auditivnu stimulaciju od većine crtića. Djeca mogu vidjeti kostime, scenografiju i glumce te čuti njihov glas i glazbu uživo, što može poboljšati njihovo razumijevanje priče i doprinijeti razvoju osjetila te mogu lakše razviti emocionalnu povezanost s likovima i pričom na pozornici, što potiče razvoj empatije i emocionalne inteligencije. I na kraju, odlaskom u kazalište stvaraju se posebne uspomene, što u druženju s obitelji i prijateljima, što u odgledanoj predstavi koja će moguće ostaviti dubok trag u sjećanju te osobe“ (Ugrina, 2023:8).

14. KAKO UKLOPITI 2, 5 D MJUZIKL U SVAKODNEVNI ŽIVOT JAPANACA

Budući da se 2, 5 D mjuzikl trenutno najviše izvodi u Japanu, približiti ga djeci i mladima ne bi trebalo biti teško. Neki od 2, 5 D mjuzikala su možda malo teži materijal za djecu, ali uvijek postoje predstave za sve uzraste. Ono što je bitno za reći je da 2, 5 D mjuzikl nije jedina vrsta predstave koja bi se trebala prikazivati djeci i mladima, ali je jedna od onih koja bi možda mogla privući više ljudi u kazalište. Djeca u odrastanju vole gledati crtane filmove pa je pretpostavka da bi im također bilo zanimljivo gledati te crtane filmove uživo. Ovim načinom možemo štititi djecu od ekrana i učiti ih kako manje koristiti elektroniku. Teme mangi i animea, koje su pretvorene na kraju u 2, 5 D mjuzikl nisu nužno uvijek poučne u istoj mjeri kao neke druge predstave koje se već godinama prikazuju, ali sve što ulazi u projekciju, od scenografije, glume, kostima, sve to čini jedno veliko nezaboravno iskustvo, pogotovo za djecu u razvijanju.

Ako pogledamo koliko je cosplay poznat u Japanu i koliko zapravo Japanci vode fiktivne likove van iz njihovog svijeta, možemo vidjeti da japanci možda ne daju dovoljnu priliku 2, 5 D mjuziklu. Na početku ovog diplomskog rada, objašnjena su dva pojma: *otaku* i *cosplay*. Ovo kazalište može biti dobar izvor za kreativnost i uživanje. Ljubitelji *cosplaya* mogu pronaći inspiraciju kada gledaju 2, 5 D mjuzikl, jer su glumci koji glume na sceni u jednu ruku u *cosplayu* jer su obučeni kao fiktivni lik i imitiraju ga. *Cosplay* pojestaje sve veći u Japanu i u svijetu pa se može pretpostaviti da ljude zanima oblačenje i imitiranje svojih najdražih likova, a 2, 5 D kazalište može samo biti bonus uz sve konvencije i natjecanja na koja idu *cosplayeri* i ljudi koji možda nisu sami *cosplayeri*, ali su zainteresirani za *cosplay*. Ako pričamo o *otaku* subkulturi, ovo može biti samo još jedan izvor interesa uz mange i anime. 2, 5 D mjuzikl može biti još jedan način na koji se proživi neka priča ili vide omiljeni likovi koje već znamo iz mangi i animea.

