

Biuletyn Informacyjny



Maj 2009

Japońska popkultura

Wydawca: Ambasada Japonii w Polsce



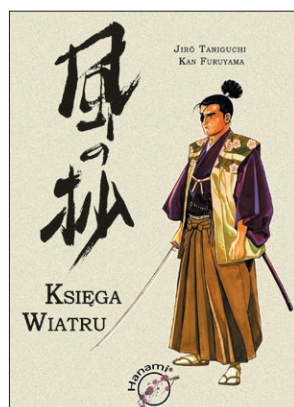
Spirited Away: W Krainie Bogów
Dystrybucja: Monolith

アニメ



Mój sąsiad Totoro
Dystrybucja: Monolith

マンガ



Fot. Marcin Tatarczuk



Fot. Marcin Tatarczuk



Fot. Marcin Tatarczuk

Manga w Japonii

Początki mangi w Japonii sięgają 12. wieku, kiedy to zaczęły powstawać ilustrowane zwoje przedstawiające sceny pełne ruchu i dynamiki. Jednak kamień milowy w sztuce komiksu położył wybitny artysta drzeworytnik, Hokusai Katsushika (1760?-1849). Wśród wielu jego dzieł na szczególną uwagę zasługuje cykl „Manga”, liczący około 4000 rysunków. Przedstawiały one zarówno bohaterów legend, jak i zwykłych mieszkańców miast i wsi, a także wizerunki rozmaitych zwierząt i roślin. Niektóre spośród nich zachwycają wnikliwą analizą zachowania się ciała ludzkiego w ruchu. Dzieło Hokusai’a cieszyło się ogromną popularnością, a ostatnie jego tomy (łącznie 15) zostały wydane w 1878 roku, na wiele lat po śmierci artysty.

Gwałtowny rozwój *mangi* nastąpił po 2. wojnie światowej. Nieocenione są na tym polu zasługi Osamu Tezuka (1928-1989), zwanego „bogie *mangi*”. Jego pierwsze komiksy zamieszczane w prasie stały się ewenementem na rynku i sprzedane zostały w liczbie ponad czterystu tysięcy egzemplarzy, co w powojennej Japonii stanowiło niezwykle zjawisko. O sukcesie zdecydowała bogata wyobraźnia artysty, znakomita kreska oraz odkrywanie nowych technik rysowania. Wśród wielu innowacji, jakie wprowadził Osamu Tezuka, jednym z najistotniejszych jest przeniesienie do *mangi* sposobu komponowania w oparciu o sekwencje filmowe: rozrysowanie w poszczególnych ramkach kolejnych zbliżeń modelu, oglądanie scen z różnej perspektywy, wprowadzenie różnych kształtów ramek, co znacznie zwiększyło dynamikę opowiadania. Większość współczesnych rysowników, choć wzbogaca tematykę komiksów i korzysta z nowych środków technicznych, bazuje na fundamentach wykreowanych przez Osamu Tezukę.



Fot. Marcin Tatarczuk



Specyficzną cechą *mangi* jest jej długość – przeciętny tomik liczy sobie zwykle około dwustu stron. Kolejną istotną cechą odróżniającą *mangę* od komiksu zachodniego jest niewielka ilość kolorowych ilustracji. Większość rysunków jest czarno-biała.

Manga jest w Japonii niezwykle popularna i wywiera znaczący wpływ na wiele aspektów kultury i sztuki. Może o tym świadczyć fakt, że w 2006 roku wydawnictwa komiksowe stanowiły 22,4% łącznych obrotów na rynku książek i czasopism oraz 36,7% publikacji (łącznie ukazało się 1,27 miliarda egzemplarzy). Najpopularniejszym obecnie magazynem mangowym jest tygodnik *Shōnen Jump*, który w ostatnim kwartale 2008 roku wydawany był w nakładzie blisko 2,8 miliona egzemplarzy. Odbiorcami *mangi* nie są bynajmniej tylko dzieci. Powstają komiksy skierowane do różnych grup społecznych, pracowników firm czy gospodyń domowych. Ich tematyka również jest bogata i różnorodna – od opowieści komediowych, science-fiction, wzruszających po erotyczne komiksy dla dorosłych. Wiele mang należy do gatunku non-fiction i ma zastosowanie użytkowe, stanowiąc źródło informacji o kulturze czy historii. Wydań w formie komiksowej doczekały się także liczne arcydzieła japońskiej literatury, takie jak np. *Opowieść o Księciu Genji*.

