

MANGA, ANIME ȘI BLOGOSFERA: LUMEA VIRTUALĂ, LEXICUL JAPONEZ CONTEMPORAN ȘI GLOBALIZAREA

Despre Japonia se afirmă frecvent că se „globalizează” – mai cu seamă în sfera economicului, cel mai influent comentator al acestui proces fiind considerat *Kenichi Ohmae* [1]. Citând un studiu realizat de antropologii *Befu* și *Stalker*, în consens cu comentatorul mai sus menționat, cercetătorul *Dixon Heung Wah Wong* observa că fenomenul globalizării „nu este un proces abstract, ci profund implementat într-un context specific” [2]. Dacă despre implicațiile economice ale acestui fenomen s-a discutat îndelung [3], studiile despre influențele nipone în zona culturii sunt prea puțin numeroase [4]. Fenomenul „globalizării” (*gurōbaruka*) [5] nipone a înlocuit tradiționala „internaționalizare” (*kokusaika*) – proces care implica un alt tip de ecuație, care presupunea existența a doi actanți, dintre cele două state unul fiind întotdeauna Japonia [6]. În acest proces vast al globalizării, artele vizuale japoneze joacă un rol din ce în ce mai important – începând cu arhitectura, continuând cu arta grafică și încheind în ultimii ani, mai cu seamă cu elemente provenind din cultura populară. Nici România nu rămâne departe de acest fenomen. Vocabularul limbii române în spațiul virtual tinde să se extindă mai mult decât orice așteptare din pricina pătrunderii unui fenomen devenit deja o parte integrantă a globalizării: filmul de animație de proveniență japoneză, cu particularitățile sale. În România, atât lumea reală, cât și cea virtuală răspund stimulului extern. Pe de o parte în ultimii cinci ani au apărut reviste și chiar cărți cu acest subiect, poate cea mai neașteptată fiind cea publicată în 2008, la Sibiu, în limba germană, cu acest subiect [7], o dovadă incontestabilă a popularității fenomenului în țara noastră. În ceainăria numită „Yume” (în limba japoneză „vis”) din Cluj, clienții respectă codul cultural nipon (se descaltă la intrare, beau ceai japonez, încearcă să vorbească în limba japoneză, participă la întruniri ale clubului *manga-anime* din oraș, ascultă muzică din anime-uri) și, în limitele unei sfere culturale clar delimitate, intră, drept urmare a unui real interes, într-o lume diferită de cea aflată dincolo de pragul magazinului. Pe de altă parte, lumea virtuală popularizează fenomenul cu o reperiție și amploare mult mai mare, prin intermediul blogurilor care uneori se găsesc chiar pe site-urile consacrate precum www.otaku.ro, www.manga-anime.ro, www.manga-mania.ro, himawari.ro/mangaholic, sau prin magazinul virtual mangashop.ro propunând consumatorilor acestui gen atât teme, motive și imagini, cât și obiecte mai puțin obișnuite pentru cultura circumscrisă spațiului românesc, care presupun existența unui lexic nou. Chiar pe pagina de web aflată la începutul site-ului *otaku.ro* întâlnim un lexicon specializat (intitulat „Dicționar”) [8], din care ne rețin atenția mai cu seamă termenii-cheie din vocabular: **manga** și **anime**. Având întrebuintărea similară celei sub care se prezintă în prezent, vechimea acestora nu depășește un secol.

Dicționarul termenilor artistici definește **manga** 漫画 (ce poate fi tradus prin „imagini capricioase”) drept desen comic, realizat cu scopul de a-l face pe privitor să râdă [9]. Primele **manga** erau schițe executate cu ajutorul pensulei, din numai câteva trăsături, obținute rapid. Aceste prime desene pot fi împărțite în două categorii: cele care se adresează unui public larg și cele care se adresează unui public restrâns, accentul căzând în al doilea caz, pe arta și limbajul elevate. Deși formele sub care a pătruns în Asia și s-a răspândit mai apoi în întreaga lume datează din perioada de după cel de-al Doilea Război Mondial, această formă de cultură vizuală are o istorie impresionantă în spațiul nipon, după cum subliniază și criticul *Frederik L. Schodt* [10]. Cele mai vechi caricaturi-schițe cu conținut umoristic pot fi observate pe cea mai veche clădire recunoscută din lume, monument intrat în Patrimoniul UNESCO – Templul *Hōryū* (cunoscut și sub denumirea de *Hōryūji*) [11], una dintre acestea datând se pare din 745 AD [12]. Dacă privim operele grafice ale Starețului budist *Toba* (1053 – 1140),

