Promicanje interkulturalnosti japanskom kulturom u Republici Hrvatskoj

Lešković, Martina

Master's thesis / Diplomski rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:251:063444

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

THE ACADEMY OF ARTS AND CULTURE IN OSIJEK

Repository / Repozitorij:

Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek

zir.nsk.hr

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU
ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMENT
SVEUČILIŠNI DIPLOMSKI STUDIJ MEDIJSKE KULTURE

MARTINA LEŠKOVIĆ

PROMICANJE INTERKULTURALNOSTI JAPANSKOM KULTUROM U REPUBLICI HRVATSKOJ

DIPLOMSKI RAD

MENTOR: doc. dr. sc. Tatjana Ileš

Osijek, 2019.

SADRŽAJ

1. UVOD 4

2. KULTURA, INTERKULTURALNOST I MULTIKULTURALNOST 5

3. INTERKULTURALNA OSJETLJIVOST 8

4. HRVATSKA KULTURA 12

5. JAPANSKA KULTURA 14

6. UDRUGE I ORGANIZACIJE ZA PROMICANJE JAPANSKE KULTURE……..19

7. KULTURNO-EDUKATIVNI DOGAĐAJI. 23

8. SWOT ANALIZA. 26

9. METODOLOGIJA I NACRT ISTRAŽIVANJA. 30

9.1. PREDMET ISTRAŽIVANJA. 30

9.2. CILJ ISTRAŽIVANJA. 30

9.3. METODA ISTRAŽIVANJA. 30

9.4. UZORAK. 30

9.5. HIPOTEZE. 31

9.6. VARIJABLE. 31

10. REZULTATI ISTRAŽIVANJA. 32

11. INTERPRETACIJA REZULTATA. 40

12. ZAKLJUČAK 43

13. LITERATURA 44

14. PRILOZI 47

SAŽETAK

Svako izlaganje nepoznatome popraćeno je određenim strahovima i neizvjesnostima. Kako bi se oni minimalizirali u kontekstu komunikacije s pripadnicima drugih kultura, potrebno je razvijati i promicati interkulturalne vrijednosti putem obrazovanja društva kojima se promiče međusobno razumijevanje, tolerancija i prihvaćanje. Iako su hrvatska i japanska kultura u suštini dva različita svijeta, njihova dugogodišnja suradnja pokazuje veliki potencijal i kompatibilnost za proširenje postojećih i stvaranje novih oblika interkulturalne razmjene. U radu se definiraju pojmovi kulture i interkulturalnosti, navode se značajke interkulturalne osjetljivosti i prepreke razvijanja interkulturalne komunikacije, navode se specifičnosti hrvatske i japanske kulture, sastavlja se prikaz japanskih udruga, organizacija i kulturno-edukativnih događaja na području Republike Hrvatske, a na temelju njih sačinjava se SWOT analiza vezana za hrvatsko-japanske kulturne odnose, te se analiziraju i interpretiraju rezultati anketnoga istraživanja na temu. Cilj je rada ukazati na moguće načine provođenja slobodnoga vremena izlaganjem japanskom kulturom i jezikom te ukazati na potencijale proširivanja i unaprjeđivanja hrvatsko-japanskih interkulturalnih odnosa.

Ključne riječi: interkulturalnost, interkulturalna osjetljivost, japanska kultura, različitost

ABSTRACT

All forms of exposure to the unknown are accompanied by fears and uncertainties. In order to minimize them while communicating with members of other cultures, it is necessary to develop and promote intercultural values through education so as to promote mutual understanding, tolerance, and acceptance. Although Croatian and Japanese culture are essentially two different worlds, their long term cooperation shows compatibility for expanding existing and creating new forms of intercultural exchange. The paper defines concepts of culture and interculturalism, describes the characteristics of intercultural sensitivity and obstacles of developing intercultural communication, specifies features of Croatian and Japanese culture, presents an overview of Japanese associations, organizations, and cultural-educational events present in the Republic of Croatia, which serve as a basis for SWOT analysis on the Croatian-Japanese cultural relations, and analyses and interprets survey results. The aim of this paper is to point out possible ways of spending free time by exposing oneself to Japanese culture and language, as well as to point out the potentials of expanding and improving Croatian-Japanese intercultural relationships.