15. KAKO Približiti mladima Hrvatske 2, 5 D Kazalište

Kao i japanskoj mladeži, moguće je približiti 2, 5 D mjuzikl i hrvatskoj djeci i mladima. Budući da ne možemo očekivati da djeca u Hrvatskoj znaju japanski jezik postoji drugi način kako im približiti ovaj mjuzikl. Prva stvar koja se može napraviti je početi s produkcijom sinkroniziranih predstava s hrvatskim glumcima. Kao što već postoje kazališne predstave po knjigama, crtićima i filmovima, tako se može realizirati i po mangama i animeima. Potrebno je malo mašte i motivacije za prenošenje magije s papira ili televizora u kazalište. To što su mange i animei japanski proizvodi i na japanskom su jeziku, ne znači da tako mora i ostati. Postoji mnoštvo prijevoda mangi i animea, čak i na hrvatskom jeziku. Također, za malo stariju publiku, moguće je dovesti japanske glumce i gledati predstavu na japanskom jeziku s prijevodom na hrvatski ili engleski jezik u stvarnom vremenu. Cilj je odmaknuti mlade od tehnologije, ali ona u umjerenim količinama može biti korisna. Díaz-Cintas govori: „izvedbama uživo također se povećala dostupnost s lansiranjem osobnog, mobilnog zaslona 2009. koji posjetiteljima kazališta omogućuje čitanje titlova izvedbe uživo na osam različitih jezika – francuskom, njemačkom, talijanskom, španjolskom, ruskom, japanskom i kineskom, uključujući engleski za osobe oštećena sluha i one koji jezik uče. Naslove, primljene preko wifi-a na slušalicu s crnom pozadinom i narančastim tekstom kako bi se smanjio odsjaj, izradili su prevoditelji, a ne softver za prevođenje. Kazalište Shaftesbury u Londonu prvo je ponudilo ovu uslugu u nadi da će uređaji privući više turista u kazalište“ (Díaz-Cintas, 2013:130).³⁰

Ispitanici koji su sudjelovali u hrvatskoj anketi su sve mladi ljudi koji studiraju japanski jezik. Ovi ispitanici su naravno zainteresirani za japanski jezik i kulturu, a time i pop kulturu. Mnogo ovih studenata je upravo zbog mange ili animea upisalo ovaj studij, a neki su ljubav prema njima razvili tijekom studiranja. U sklopu istraživanja za svoju doktorsku disertaciju o recepciji animea i mange među hrvatskih ljubitelja animea i

³⁰ „Live performances have also seen a boost to accessibility with the launch in 2009 of a personal, mobile screen which enables theatre goers to read live captions of a performance in eight different languages – French, German, Italian, Spanish, Russian, Japanese and Chinese – (Web 12), including English for the hearing impaired and those who are learning the language. The captions, received over wifi on to a handset with a black background and orange text to minimise glare, have been made by translators rather than translation software. The Shaftesbury Theatre in London has been the first to offer this service and it is hoped that the handsets will attract more tourists to theatres“. (Díaz-Cintas, The technology turn in subtitling: Other developments. U: Thelen, M., Translation and Meaning Part 9: Proceedings of the Maastricht Session of the 5th International Maastricht - Łódź Duo Colloquium on “Translation and Meaning”, 2013, str 130)

mange, Velna Rončević obavila je niz intervjua. „Na primjer, jedna obožavateljica navodi svoju frustraciju što ne može „složiti jednostavnu rečenicu“ unatoč stalnoj izloženosti anime, mangi i japanskoj pop glazbi, što ju je potaklo da upiše tečaj japanologije u Zagrebu. Nadalje, ona ukazuje na suptilnosti japanskog jezika kao ključni dio razumijevanja teksta. Drugi obožavatelj i student japanologije navodi nemogućnost razumijevanja posebnosti humora i nijansi međuljudskih odnosa bez dovoljnog predznanja o japanskoj kulturi. O muško-ženskim odnosima i načinima obraćanja kaže: „Prije nije bilo tako jasno, jednostavno nisam razumio da to tamo tako funkcionira“. Prema njegovom mišljenju, bez određenog stupnja jezične kompetencije čovjek „ne može u potpunosti doživjeti tekstove“, sugerirajući da je jezična kompetencija relevantna čak i na razini razumijevanja prevedenog teksta.“ (Rončević, 2021:37-38) Ako mange i anime privlače obožavatelje da nauče japanski jezik kako bi mogli bolje uživati u onom što gledaju i čitaju, možda možemo koristiti istu tehniku i za 2, 5 D mjuzikl. Ovo je dobra prilika za one obožavatelje koji možda ne vole toliko 2D svijet i možda ne žele satima i satima čitati mange ili gledati 300 epizoda nekog animea. 2, 5 D mjuzikl je odličan za ljude koji vole kraću i jednostavniju radnju.