Pergamentul animalelor înnebunite și Originea lui Shigisan, înțelegem motivul pentru care este identificat drept primul *mangaka* (desenator de *manga*) din istoria artistică a Japoniei [13]. În timpul audierii unui curs de istoria artei japoneze ținut de către un profesor nipon, *Yashiro Yukio*, la Harvard, un student american a făcut chiar o paralelă între desenele lui *Toba* și deja clasicele personaje lansate de *Walt Disney* în anii '30 în Statele Unite ale Americii [14]. Nu s-a dovedit încă în nici un fel o reală „paternitate” a desenelor japoneze asupra celor aparținând lui *Disney*, însă în unele studii de specialitate găsim paralele între imaginile japoneze – cum ar fi, spre exemplu cele ale preotului *Zen Ikkyū* (1394 – 1481), înfățișând schelete dansând și imagini similare în desenele animate semnate de *Disney* [15]. De asemenea, pot fi găsite asemenea imagini și în impresionanta colecție de artefacte nipone păstrate în depozitul imperial de la *Shōsōin*, din *Nara* [16]. Termenul de *manga* apare și în opera prozatorului și poetului *Santō Kyōden* (1761 – 1816) [17], acestuia urmându-i ca importanță în perioada premodernă graficianul *Katsushika Hokusai* (1760 – 1849), autorul unei culegeri de imagini intitulate *Hokusai manga* [18] și desenatorul *Watanabe Kazan* (1793 – 1841), al cărui subiect preferat este reprezentat de viața învățăceilor și mai cu seamă de farsele pe care aceștia le joacă învățătorilor lor. În perioada modernă, pe de altă parte, numărul creatorilor de **manga** crește, un impuls important sosind din partea ofițerului britanic *Charles Wirgman* (1832 – 1891) și a graficianului francez *Georges Ferdinand Bigot* (1860 – 1927), care aduc în Japonia spiritul și stilul lui *Hogarth* și *Daumier*, caricaturile lor având drept țintă eforturile japonezilor de a se conforma unor standarde culturale și mai cu seamă estetice occidentale.

Unul dintre numele cele mai cunoscute de **mangaka** (creatori de **manga**) din epoca modernă a fost acela al lui *Rakuten Kitazawa* (1876 – 1955) [19], fondatorul unei școli longevive de **manga** către sfârșitul epocii *Meiji* (1868 – 1912). Trăsăturile autohtone au fost completate și mai apoi serios modificate de influențele grafice sosite din Statele Unite ale Americii prin intermediul unor *manga* popularizate de ziarul *Asahi*. Începând cu anul 1923 au fost publicate primele benzi desenate preluate din ziarul *New York American*, ale unei istorisiri cu caracter umoristic intitulat *Bringing Up Father* („Educându-l pe tata”), în care personajele principale sunt *Jiggs* și autoritara sa soție, *Maggie* [20]. După modelul american aveau să fie realizate – de către desenatorul *Kabashima Katsuichi*, în conformitate cu scenariul editorului ziarului *Asahi*, *Suzuki Bunshirō* (1890 – 1951), secondat de Viconte *Oda Nobutsune* – episoadele benzii desenate intitulate *Shōchan și veverița* [21]. **Manga** influențată de liniile și moda occidentale va continua să se diversifice și să evolueze atât în perioada care precedă cel de-al Doilea Război Mondial, cât și după ce acesta se va încheia. Numai că după data de 1 februarie 1953, când în Japonia începe să emită primul post de televiziune [22], benzilor *manga*, desenate în cea mai mare parte în nuanțe de alb și negru, li se adaugă un concurent serios. Există însă un factor important care contribuie la dezvoltarea în continuare a artei *manga* – pauperitatea celor mai mulți dintre tinerii japonezi. Aceștia continuă să parcurgă reviste sau cărți de **manga** în cantități impresionante, întrucât emisiunile televizate fie nu le erau accesibile, fie nu prezentau interes. Definitorie pentru cultura populară japoneză, **manga** reprezintă unul dintre cele mai puternice fenomene culturale ce însoțesc procesul „globalizării” Japoniei epocii contemporane. Dacă înainte de război în Japonia nu existase nici o *mangaka*, ci numai bărbați – autori de *manga*, imediat după încheierea celei de-a Doua Conflagrații Mondiale, a apărut o autoare care avea să se mențină în topul popularității vreme de mai bine de o jumătate de secol – *Hasegawa Machiko* (1920 – 1992). Personajul feminin creat de ea în 1946, *Sazae san* („domnișoara” și mai apoi „doamna” *Sazae*), avea să devină o figură populară – mai întâi ca tânără în vârstă de aproximativ 20 de ani, ce locuiește împreună cu părinții și toate celelalte rude, pentru ca mai apoi să fie prezentată din postura de femeie măritată și mamă a unui fiu, locuind însă și acum tot împreună cu părinții și alte rude, în aceeași casă. Personajul avea să fie animat începând cu anul 1969, constituind unul dintre cele mai populare figuri ale animației nipone – pe scurt *anime* – din ultimele decenii.