Japończycy czytają mangi nie tylko w domu czy w środkach komunikacji miejskiej. W całym kraju można na każdym kroku spotkać tzw. *manga kissa* (kawiarnie mangowe) – lokale, w których można do woli czytać komiksy, popijając przy tym kawę lub inny napój.

Wielu młodych Japończyków marzy o tym, by zostać w przyszłości *mangaka* (rysownikiem *mangi*). Na uniwersytetach w całym kraju działają pracownie komiksowe, zaś w 2006 roku na uniwersytecie Seika w Kioto uruchomiony został pierwszy w Japonii Wydział Mangi.

Dla dalszej popularyzacji *mangi*, w 2007 roku z inicjatywy ówczesnego ministra spraw zagranicznych Japonii, Taro Aso, prywatnie wielbiciela *mangi*, usta-

nowiona została Międzynarodowa Nagroda Mangi (International Manga Award), o którą corocznie mogą się ubiegać twórcy z całego świata. Laureaci są zapraszani do Japonii, gdzie mają okazję spotkać się z rysownikami japońskimi oraz odwiedzić siedziby wydawnictw mangowych. Informacje o konkursie są zamieszczane na stronie internetowej Ambasady Japonii (<http://www.pl.emb-japan.go.jp>).

Manga w Polsce

Japoński komiks zagościł na rynku polskim w drugiej połowie lat 90. ubiegłego wieku. Pierwszą *mangą* wydaną w Polsce było *Aż do nieba* autorstwa Riyoko Ikedy. Pionierami na rynku mangowym w Polsce były wydawnictwa JPF, Waneko oraz Egmont, później dołączyły do nich także m.in. Mandragora i Hanami. Do tej pory w Polsce wydanych zostało około osiemdziesięciu tytułów, w tym te najpopularniejsze – *Akira*, *Ghost in the Shell*, *Naruto*, *Neon Genesis Evangelion* czy *Vagabond*. Każdego miesiąca ukazuje się kilka nowych tomów, każdy w kilkutyśiącym nakładzie. Chcąc jak najbardziej przybliżyć polski przekład do oryginału, wydawcy zdecydowali o wydawaniu *mang* czytanych od prawej do lewej strony – tak, jak się to robi w Japonii.



Anime w Japonii

Słowo anime jest skrótem od *animation* i oznacza film animowany. W Japonii można wyróżnić dwa podstawowe typy *anime*: seriale telewizyjne oraz niezależne produkcje kinowe. *Anime* są ściśle powiązane z *mangą*, która często stanowi pierwowzór dla filmu. Jednym z pionierów japońskiej animacji był wspomniany wcześniej Tezuka Osamu, twórca serii *Tetsuwan Atomu*. Wielką popularnością cieszyły się też takie produkcje jak *Doraemon*, *Dragon Ball* czy *Pokemon*.

Wśród najważniejszych animowanych filmów kinowych z całą pewnością należy wymienić takie dzieła, jak *Akira* w reżyserii Katsuhiro Otomo czy *Ghost in the Shell* Mamoru Oshii, który wywarł wpływ na wiele hollywoodzkich produkcji, m.in. *Matrix*. Jednak przez ponad 20 ostatnich lat niezaprzeczalnie największym twórcą anime jest Hayao Miyazaki, nazywany „bogiem anime” lub „japońskim Disneyem”, reżyser takich filmów, jak *Nausicaa z Doliny Wiatru* czy *Mój sąsiad Totoro*. W 1985 roku wspólnie z Isao Takahatą, reżyserem filmu *Grobowiec świetlików*, założył Studio Ghibli. Dzieła Miyazakiego, tworzone przy użyciu tradycyjnych technik, z minimalnym wykorzystaniem komputerów, zachwycają swym rozmachem. Łączą w sobie poczucie humoru



z krytyką współczesnego społeczeństwa i filozoficzną refleksją nad ludzką egzystencją. Często też poruszają takie kwestie, jak problem ochrony środowiska. Jak dotąd największy sukces spośród nich odniosło anime *Spirited Away* – *W krainie bogów*, zdobywca Złotego Niedźwiedzia na Międzynarodowym Festiwalu Filmowym w Berlinie w 2002 roku oraz Oscara w kategorii pełnometrażowych filmów animowanych w 2003 roku. Jest to pierwsze w historii anime, nagrodzone tym prestiżowym wyróżnieniem. W Japonii *Spirited Away* wyprzedził *Titanica*, zajmując pierwsze miejsce na liście najlepiej zarabiających filmów wszech czasów. W pierwszej piątce znalazły się również dwa kolejne dzieła Miyazakiego – *Księżniczka Mononoke* oraz *Ruchomy zamek Hauru*.