Ako se trenutno ne nalazimo u Japanu i jedino nam preostaje online verzija, ovo je odlična prilika za učenje jezika. Učiti jezik je ipak najbolje u školi, na fakultetu ili s mentorom koji prati naš napredak, ali 2, 5 D mjuzikl ima par prednosti koje bi možda mogle pomoći pri učenju japanskog jezika. Budući da su glumci u kazalištu stvarni, možemo ih vjerojatno lakše razumjeti jer nemaju tu mogućnost pretjeranih reakcija ili načina govorenja i ponašanja (što je ujedno i mana, ovisno o preferenciji gledatelja) kao animirani likovi. Lakše je obratiti pažnju na ono što lik govori umjesto na ono što radi u određenom trenutku. Također, mnogo obožavatelja koji nemaju znanja o japanskom jeziku koji se upotrebljava u svakodnevnom životu, prirodno, povlače ponašanja i jezik iz onoga što gledaju. Ako pred sobom vide pravog glumca koji glumi animiranog lika, možda možemo lakše vidjeti što od toga ostaje u fiktivnom svijetu, a što se koristi u stvarnosti u Japanu. Za učenje jezika, osim gledanja 2, 5 D predstava bilo bi još učinkovitije sudjelovati u njima. Ovim putem se više vježba govor i interakcija s drugima na japanskom jeziku.

2, 5 D mjuzikl je također, kao što samo ime kaže, mjuzikl, stoga ima pjesme i koreografiju koja se ne pojavljuje u originalnom radu po kojem je stvaran mjuzikl. Ovim putem i ako smo čitali mangu i ako smo gledali anime vidimo nešto novo što nismo vidjeli ni u jednom obliku prije.

Ljudi kažu da ako postoji film napravljen po knjizi da se obavezno prvo pogleda film pa pročita knjiga. Što se 2, 5 D mjuzikla tiče, on se apsolutno može pogledati prije animea ili čitanja mange. Radnja se može lijepo pratiti, naravno nije sve detaljno zbog ograničenog vremena, ali to može biti jako dobra stvar. Mnogo ljudi se ne želi upuštati u mange ili animee zbog njihove dužine. Mange obično imaju puno epizoda, dok animei znaju imati i po više od 300 epizoda. Također, u nekim animeima jedna scena traje po nekoliko epizoda i mnoge stvari se ponavljaju što može biti odbojno. Ako pogledamo 2, 5 D mjuzikl imamo uključene sve bitne dijelove, a onda ako nam se sviđa ono što smo pogledali možemo gledati detaljniju radnju u animeu ili mangi. Također, imati tri forme iste radnje i istih likova je jako zanimljivo i potiče nas da svaku formu gledamo drugačije i da u svakoj formi primijetimo neke različite stvari bilo to kod mange crtež, kod animea razni efekti ili kod 2, 5 D mjuzikla dovođenje fiktivnog svijeta u stvarnost.

16. ZAKLJUČAK

Istraživanje pokazuje kako su manga i animei već dugi niz godina ukorijenjeni u društvo i u Japanu i u svijetu i teško je doseći istu razinu popularnosti s obzirom na to da je 2, 5 dimenzionalni mjuzikl relativno nov pojam i namijenjen je određenoj skupini obožavatelja mangi i animea.

Cilj ovog istraživanja i na kraju ovog diplomskog rada je prikazati potencijal 2, 5 dimenzionalnog mjuzikla u širenju interesa djece i mladih za kazalište. Ovaj rad prikazuje kako je potrebno potaknuti mlade u kazalište i budući da se u 2, 5 dimenzionalnom mjuziklu koriste teme iz svakodnevnog života (ljubav, problemi s mentalnim zdravljem, odnosi među vršnjacima, itd.) ono može biti prekretnica za mlade koji ne odlaze u kazalište. Osim širenja interesa za kazalište, 2, 5 dimenzionalni mjuzikl prikazuje i korisnost u usvajanju i učenju japanskog jezika. Gledanje ovog kazališta može biti motivacija studentima i učenicima da nastave učiti japanski jezik ili pak mladima da ga počnu učiti. Ovo kazalište također može biti još jedna vrsta zabave, opuštanja i zanimljiv dodatak uz već postojeća imena mangi i animea.