Denumirea de **anime** provine de la substantivul englezesc „animation” (cunoscut în limba română ca „film de animație”) și constituie o adaptare care, la rândul său, provine din prescurtarea termenului-sursă în limba japoneză: *animation* – *animēshon* (cuvântul preluat în

limba japoneză) – **anime**. Acestea pot fi transmise prin intermediul programelor de televiziune, al cinematografelelor, videocasetofoanelor, sau online. Primul film de animație japonez, „Mukuzo Imokawa” („Ușierul”), este creat în 1917 de către *Oten Shimokawa* [23] și are o durată de numai cinci minute. Acestuia îi urmează primul film de animație de lung metraj, „*Obasuteyama*” („Muntele unde bătrânele sunt abandonate”), realizat în 1924, urmat de alte filme mai lungi dintre care remarcăm filmul de animație „*Kujira*” („Balena”, primul film de animație cu sunet) în 1927 și „*Kuro nyago*” în 1930, primul anime cu personaje care comunică. Primul **anime** care va fi transmis prin intermediul televiziunii va fi „Instant History” („Istorie de moment”), începând cu anul 1961. Primul *mecha* [24] este realizat în preajma anului 1963 și este intitulat „Gigantor”. Primul personaj de **anime** care va fi cunoscut în afara Japoniei va fi *Astroboy* al lui *Osamu Tezuka* (1909 – 1989), cel mai prolific autor de benzi desenate și filme de animație din perioada postbelică [25]. Cu ajutorul lui *Tezuka* și al studiourilor americane *NBC*, este realizat primul film de animație în culori, publicul-țintă fiind de această dată unul ne-japonez: *Janguru Taitei* (sau „Kimba, leul alb”). Primul *shōjo* (sau film de animație destinat publicului feminin) a fost realizat în 1966 și s-a numit „Mica vrăjitoare Sally”. Un an mai târziu același *Tezuka* devenea creatorul unui personaj – *Princess Knight* („Prințesa Cavaler”) ce urma să aibă toate trăsăturile distinctive ale unei tinere războinice, ce urma să fie animat în cunoscutul **anime** „*Berusayu no bara*” („Trandafirul de la Versailles”), substantivul utilizat aici ca nume al personajului, denumind în limba engleză termenul de „cavaler”.

Deși în urma evoluției impresionante a televiziunii pe fondul unei creșteri economice spectaculoase în perioada postbelică, ar fi fost de așteptat ca **anime** să preia complet locul tradiționalelor benzi desenate **manga**, acest lucru nu s-a întâmplat. În 1977, perioadă importantă de înflorire economică niponă, aproximativ douăzeci de procente din materialele tipărite erau **manga** [26]. Genul devine popular și dincolo de granițele Japoniei. Denumirea de **manga** este aplicată în prezent benzilor desenate originare din Japonia. Cele mai multe sunt desenate în alb și negru, foarte puține dintre acestea fiind ilustrate și în culori. Genul a atins o popularitate impresionantă în Asia ultimelor decenii, acest lucru fiind dovedit și de termenii utilizați: „*manhua*” în Taiwan, „*manhwa*” în Coreea de Sud, „*manhua*” în Hong Kong și China, „*la nouvelle manga*” în Franța și „*Amerimanga*” sau „*original English-language manga*” în Statele Unite ale Americii [27].