Keywords: interculturalism, intercultural sensitivity, Japanese culture, dissimilarity

1. UVOD

Slobodno vrijeme bitno je za oblikovanje i razvijanje osobnosti u procesu samoaktualizacije, tj. samoostvarenja. Kvalitetno provođenje slobodnoga vremena podrazumijeva aktivnosti slobodnoga izbora koje doprinose osobnom razvitku, razvoju kritičkog mišljenja, novih znanja ili sposobnosti i stvaranju novih spoznaja. Način na koji osoba odabire provoditi slobodno vrijeme ovisi o spolu, dobi, zanimanju, kulturi, životnim mogućnostima, osobnosti i životnom cilju. Slobodno vrijeme podrazumijeva aktivnosti kojima se osoba, u idealnoj situaciji, svakodnevno izlaže. To su aktivnosti koje rasterećuju pojedinca od svakodnevnih životnih problema i obveza. Bez slobodnoga vremena, čovjek ne bi mogao u potpunosti dosegnuti svoj razvojni potencijal i pronaći „vlastito ja." Stoga je bitno poticati ljude svih životnih dobi na kvalitetno, kreativno i aktivno provođenje slobodnoga vremena. Kako bi pojedinac proširio spektar dostupnih aktivnosti potrebno je imati otvoren stav prema interkulturalnosti, odnosno izlaganju i upoznavanju drugih kultura kojima si pojedinac obogaćuje vlastiti identitet i svjetonazor.

U radu se problematizira japanska kultura u Republici Hrvatskoj. Japanologija je u Hrvatskoj djelomično razvijena, bez obzira na to govorimo li o visokom školstvu ili pak razini udruga i kulturno-edukativnih događaja. Međutim, ono što je manjkavost je gotovo isključiva centralizacija japanologije kada je riječ o Republici Hrvatskoj. Primjerice, u gradu Osijeku jasno je vidljiv nedostatak udruga i organizacija za ljubitelje japanske kulture te studija japanskoga jezika. Također, vidljiv je i nedostatak restorana i kafića, odnosno ugostiteljskih objekta bilo koje vrste vezanih uz japansku kulturu.

Svrha je ovoga seminarskoga rada ukazati na još jednu mogućnost kvalitetnog provođenja slobodnoga vremena pojedinca kada je riječ o japanskoj kulturi. Budući da smo svjedoci sve većega priljeva japanskih turističkih gostiju u Republiku Hrvatsku, postojanje gore spomenutih udruga i ugostiteljskih objekata, kao i stručnjaka za japanski jezik i kulturu, pokazali su se i više nego potrebnima što je djelomice prikazano SWOT analizom i anketnim istraživanjem u radu.

2. KULTURA, INTERKULTURALNOST I MULTIKULTURALNOST

Prije definiranja samog pojma interkulturalnosti, potrebno je definirati pojam kulture. Teško je odrediti univerzalnu definiciju pojma kulture koja bi obuhvatila sve njezine elemente te su stoga izdvojene definicije različitih autora. Prof. dr. Ortrud Gutjahr smatra da živimo u svijetu ispunjenom mnoštvom simbola i značenja koji čine mrežu u koju je čovjek upleten, a tu mrežu zovemo kulturom (Hoffman 2013, navedeno u Gutjahr, 2002). Ernest W. B. Hess-Luttich smatra da kultura predstavlja „cjelokupnost duhovnih i umjetničkih postignuća koja služe za izgradnju identiteta društva“ (Hoffman 2013, navedeno u Hess-Luttich, 2003). Autor Terry Eagleton definira kulturu kao skup „vrijednosti, običaja i tradicije, uvjerenja i praksi koji čine način života jedne određene grupe (Hoffman 2013, navedeno u Eagleton, 2001). Bez obzira na to što definiranje kulture pridaje čvrsto značenje karakteristikama nekog društva, ono ju također isključivo predstavlja u iluziji homogenosti jer zanemaruje ideološke, socijalne, poslovne i spolne različitosti pojedinaca. Navedene različitosti najviše se odnose na priznavanje kultura nacionalnih manjina kao dodatak većinskoj kulturi društva, odnosno govori se o tzv. *multikulturalnom* društvu (Hoffman, 2013: 12). Međutim, samo priznavanje različitosti drugih kultura u odnosu na većinsku kulturu nije karakteristika interkulturalnosti. Primjer koji ukazuje na takve probleme razumijevanja pojedinaca s različitim kulturološkim podrijetlima je *Model ledenog brijega*. Ovaj model prikazuje kulturu kao ledenjak čiji se vrh nalazi iznad površine vode. Većinski dio ledenjaka nalazi se ispod površine vode i figurativno predstavlja osnovicu, odnosno temeljne elemente kulture koji nisu vidljivi svima (kao što su vrijednosti, norme, odnosi među pojedincima, sklonosti, predrasude, iskustva pojedinaca i slično), dok manji, površinski dio ledenjaka predstavlja vidljive elemente kulture koji su dostupni svima (kao što su umjetnost, jezik, arhitektura i slično). Prema tomu, *Model ledenog brijega* pokazuje da je moguće primijetiti kulturne različitosti na temelju vidljivih elemenata, međutim potrebno je uzeti u obzir i nevidljive elemente kako bi se neka kultura u potpunosti razumjela (Mrnjaus, 2018: 16-17).