Mini ankete prikazuju da sudionici preferiraju mange i anime, ali pokazuju znatnu zainteresiranost za 2, 5 dimenzionalni mjuzikl. Iako je odaziv bio mali i uzorak ne može prikazati veću sliku, ipak se može vidjeti da zainteresiranost mladih i određeni potencijal postoji. Ovim se istraživanjem želi prikazati da 2, 5 dimenzionalni mjuzikl, u budućnosti, ne mora biti nužno namijenjen samo određenoj publici. Gledatelji 2, 5 dimenzionalnog mjuzikla ne moraju biti samo obožavatelji manga i animea nego mogu biti i ljubitelji kazališta, umjetnosti, japanskog jezika ili japanske kulture. Danas je u svijetu medija zbog brze promijene *trendova* teško pretpostaviti što će u budućnosti ostati bitno i popularno. Zbog toga je na nama mladima da ne zaboravimo kazalište i da podsjećamo svoje vršnjake i one mlađe od nas da se više posvete kazalištu i umjetnosti.

17. BIBLIOGRAFIJA

Aoyama, T., Dollase, H. T., & Kan, S. (2010) Shōjo Manga: Past, Present, and Future—An Introduction. *US-Japan Women's Journal* [online], 38, 3-11. Dostupno na: <http://www.jstor.org/stable/42772006> [10. veljače 2024.]

Azuma, H. (2009) *Otaku: Japan's database animals* [online]. USA: University of Minnesota Press. Dostupno na:

https://books.google.rs/books?hl=hr&lr=&id=HhuHWI0Giu0C&oi=fnd&pg=PR5&dq=Azuma,+2009+otaku&ots=HV41zY3 ux&sig=OQZrnQB-nrho8UieaQUMppxMjIM&redir_esc=y#v=onepage&q=Azuma%2C%202009%20otaku&f=false [10. veljače 2024.]

Bowers, F. (2013). *Japanese theatre*. [online] Tuttle Publishing. Dostupno na: https://books.google.hr/books?hl=hr&lr=&id=9xbQAqAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT11&dq=types+of+musical+theatre+in+japan&ots=pPtO2No0mw&sig=ZrxdZ2JwlaCo8IIB09_FUbPV4Q&redir_esc=y#v=onepage&q=types%20of%20musical%20theatre%20in%20japan&f=false [9. kolovoza 2024.]

Brandon, J. R. (1985). *Time and Tradition in Modern Japanese Theatre*. [online] *Asian Theatre Journal*, 2(1), 71–79. Dostupno na :

<https://doi.org/10.2307/1124509> [19. rujna 2024.]

Cohn, N. (2009) *Japanese visual language: The structure of manga*. *Manga: An anthology of global and cultural perspectives* [online], 187-203. Dostupno na:

https://www.researchgate.net/publication/228519070_Japanese_Visual_Language_The_structure_of_manga [10. veljače 2024.]

Díaz-Cintas, J. (2013) *The technology turn in subtitling: Other developments*. U: Thelen, M., *Translation and Meaning Part 9: Proceedings of the Maastricht Session of the 5th International Maastricht - Łódź Duo Colloquium on "Translation and Meaning"*, Held in Maastricht, Nizozemska: Universitaire Pers Maastricht [online], 119-132.