Manga și **anime** împart aceleași categorii de public, limbajul folosit fiind creat și modificat în mod special pentru acesta. Mai mult, un fenomen lingvistic care însoțește „exportul” produsului cultural **manga-anime** îl constituie adaptarea *titlurilor* într-o altă limbă – uneori până la renunțarea la limba maternă a creatorilor. Acestea nu mai sunt scrise și în limba japoneză decât în unele cazuri, în cele mai multe situații, fiind elaborate în limba celui mai mare importator de **manga-anime** și partener economic al Japoniei – Statele Unite ale Americii. În 1972 **anime**-ul japonez *Battle of the Planets* impunea câteva prototipuri psihologice pe care aveau să le preia toți producătorii de filme de animație de acțiune, promovând, din păcate, pe un fond al violenței accentuate, înarmarea cu multiple arme sofisticate, comandate numai vocal. În 1974, în paralel cu dezvoltarea filmului animat japonez având o temă ce depășește în mod evident lumea copiilor, regizori precum *Isao Takahata* și *Hayao Miyazaki* încep adaptările unor povestiri clasice în anime pentru copii: *Heidi*, *Tom Sawyer* sau *Peter Pan* și *Wendy* sunt doar câteva din producțiile lansate de aceștia. De la înființarea Studioului *Ghibli* la Tōkyō, în 1986, **anime**-urile cu subiect polițist, sportiv, horror, science-fiction sau *mecha* au început să fie dominate de fantastic. Remarcabile sunt „Castelul din cer” (1986) și „Tonari no Totoro” („Vecinul meu Totoro”, 1988) al lui *Hayao Miyazaki*. În 1989 *Katsuhiro Otomo* lansează un proiect apreciat în întreaga lume, publicul vizat fiind nu atât de mult copiii, cât adulții, prin „Akira”. Anii '90 și începutul secolului al douăzeci și unulea aduc o diversitate de filme de animație („Cronicile războiului *Lodoss*”, „*Nadia: secretul apei albastre*”, „*Sailor Moon*”, „*Prințesa Mononoke*”, „*Samurai X*” și „Castelul mișcător al urletului”) și numeroase întrebări legate atât de fundalul cultural, cât și de limbajul utilizat.

Un element care contribuie la răspândirea culturii și a limbajului care însoțește acest gen de manifestare îl constituie nou-creatul **blog**, precum și comunitatea apărută în jurul fiecărui suport public de comunicație de acest fel. În cultura occidentală a celei de-a doua jumătăți a secolului al douăzecilea își croiesc drum atât lumea cărților și revistelor cu benzi desenate **manga**, cât și filmele de animație televizate, respectiv virtuale, **anime**, generatoare ale unor grupuri ample de admiratori, respectiv subiecte de discuții nelimitate pe diverse **bloguri**, în diferite limbi. În format virtual sau televizat, aceste **anime** sunt produse ale societății de consum ce lansează stiluri de viață, gândire și preocupări ale tinerilor, indiferent de naționalitatea și limba lor. Pornite ca produse ale tradiției, un bun specific culturii populare japoneze, **anime**, respectiv **manga** constituie în prezent o parte importantă a culturii globale, un punct central în preocupările tinerilor, precum și un exemplu *postmodern* al „periferiei” (cu sensul de cultură specifică unei arii clar determinate) ce dobândește, grație mijloacelor moderne de comunicare, într-un timp scurt un statut „central” (un *bun* al culturii universale). **Blogurile** au început să cunoască un adevărat salt calitativ și cantitativ în Japonia începând cu anul 2005 și au devenit, în afara instrumentului celui mai eficient de propagare a ideilor și imaginilor nipone în lume, o modalitate de a răspândi ca limbaj cu regim special, un adevărat cod de comunicare, termeni-cheie de origine japoneză, legați de cele mai multe ori de domeniul animației. Din aproximativ 70 de milioane de **bloguri** înregistrate până în aprilie 2007 de către *Technocrati*, aproximativ o treime dintre acestea erau în limba japoneză, devansând numărul blogurilor în limba engleză cu aproximativ un procent [28]. Ușurința cu care blogurile sunt create și întreținute în întreaga lume, precum și dorința oamenilor de comunicare nelimitată, cărora li se adaugă sentimentul libertății creat și întreținut de alternativa lumii virtuale sunt factori importanți care determină evoluția unui spațiu al blogurilor – denumită **blogosferă**. Termenii de origine japoneză utilizați în acest spațiu devin în acest mod cunoscuți, pentru ca mai apoi să fie utilizați de membrii respectivelor „cluburi virtuale”, iar răspândirea lor poate fi constatată cu ușurință. În conformitate cu un raport publicat în iunie 2005 de Ministerul Afacerilor Interne și al Comunicațiilor din Japonia [29], dintre persoanele chestionate în legătură cu motivele pentru care au început să aibă o atare activitate – **blogging-ul** – aproximativ jumătate a răspuns că utilizează acest mijloc pentru a transmite și altora experiențele trăite de ei în fiecare zi, iar dintre cei rămași, aproximativ 31,8% au menționat motivul de a împărtăși informațiile și trăirile cu alte persoane, iar 27,5% au afirmat că vor să își facă astfel cunoscute ideile unui număr cât mai mare de participanți. În conformitate cu același studiu, aproximativ 61,3% dintre blogguri sunt *jurnale online*. În acest fel **blogul**, se leagă de tradiția literară japoneză a **nikki-urilor**, respectiv a confesiunilor de mai târziu. Despre tradiția acestora din urmă, aplicabilă după cât se poate observa și unora dintre bloguri, cunoscutul niponolog american *Donald Keene* afirma în anii '90:

„Păstrarea unui jurnal constituie încă o parte obișnuită a vieții fiecărui școlar japonez, în special în timpul vacanței de vară, însă (de prisos precizarea) prea puține dintre acestea sunt de interes istoric. Dar obiceiul de a păstra un jurnal pare indestructibil legat de japonezi, probabil din pricina obișnuinței timpurii.” [30]

Strâns legat de pasiunea pentru lumea virtuală, **bloguri**, **manga** și **anime** este termenul „**otaku**”. Pasionaților unui domeniu li se spune în prezent în acest fel, la origine, cuvântul japonez desemnând „casa interlocutorului”. În conformitate cu ediția din 1990 a dicționarului *Gendai yōgo kisoichishiki* („Cunoștințe de bază despre termenii epocii moderne”) termenul se pare că a fost aplicat persoanelor extrem de pasionate de **manga** și **anime**, de toate detaliile existente legate de filmele de animație, personaje, culise, însă prea puțin capabile să comunice cu cei din jur, ușor observate datorită unei ținute simple: blugi și tricouri și [31]. Termenul „**otaku**” este aplicat celor care împărtășesc aceleași pasiuni legate de acest univers al animației, mai mult decât prezent atât în Japonia, cât și în lume. Despre **otaku** Volker Grassmuck spunea că reprezintă o generație, precum și o stare, un fel de a fi

caracteristic unui număr impresionant de japonezi și ne-japonezi, izvorât din fetișul informațiilor și, am completa aici, exportat cu un oarecare succes[32].

Prin intermediul artelor vizuale considerate de către unii critici specifice spațiului său [33], Japonia se „globalizează” nu numai economic, ci și cultural, lansând prin **otaku** și **blogurile** acestora, similare **nikki**-urilor japoneze, atât fenomenul **manga-anime**, cât și practicile culturale anexe lor, contribuind semnificativ la îmbogățirea *lexicului* european și universal cu o terminologie specifică unei **blogosfere** aflată în extindere permanentă.