Wypożyczalnia anime
Fot. Marcin Tatarczuk



Mój sąsiad Totoro
Dystrybucja: Monolith

Produkcja i sprzedaż *anime* w Japonii to potężny rynek, którego wartość w 2006 roku oceniana była na ok. 260 miliardów jenów (ok. 7 miliardów złotych). Filmy animowane przynoszą około połowy zysków z produkcji kinowych. Każdego tygodnia powstaje łącznie kilkadziesiąt nowych anime, przede wszystkim produkcji telewizyjnych. Japońskie *anime*, podobnie jak *mangi*, przeznaczone są dla wszystkich grup wiekowych, od małych dzieci aż po dorosłych. Popularność japońskiej animacji nie ogranicza się bynajmniej do jej ojczyzny, wielu fanów *anime* można dziś znaleźć na całym świecie.

Ośrodki akademickie w Japonii również zaczynają dostrzegać potencjał drzemący w *anime*. W kwietniu 2008 roku na Uniwersytecie Sztuk Pięknych w Tokio, jednej z najbardziej prestiżowych placówek kształcących artystów, uruchomiony został kurs w zakresie animacji. Wcześniej różne uniwersytety prywatne oferowały kursy poświęcone sztuce animacji, jednak po raz pierwszy kierunek ten zawitał na uczelni państwowej. Z wydziałem współpracuje wiele znamienitych postaci świata anime, m.in. Koji Yamamura, którego dzieło *Atama-yama* zostało nominowane w 2002 roku do Oscara w kategorii krótkometrażowych filmów animowanych.



Spirited Away: W Krainie Bogów
Dystrybucja: Monolith

Anime w Polsce

Japońskie filmy animowane pojawiły się w Polsce w pierwszej połowie lat 90. ubiegłego wieku, kiedy to telewizja pokazała takie klasyczne produkcje, jak *Sally Czarodziejka*, *Yattaman*, *Kapitan Tsubasa* czy *Czarodziejka z Księżyca*. Wkrótce potem anime zaczęło się pojawiać w coraz większej ilości stacji. Ruszyła także dystrybucja na kasetach VHS i płytach DVD. Obecnie w polskiej wersji językowej dostępnych jest w sprzedaży i wypożyczalniach kilkadziesiąt tytułów i wciąż przybierają nowe. W 2007 roku firma Monolith wprowadziła na rynek Kolekcję *Studia Ghibli*, składającą się z 12 arcydzieł Hayao Miyazakiego i współpracujących z nim wybitnych twórców *anime*. W polskich kinach były także wyświetlane takie filmy ze studia Ghibli jak: *Mój sąsiad Totoro*, *Księżniczka Mononoke*, *Spirited Away* czy *Ruchomy zamek Hauru*.

Wlutym 2003 roku Polskę odwiedzili Takayaki Matsutani, prezes studia Tezuka Production oraz Shigeyuki Hayashi, znany jako Rintaro, reżyser takich filmów, jak *X* czy *Metropolis*. Wykłady w Centrum Sztuki i Techniki Japońskiej w Krakowie oraz Wydziale Informatyki i Kultury Ambasady Japonii w Warszawie cieszyły się ogromnym zainteresowaniem. Słuchacze mogli dowiedzieć się o historii japońskiej animacji, filmach Osamu Tezuki oraz poznać tajniki produkcji *anime*.

Wmarcu 2007 roku do Polski przyjechał Yoshiaki Sakurai, scenarzysta w studio Production I.G., które ma na swoim koncie takie filmy jak *Ghost in*

the Shell, czy nagrodzony podczas festiwalu w Cannes *Innocence*. Na wykład w Wydziale Informatyki i Kultury przyszło ponad 250 osób w różnym wieku, aby posłuchać o kulisach pracy scenarzystów, animatorów i edytorów. Wykładowi towarzyszył pokaz pierwszego odcinka serii *Ghost in The Shell SAC 2nd GIG*, wydawanej w Polsce przez firmę IDG. Yoshiki Sakurai wygłosił także wykład w Polsko-Japońskiej Wyższej Szkole Technik Komputerowych, gdzie zapoznał studentów z bardziej technicznymi szczegółami produkcji, obróbki i edycji filmów animowanych.