Drazen, P. (2014) *Anime Explosion!: The What? Why? and Wow! of Japanese Animation* [online]. USA: Stone Bridge Press. Dostupno na:

https://www.google.rs/books/edition/Anime_Explosion/-s30AgAAQBAJ?hl=hr&gbpv=1&dq=Anime+Explosion!:+The+What%3F+Why%3F+and+Wow!+of+Japanese+Animation&printsec=frontcover [10. veljače 2024.]

Eng, L. (2002) Otaku-who? Technoculture, youth, consumption, and resistance. American representations of a Japanese youth subculture. [online]. Research Seminar Methods in STS. Dostupno na:

https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:OkFgxJpgKy0J:scholar.google.com/+otaku+etymology&hl=hr&as_sdt=0,5 [9. kolovoza 2024.]

Faradilla, N., Ahmad, H. A. (2023). Depictions of Socio-Cultural Elements in the Anime Series Attack On Titan Through Content Analysis Method. Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial [online], 7(2), 469-478. Dostupno na: <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/JICC/article/view/28147/13151>

[12. kolovoza 2024.]

Hoff, E. W. (2012) Cosplay as subculture: In Japan and beyond [online], 149-167. Dostupno na:

https://scholar.google.hr/scholar?hl=hr&as_sdt=0%2C5&q=+Hoff%2C+E.+W.+%282012%29+Cosplay+as+subculture%3A+In+Japan+and+beyond.&btnG=

[10. veljače 2024.]

Johnson-Woods, T. (2010) Manga: An anthology of global and cultural perspectives [online]. New York: Bloomsbury Publishing. Dostupno na:

[https://www.google.rs/books/edition/Manga/ThfHNYM3f-4C?hl=hr&gbpv=1&dq=Johnson-Woods,+T.+\(2010\)+Manga:+An+anthology+of+global+and+cultural+perspectives&printsec=frontcover](https://www.google.rs/books/edition/Manga/ThfHNYM3f-4C?hl=hr&gbpv=1&dq=Johnson-Woods,+T.+(2010)+Manga:+An+anthology+of+global+and+cultural+perspectives&printsec=frontcover) [10. veljače 2024.]

Jurkiewicz, M. (2019) The otaku lifestyle: Examining soundtracks in the anime canon. University of Missouri-Kansas City. [online] Dostupno na:

<https://www.proquest.com/openview/0edbf1a4af91b2fc90199cfda6398d25/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y> [12. kolovoza 2024.]

Lamerichs, N. (2013) The cultural dynamic of doujinshi and cosplay: Local anime fandom in Japan, USA and Europe. *Participations: Journal of Audience & Reception Studies* [online], 10(1) Dostupno na:

https://scholar.google.hr/scholar?hl=hr&as_sdt=0%2C5&q=Lamerichs%2C+N.+%282013%29+The+cultural+dynamic+of+doujinshi+and+cosplay%3A+Local+anime+fandom+in+Japan%2C+USA+and+Europe&btnG= [10. veljače 2024.]

Lent, J. A., Fitzsimmons, L. (Eds.). (2013) *Asian popular culture: New, hybrid, and alternate media*. Rowman & Littlefield [online]. Lexington Books. Dostupno na:

https://www.google.rs/books/edition/Asian_Popular_Culture/OixuQqUWHbIC?hl=hr&gbpv=1&dq=Lent%3B+Fitzsimmons,+2012+otaku&pg=PA75&printsec=frontcover [10. veljače 2024.]

MacWilliams, M. W. (2014) *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime* [online]. New York: Routledge. Dostupno na:

[https://www.google.rs/books/edition/Japanese_Visual_Culture/6dDfBQAAQBAJ?hl=hr&gbpv=1&dq=MacWilliams,+M.+W.+\(2014\)+Japanese+Visual+Culture:+Exploration+in+the+World+of+Manga+and+Anime&printsec=frontcover](https://www.google.rs/books/edition/Japanese_Visual_Culture/6dDfBQAAQBAJ?hl=hr&gbpv=1&dq=MacWilliams,+M.+W.+(2014)+Japanese+Visual+Culture:+Exploration+in+the+World+of+Manga+and+Anime&printsec=frontcover) [10. veljače 2024.]