NOTE

- [1.] Harumi Befu, (2003). *The Global Context of Japan Outside Japan* în Harumi Befu & Sylvie Guichard-Anguis editori, „Globalizing Japan. Ethnography of the Japanese Presence in Asia, Europe and America”, London, New York: Routledge Curzon, p. 3.
- [2.] Dixon Heung Wah Wong, (2003). *Japanese Businesswomen of Yaohan Hong Kong. Toward a Diversified Globalization of A Japanese* « *Ethnoscape* », în Befu, Harumi & Guichard-Anguis, Sylvie editori, „Globalizing Japan. Ethnography of the Japanese Presence in Asia, Europe and America”, London, New York: Routledge Curzon, p. 52.
- [3.] Sawako Nogan, editor, (1999). *Kokusai kōken Q&A. Sekai de katsuyaku suru Nihonjin* [„Contribuții internaționale: întrebări și răspunsuri. Japonezii care evoluează în lume”]. Tōkyō: Kōdansha International.
- [4.] Harumi Befu, *Op. cit.*, p. 3
- [5.] Sawako Nogan, *Op. cit.*, p. 55
- [6.] Harumi Befu, *Op. cit.*, p. 3
- [7.] Grăjdian Maria, (2008). *Das Japanische Anime* [„Anime-ul japonez”]. Hermannstadt: Verlag der Lucian Blaga Universität
- [8.] url: <http://otaku.ro/v2/index.php?itemid=182> consultat pe 29 mai 2009
- [9.] *** (1990). *Nihon bijutsu yōgo jiten* [„Dicționar de artă japoneză în termeni occidentali”]. A *Dictionary of Japanese Art Terms (Bilingual)*, Tōkyō: Tōkyō Bijutsu Co. Ltd. , p. 599
- [10.] Frederik L. Schodt, (1986). *Manga! Manga! The World of Japanese Comics*, Kodansha, Tōkyō și Frederik L. Schodt, (1996). *Dreamland Japan: Writings on Modern Manga*, Berkeley, CA: Stone Bridge Press.
- [11.] Shigeo Miyao, (1967). *Nippon no giga. rekishi to fūzoku* [„Schițe japoneze - istoric și fundal social”]. Tōkyō: Daiichi hōki shuppan
- [12.] Tsurumi Shunsuke, (1994). *A Cultural history of Postwar Japan 1945 - 1980*, Kegan Paul International, London and New York, p. 30
- [13.] Ibid., p. 31
- [14.] Ibidem
- [15.] Hakugen Ichigawa, (1970). *Ikkyū*, (NHK bukkusu). Tōkyō: Nihon hōsō shuppan kyōkai
- [16.] Paul Varley, (2000). *Japanese Culture*, Fourth Edition, Honolulu: University of Hawai'i Press, p. 346
- [17.] url: <http://en.wikipedia.org/wiki/Manga>, consultat pe 27 mai 2009
- [18.] Paul Varley, *Op. cit.*, p. 346
- [19.] url: <http://en.wikipedia.org/wiki/Manga>, consultat la 27 mai 2009
- [20.] Tsurumi Shunsuke, *Op. cit.*, p. 28
- [21.] Personajul principal este un băiat care are drept animal de companie o veveriță. Cei doi coboară într-o lume subterană unde întâlnesc monștri imenși pe care îi alungă, eliberând în acest fel comunitatea șoarecilor care fusese invadată de înfricoșătoarele creaturi. În schimbul faptelor sale vitejești, *Shōchan* va fi declarat primar în orașelul șoarecilor, împlinind prin faptele sale dorințele tuturor copiilor care par a nu-și dori altceva decât să fie lăsați să își dovedească capacitățile
- [22.] Tsurumi Shunsuke, *Op. cit.*, p. 62
- [23.] url: <http://otaku.ro/v2/index.php?itemid=182> consultat pe 29 mai 2009
- [24.] Termen argotic desemnând utilizarea roboților gigantici ca personaje de filme de animație.
- [25.] O'Connel, Michael, (1999). *A Brief History of Anime*, Otakon, program book
- [26.] Tsurumi Shunsuke, *Op. cit.*, p. p. 44
- [27.] url: <http://en.wikipedia.org/wiki/Manga>, consultat pe 26 mai 2009
- [28.] Date despre evoluția blogurilor și a blogosferei se pot găsi la url: <http://www.essex.ac.uk/chimera/content/pubs/wps/CWP-2005-02-blogging-in-the-Knowledge-Society-MB.pdf>

- [29.] Osamu Sawaji, (2006). *A Personal Matter? Blogging in Japan* în „The Japan Journal”, April.
- [30.] Donald Keene, (1991). *Japanese Diaries* în Boscaro, Adriana & Gatti, Franco & Raveri, Massimo editori, „*Rethinking Japan. Volume 1. Literature, Visual Arts & Linguistics*”. Sandgate, Folkestone, Kent: Japan Library, Limited, p. 144
- [31.] url: <http://otaku.ro/v2/index.php?itemid=137>, consultat pe 29 mai 2009
- [32.] url: <http://otaku.ro/v2/index.php?itemid=182> consultat pe 29 mai 2009
- [33.] Masao Miyoshi, (1989). *Against the Native Grain* în Miyoshi, Masao & Harootunian, H.D. editori, „*Postmodernism and Japan*”, Durham and London: Duke University Press, p. 148