Anime i manga znajdują w Polsce coraz więcej entuzjastów. Fani łączą się za pośrednictwem Internetu, zakładając portale poświęcone japońskiemu komiksowi i animacji. Organizowane są także liczne konwenty, które są okazją do spotkań, wspólnej zabawy i wymiany doświadczeń.



Okiem specjalisty z Japonii na *mangę* i *anime* w Polsce

**Wywiad z Yoshimasą Mizuo,
wolontariuszem pracującym na Uniwersytecie
Mikołaja Kopernika w Toruniu
w ramach programu Japońskiego Wolontariatu Kulturalnego.**

Jak ocenia Pan rozwój popularności *mangi* i *anime* w Polsce?

Myślę, że wielu ludzi nadal postrzega anime jako produkt adresowany do dzieci. Jednak osoby z pokolenia 20-latków mają od dzieciństwa styczność z japońską animacją i komiksem, dlatego też ten aspekt naszej kultury cieszy się coraz większym zainteresowaniem i zrozumieniem. *Manga* jest chętnie czytana i ma wielu zwolenników wśród młodzieży obu płci. Zagorzałych fanów jednak nie ma aż tak wielu i choć w Warszawie i innych dużych miastach odbywają się imprezy związane z *mangą* i *anime*, to nie są one jeszcze tak powszechne. Dostrzegam też różnice między regionami.

Z jakimi reakcjami spotkał się Pan, opowiadając o *mang* i *anime* w czasie swojej pracy jako wo-

lontariusz? Co wywarło na Panu szczególne wrażenie?

Studenci wykazują ogromne zainteresowanie *mangą* i *anime*. Mało tego, bardzo ciekawi ich również sama Japonia, interesują się japońską literaturą, a jeżeli chodzi o popkulturę, to wśród chłopców popularne są gry wideo, zaś dziewczęta interesuje świat idoli i celebrytów. Studenci sporo wiedzą też o japońskich programach telewizyjnych i znają filmy japońskie. Byłem bardzo zaskoczony, kiedy potrafili wymienić imiona członków popularnej grupy „Arashi”. Odniosłem wrażenie, że w lokalnej telewizji jest niewiele programów skierowanych do młodych ludzi.

Yoshimasa Mizuo przez 38 lat pracował w firmie Kodansha, gdzie zajmował się edycją *mang* i *anime*.

Japońska popkultura to

Gry wideo



Fot. Marcin Tatarczuk

Historia gier wideo w Japonii liczy sobie już ponad 30 lat, a jej przełomowym momentem było pojawienie się gry *Space Invaders* w 1979 roku. Obecnie w każdym mieście można znaleźć salony gier pełne przeróżnych automatów, które są jedną z ulubionych rozrywek Japończyków. Japońska firma Konami stworzyła grę *Dance Dance Revolution*, która stała się bardzo popularna zarówno w Japonii, jak i na całym świecie. Często widokiem są także urządzenia typu *ufo catcher*, w których grający operuje specjalnym chwytakiem i próbuje zdobyć nagrody rzeczowe.

W Japonii prężnie rozwija się również rynek konsol do gier. Firmy Sony czy Nintendo oraz ich produkty, takie jak *Play Station 3*, czy *Double Screen* oraz *Wii* wyznaczają nowe trendy

w światowym przemyśle rozrywkowym. W 2008 roku łączna sprzedaż konsol i przeznaczonych dla nich oprogramowania osiągnęła kwotę ok. 550 miliardów jenów (ok. 13 miliardów złotych). Premiera każdej nowej konsoli jest niezwykle ważnym wydarzeniem, a wręcz świętem dla fanów na całym świecie, którzy ustawiają się w długich kolejkach, aby kupić wymarzony produkt. Oprócz rynku pierwotnego, doskonale prosperuje także rynek wtórny. W wielu sklepach można kupić używane gry i konsole.



Fot. Marcin Tatarczuk



Fot. Marcin Tatarczuk



Fot. Marcin Tatarczuk

nie tylko *manga* i *anime*!