Massaccesi, C. (2019) *Anime: A Critical Introduction*, by Rayna Denison [online]. *Alphaville: Journal of Film and Screen Media*, 17, 259-264. Dostupno na:

<https://doi.org/10.33178/alpha.17.25> [10. veljače 2024.]

Mcavoy-James, B., Fletcher, B. (2015) *Understanding the Fanboy Culture; Their Place and Role within the Games Industry* [online]. Dostupno na:

<https://eprints.staffs.ac.uk/3502/> [11. travnja 2024.]

Michizaki, T. (2023) Appearance and acceptance of manga advertisements in Japan. *Design research* [online], 87, 44-45. Dostupno na:

https://www.jstage.jst.go.jp/article/designresearch/87/0/87_44/article/-char/en

[10. veljače 2024.]

Morimoto, K., Okubo, T., Suzuki, K. (2017) Motive and psychological benefit of cosplay in adolescence. *Memoirs of the Faculty of Education, Kagawa University. Part I* [online] 147, 13-25. Dostupno na: <https://kagawa-u.repo.nii.ac.jp/records/2097>

[10. veljače 2024.]

Newitz, A. (1994) Anime otaku: Japanese animation fans outside Japan. *Bad Subjects* [online], 13(11), 1-14. Dostupno na:

https://scholar.google.hr/scholar?hl=hr&as_sdt=0%2C5&q=Newitz%2C+1994&btnG=

[10. veljače 2024.]

Ortolani, B. (1995). *The Japanese theatre: from shamanistic ritual to contemporary pluralism*. Princeton University Press.

Osawa, M. (2006) The Otaku Enigma. *Kansai Sociological Review* [online], 5, 25-39.

Dostupno na: https://www.jstage.jst.go.jp/article/ksr/5/0/5_KJ00008433919/article/-char/en [10. veljače 2024.]

Pham, P. (2021) *Representations and Reality: Defining the Ongoing Relationship between Anime and Otaku Cultures*. (neobjavljen magistarski rad) Dostupno na:

<https://openresearch.ocadu.ca/id/eprint/3359/> [10. veljače 2024.]

Putri, I., Pratama, H. (2019) From manga to stage: An adaptation study of 2.5-D musical live spectacle naruto–akatsuki no shirabe–. *Proceedings of The 1st Workshop Multimedia Education, Learning, Assessment and its Implementation in Game and Gamification* [online] Dostupno na:

https://www.researchgate.net/publication/332477827_From_manga_to_stage_An_adaptation_study_of_25-D_musical_live_spectacle_naruto_-akatsuki_no_shirabe- [10.

veljače 2024.]

Rončević, V. (2021). Croatian anime and manga fans: an encounter with Japanese culture and language. *Tabula* [online], 18, 33-50. Dostupno na:

<https://hrcak.srce.hr/265768> [10. veljače 2024.]

Sasamoto, J. (1998) Characteristics of Manga as the Medium of Communication. *Special issue of Japanese Society for the Science of Design* [online], 6(1), 70-73.

Dostupno na:

https://www.jstage.jst.go.jp/article/jssds/6/1/6_KJ00002082463/article/-char/en

[10. veljače 2024.]

Sasamoto, R. (2019) Onomatopoeia and relevance: Communication of impressions via sound. [online] Springer Nature. Dostupno na:

https://books.google.hr/books?hl=hr&lr=&id=S423DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=use+of+onomatopoeia+in+manga+ryoko+sasamoto&ots=GvSwmf3YUw&sig=0CcGwQ0LiR_PZbMHIPRhvP_UN3A&redir_esc=y#v=onepage&q=use%20of%20onomatopoeia%20in%20manga%20ryoko%20sasamoto&f=false [9. kolovoza 2024.]

Schodt, F. L. (1983) Manga! Manga! The World of Japanese Comics. Kodansha International

Shoji, M. (2020). Paratext in Contemporary Theatre Practice (Doktorska disertacija, University of Sheffield). [online] Dostupno na: <https://etheses.whiterose.ac.uk/28435/> [12. kolovoza 2024.]