REFERINTE BIBLIOGRAFICE

- *** (1990). *Nihon bijutsu yōgo jiten* [„Dicționar de artă japoneză în termeni occidentali”]. *A Dictionary of Japanese Art Terms (Bilingual)*. Tōkyō: Tōkyō Bijutsu Co. Ltd.
- Befu, Harumi (2003). „The Global Context of Japan Outside Japan”. *Globalizing Japan. Ethnography of the Japanese Presence in Asia, Europe and America*. Befu, Harumi & Guichard-Anguis, Sylvie editori. London, New York: Routledge Curzon.
- Gheorghie, Alexandra Marina (2008). *Metamorfoze ale textului literar japonez de la Kojiki la Murakami*. București: Editura Fundației România de Măine
- Heung Wah Wong, Dixon (2003). „Japanese Businesswomen of Yaohan Hong Kong. Toward a Diversified Globalization of A Japanese « Ethnoscape »”. *Globalizing Japan. Ethnography of the Japanese Presence in Asia, Europe and America*. Befu, Harumi & Guichard-Anguis, Sylvie editori. London, New York: Routledge Curzon.
- Ichigawa, Hakugen (1970). *Ikkyū*. NHK bukkusu. Tōkyō: Nihon hōshō shuppan kyōkai.
- Keene, Donald (1991). „Japanese Diaries”. *Rethinking Japan. Volume 1. Literature, Visual Arts & Linguistics*. Boscaro, Adriana & Gatti, Franco & Raveri, Massimo editori. Sandgate, Folkestone, Kent: Japan Library, Limited.
- Miyao, Shigeo (1967). *Nippon no giga. rekishi to fūzoku* [„Schite japoneze – istoric și fundal social”]. Tōkyō: Daiichi hōki shuppan.
- Miyoshi, Masao (1989). „Against the Native Grain”. *Postmodernism and Japan*. Miyoshi, Masao & Harootunian, H.D. editori. Durham and London: Duke University Press.
- Nogan, Sawako, editor (1999). *Kokusai kōken Q&A. Sekai de katsuyaku suru Nihonjin* [„Contribuții internaționale: întrebări și răspunsuri. Japonezii care evoluează în lume”]. Tōkyō: Kōdansha International.
- Sawaji, Osamu. (2006). „A Personal Matter? Blogging in Japan”. *The Japan Journal*, April.
- Schodt, Frederik L. (1986). *Manga! Manga! The World of Japanese Comics*. Tōkyō: Kodansha.
- Schodt, Frederik L. (1996). *Dreamland Japan: Writings on Modern Manga*. Berkeley, CA: Stone Bridge Press.
- Shunsuke, Tsurumi (1994). *A Cultural history of Postwar Japan 1945 – 1980*. London and New York: Kegan Paul International.
- Varley, Paul (2000). *Japanese Culture*. Fourth Edition. Honolulu: University of Hawai’i Press.
- <http://www.essex.ac.uk/chimera/content/pubs/wps/CWP-2005-02-blogging-in-the-Knowledge-Society-MB.pdf>
- url: <http://en.wikipedia.org/wiki/Manga>
- url: <http://otaku.ro/v2/index.php?itemid=137>
- url: <http://otaku.ro/v2/index.php?itemid=182>

ABSTRACT

The present article aims at analyzing some linguistic and habitual trends as mass effects that are derived from a culturally globalizing Japan. Manga and anime, two significant Japanese cultural products are analyzed from two points of view: their evolution and linguistic effects in the world. From the lexical point of view, they present an interesting case of „periphery” that has become a „central” concern of many individuals. Along with these phenomena, the worldwide internet helped people of all ages cross the geographic barriers and enjoy the benefits of the bloggs, as well as of the blogosphere, where the manga-anime phenomenon is frequently discussed. There are also introduced terms – like „otaku” and „mecha”, for instance. As bloggs share a lot of common features with the Japanese nikki, especially when they are regarded as online diaries, it is our inference that by the intermediate of the blogosphere, some cultural practices – aside from words proper – may be embedded in universal use.