Telefony komórkowe

Telefony komórkowe w Japonii oraz zakres ich wykorzystania rozwinęły się do tego stopnia, że można je uznać za odrębny wytwór popkultury. Obecnie przeważająca większość popularnych modeli wyposażona jest w kolorowy wyświetlacz o wysokiej rozdzielczości i aparat fotograficzny. Bardziej zaawansowane posiadają także nadajnik GPS oraz możliwość nagrywania filmów wideo i odbierania telewizji. W marcu 2008 roku w Japonii aktywnych było około 103 milionów telefonów komórkowych



Komórki w Japonii służą nie tylko do prowadzenia rozmów i wysyłania wiadomości e-mail, lecz oferują dużo szersze możliwości. Istnieje niezliczona ilość gier oraz stron internetowych przeznaczonych specjalnie dla telefonów. Wielu ludzi robi przy pomocy komórki zdjęcia atrakcji turystycznych, imprez itp. i rozsyła je swoim znajomym, co znacznie usprawnia wymianę informacji. O ile dawniej ludzie w środkach lokomocji przeważnie czytali gazety, książki lub komiksy, obecnie można dostrzec coraz więcej osób wpatrzonych w ekran telefonu. W Japonii powstało nawet slangowe określenie *oyayubi zoku* (dosł. „kciukowcy”), oznaczające osoby (głównie młodzież), dla których komórka jest nieodłączną częścią życia codziennego i które spędzają wiele czasu klepiąc kciukiem w jej klawiaturę. Za pomocą zaledwie jednego palca można nie tylko wysłać e-maila, lecz także zamówić bilety na koncert, zrobić zakupy, czy zlecić przelew w banku. Wszystko to umożliwia wysoko rozwinięta sieć usług dla telefonów komórkowych.

Ciekawym zjawiskiem społecznym są tzw. „powieści na komórkę” (jap. *keitai shōsetsu*). Są to utwory literackie celowo pisane i przeznaczone do wyświetlania i dystrybucji za pomocą telefonów komórkowych. Za ich ojca uważany jest twórca o pseudonimie Yoshi, który w 2002 roku opublikował na specjalnie utworzonej przez siebie stronie internetowej opowieść *Deep Love*. „Powieści na komórkę” cieszą się w Japonii coraz większą popularnością, ale opinie na ich temat są podzielone. Niemniej jednak stanowią one namiastkę literatury dla młodego pokolenia, które coraz rzadziej sięga po książki.



Działania rządu Japonii na rzecz popkultury

Ambasador kultury *anime*

W marcu 2008 roku w japońskim MSZ odbyła się oficjalna ceremonia, podczas której Doraemon, bohater serii *mang* oraz licznych *anime*, został mianowany Ambasadorem Kultury Anime. W ramach pełnienia swojej misji, będzie pojawiał się przy okazji prezentacji japońskich filmów animowanych podczas wydarzeń kulturalnych organizowanych za granicą przez rząd japoński. Pokazy *anime* mają na celu lepsze zapoznanie obcokrajowców z japońską popkulturą, a tym samym promocję zainteresowania samą Japonią.

Historie opisywane w *magach* i *anime* z serii Doraemon przedstawiają życie i zwyczaje dnia codziennego przeciętnej japońskiej rodziny. Dzięki nim czytelnicy i widzowie mogą lepiej poznać zwykłych Japończyków i różne aspekty ich życia.



Doraemon

Przybyły z 22. wieku kot-robot, który mieszka u rodziny nieco ślamazarnego ucznia szkoły podstawowej o imieniu Nobita Nobi. Cechy charakterystyczne Doraemona to brak uszu (które zjadły mu myszy), a także „czterowymiarowa kieszeń”, z której może wyciągać przeróżne gadżety. W Japonii seria komiksów i filmów o Doraemonie cieszy się od lat niesłabnącą popularnością, a w 2007 roku Doraemon zwyciężył w plebiscycie magazynu *Nikkei Entertainment* na temat „Książka lub komiks, który chcę przeczytać przed śmiercią”.

Ambasadorki mody

W lutym 2009 roku trzy młode przedstawicielki japońskiego świata mody zostały mianowane „ambasadorkami stylu *kawaii*”. Ich zadaniem będzie promowanie za granicą najnowszych trendów w modzie i kulturze japońskiej, jak również aktywna popularyzacja japońskiej popkultury związanej ze światem mody.



Shizuka Fujioka

Doradca w firmie „CONOMI”, sprzedającej ubrania w stylu

mundurków szkolnych, zyskujące coraz większą poapularność także poza granicami Japonii. Jedna z czołowych postaci świata mody „mundurkowej”.



Yu Kimura

Piosenkarka, wokalistka zespołu „PEEP-4U”, a także jedna

z głównych przedstawicielek mody w stylu dzielnicy Harajuku, coraz bardziej popularnym wśród kobiet na całym świecie.



Misako Aoki

Modelka, jej zdjęcia pojawiają się w takich magazynach

związanych z modą, jak „KERA” czy „KERA Maniacs”. Jest przedstawicielką mody w stylu lolita, popularność zawdzięcza wyjątkowej charyzmie