Suzuki, K. (2017) The 2.5 Dimension Musical. The Kyoritsu journal of arts and letters [online], 63, 1-11. Dostupno na: <https://kyoritsu.repo.nii.ac.jp/records/3210> [10. veljače 2024.]

Tagawa, T. (2009) Direction of Otaku Analysis. Bulletin of Nagoya Bunri University [online], 9, 73-80. Dostupno na:

https://www.jstage.jst.go.jp/article/nbukiyou/9/0/9_KJ00006081539/article/-char/ja

[10. veljače 2024.]

Ugrina, K. (2023) Kazalište i djeca. Diplomski rad. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Akademija dramske umjetnosti

Zihui, L. (2019) Japanese 2.5-Dimensional Theater: Presentation and Perception of Popular Theater in Contemporary Japan. Diplomski rad. Singapore: National University of Singapore.

Yazaki, M. (2011) Development of "Anime-de Nihongo" Japanese Learning Activities with Anime : Examples from the Classes for Young JAL Learners. Shizuoka University International Exchange Center [online], 57, 57–74. Dostupno na:

<https://shizuoka.repo.nii.ac.jp/records/5209> [10. veljače 2024.]

Videozapisi korišteni u anketi:

Sailor moon, https://www.youtube.com/watch?v=nX_dcpSkJUI [11. studeni 2022.]

Haikyuu, <https://www.youtube.com/watch?v=OyrM7BenAZk> [11. studeni 2022.]

My hero academia, https://www.youtube.com/watch?v=QKP1M3o_h-s [11. studeni 2022.]

Naruto, <https://www.youtube.com/watch?v=yOGS1qFEBfM> [11. studeni 2022.]

SAŽETAK

Manga i anime danas su najpopularniji oblici japanske pop kulture. Pojavljuju se u gotovo svim regijama svijeta i jako ga vole ljudi svih generacija. 2, 5 dimenzionalni mjuzikli, koji su ujedno i anime mjuzikli, relativno su nov koncept koji je namijenjen određenoj skupini obožavatelja mangi i animea, pa mnogi još nisu čuli za njih. U ovom diplomskom radu istražuje se mogu li 2, 5 dimenzionalni mjuzikli dosegnuti istu ili sličnu razinu popularnosti kao mange i anime. Koriste se dvije mini ankete, jedna na hrvatskom jeziku za hrvatske studente i jedna na japanskom jeziku za japanske studente. Ovim putem se primaju podaci o interesu mladih za mange, anime i 2, 5 D mjuzikl, s naglaskom na 2, 5 D mjuzikl. Sudionicima akete prikazani su videozapisi adaptacija 2, 5 dimenzionalnih mjuzikala i pomoću njih je ovaj mjuzikl prikazan za one koji ga nikad nisu vidjeli ni čuli za njega. Anketom je donesen zaključak da je i dalje najviše ljudi zainteresirano za mange i anime, ali interes za 2, 5 dimenzionalni mjuzikl raste. U radu se prikazuje kako 2, 5 dimenzionalni mjuzikl može potencijalno pomoći kod zainteresiranosti mladih za kazalište jer se u 2, 5 dimenzionalnom mjuziklu koriste teme iz stvarnog života s kojima se mladi mogu više poistovijetiti, a također je dobar za koncentraciju i psihofizičko zdravlje djece i mladih. 2, 5 dimenzionalni mjuzikl također može biti motivacija za učenje japanskog jezika i jedan od načina kako približiti japansku kulturu i pop kulturu mladima. Za studente i učenike ovo kazalište može biti jedan od načina da nastave učiti japanski jezik ili da ga usavrše time što prikazuje stvarne glumce pomoću kojih je potencijalno lakše razumijeti riječi i osjetiti emocije. Također, za ljude koji ne znaju japanski jezik 2, 5 dimenzionalni mjuzikl može biti motivacija da ga krenu učiti.

Ključne riječi: 2, 5 dimenzionalni mjuzikl, manga, anime, kazalište

CAN 2, 5 DIMENSIONAL MUSICAL REPLACE MANGA AND ANIME?

Abstract

Manga and anime are the most popular forms of Japanese pop culture today. They appear in almost all regions of the world and are very much loved by people of all generations. 2, 5 dimensional musicals, which are also anime musicals, are a relatively new concept aimed at a certain group of manga and anime fans, so many have not heard of them yet. This thesis investigates whether 2, 5 dimensional musicals can reach the same or similar level of popularity as manga and anime. Two mini surveys are used, one in Croatian for Croatian students and one in Japanese for Japanese students. In this way, information is received on the interest of young people in manga, anime and 2, 5 D musicals, with an emphasis on 2, 5 D musicals. Videos of adaptations of 2, 5 dimensional musicals were shown to survey participants and used to introduce this musical to those who had never seen or heard of it. The survey concluded that most people are still interested in manga and anime, but interest in 2, 5 dimensional musicals is growing. This paper shows how a 2, 5 dimensional musical can potentially help young people's interest in theater, because the 2, 5 dimensional musical uses themes from real life with which young people can identify more, and is also good for concentration and psychophysical health of children and young people. A 2, 5 dimensional musical can also be a motivation for learning Japanese and one of the ways to bring Japanese culture and pop culture closer to young people. For students, this theater can be one way to continue learning Japanese or improve it by showing real actors that potentially make it easier to understand the words and feel the emotions. Also, for people who do not know the Japanese language 2, 5 dimensional musical can be a motivation to start learning it.

Keywords: 2, 5 dimensional musical, manga, anime, theater

2.5 次元ミュージカルは漫画やアニメの代わりになり得るか？

概要

マンガやアニメは、現代日本のポップカルチャーにおいて最も人気のある表現形式のひとつであり、世界中の多くの地域で幅広い世代に支持されている。その中でも「2.5次元ミュージカル」は、アニメやマンガの舞台化に基づく新しいジャンルであり、特にアニメやマンガのファンに向けた比較的新しいコンセプトである。そのため、まだ広く認知されていない場合も多いと言える。本論文では、2.5次元ミュージカルが、マンガやアニメと同等の人気を得る可能性があるかどうかを探ることを目的としている。

調査として2つのアンケートを行い、これらについて1つはクロアチアの学生を対象にクロアチア語で、もう1つは日本の学生を対象に日本語で実施した。この調査を通じて、若者がマンガやアニメ、2.5次元ミュージカルに対して抱く関心に関するデータが収集された。また、調査対象者には、2.5次元ミュージカルの映像を提示し、これまでその存在を知らなかった人々に対して、このジャンルを紹介する形を取った。

調査の結果、大多数の参加者は依然としてマンガやアニメに強い関心を抱いている一方で、2.5次元ミュージカルへの関心が徐々に高まっていることが確認された。

また、2.5次元ミュージカルが若者の演劇に対する興味を喚起する潜在的な可能性がある点についても議論を行った。その理由としては、2.5次元ミュージカルは若者が共感しやすい現実世界のテーマを扱っていることや、子供や若者の集中力や心身の健康にも良い影響を与える可能性があることなどが挙げられる。

さらに、2.5次元ミュージカルは日本語学習のモチベーションを高める要因となり得るだけでなく、日本の文化やポップカルチャーを若者により身近に感じさせる手段のひとつにもなれる。特に学生にとっては、2.5次元ミュージカルを通じて実際の俳優の演技を見ることで言語理解が促進され、感情の共有が容易になるため、日本語学習の継続や上達に役立つと考えられる。また、日本語に精通していない人々にとっても、2.5次元ミュージカルは日本語学習を始めるきっかけとなる可能性がある。

キーワード: 2.5次元ミュージカル、マンガ、アニメ、演劇