Stoga je jasno vidljivo da svaka kultura ima svoj sustav vrijednosti. Mlinarević, Živić, Vranješ (2016: 118) definiraju vrijednosti kao „organizaciju čovjekovih potreba, želja i ciljeva, kojom se među njima uspostavljaju određeni odnosi prioriteta i hijerarhijske važnosti.“ Autorica Rohan smatra da se vrijednosti mogu podijeliti na vrijednosti u funkciji vodiča za preživljavanje, kojima je svrha usmjeriti pojedinca na izražavanje vlastitih misli i osjećaja u skladu sa svojim željama kako bi opstao u društvenom okruženju, te na vrijednosti u funkciji određivanja moralnog ponašanja i načina života, odnosno razlikovanja između ispravnog i

neispravnog društvenog ponašanja (Mlinarević, Živić, Vranješ, 2016, navedeno u Rohan, 2000). Vrijednosti usmjeravaju pojedinca kroz život, utječu na njegovo ponašanje te na donošenje svakodnevnih odluka. Njima se pojedinci unutar svake kulture međusobno povezuju i razumiju, a na oblikovanje vrijednosti utječu društveno, socijalno, religijsko i političko okruženje, mjesto i vrijeme rođenja, osobna razvijenost interkulturalnih vještina i znanja o drugim narodima i kulturama te prihvaćanje i razumijevanje istih. Stoga odgoj za vrijednosti igra važnu ulogu u obrazovanju društva budući da podrazumijeva cjeloživotni proces učenja o moralnim odgovornostima, društvenom angažmanu, brižnosti, poštovanju, prihvaćanju te osobnom razvitku i sazrijevanju (Mrnjaus, 2018: 17-18).

Pojam interkulturalnost sastoji se od prefiksa *inter-* (između) i imenice *kultura*. Prema tomu, interkulturalnost predstavlja zajednički međuprostor više kultura u kojemu se prelaze postavljene razlikovne kulturološke granice te se formiraju nove zajedničke granice. Drugim riječima, interkulturalni prostor u kojemu različite zajednice žive ne definira se na temelju objektivnih razlika između dvaju ili više kultura u pitanju, već je karakteriziran na temelju novoga međuprostora u kojemu se stvara hibridni identitet koji odstupa od homogenosti (Hoffman, 2013: 11-12). Interkulturalnost predstavlja interakciju domaće kulture s drugim kulturama uvjetovanu međusobnim poštovanjem i prihvaćanjem (Grupa MOST, 2007: 5). Govoreći o „drugim“ kulturama javlja se koncept stranosti, odnosno kontrast između poznatoga i nepoznatoga. Autor Schäffter navodi četiri tzv. „modusa iskustva stranoga“ kojima se određuje pozitivan ili negativan odnos prema stranome (Hoffman, 2013, navedeno u Schäffter, 1991). U prvom modusu autor opisuje stranost kao osnovu vlastite kulture koja se odvojila od nekadašnje cjeline i time formirala zaseban identitet, odnosno stranost predstavlja izvorni identitet bez kojega formiranje vlastitog identiteta ne bi bilo moguće. U drugom modusu autor opisuje stranost kao suprotnost vlastitoga, odnosno koristi očigledne kulturne različitosti kao osnovu za definiranje vlastitoga i odvajanja od stranoga koje ugrožava vlastitu kulturu. U trećem modusu koncept stranoga predstavlja nadopunu vlastitoga identiteta pri čemu se ističe otvorenost prema stranome kao izvor nadograđivanja, obogaćivanja i boljeg upoznavanja vlastitoga identiteta. U četvrtom modusu odnos prema stranom opisuje se kao komplementaran, odnosno zagovara pokazivanje poštovanja prema stranome, razumijevanje i prihvaćanje stranoga te priznavanje međusobnih različitosti, pogotovo u radikalnim slučajevima (Hoffman, 2013, navedeno u Schäffter, 1991). Interkulturalnost predstavlja mogućnost zajedničkog suživota između različitih kultura. Važnost interkulturalnosti leži upravo u tome što potiče diskusiju o kulturnim, etničkim, religijskim i drugim razlikama, odnosno što se uljudnom

diskusijom i obrazovanjem bori protiv predrasuda i stereotipa koji su često neizbježni dio interakcije između različitih kultura. Interkulturalnost podrazumijeva poštovanje drugoga kao i samoga sebe (Hoffman, 2013: 13). Ona zagovara ideju kojom se svaki pojedinac neke zajednice obogaćuje interakcijom s drugim kulturama, uči od njih i dijeli vlastito znanje s njima te promiče interkulturalne vrijednosti (Grupa MOST, 2007: 6).

Također je potrebno objasniti razliku između multikulturalnosti i interkulturalnosti. Multikulturalnost je mogućnost suživota različitih kultura. To omogućuje manjinskim kulturama da zadrže svoje vrijednosti bez straha od asimiliranja većinskoj kulturi, ali u isto vrijeme stvara fiksni skup i podjelu identiteta koji mogu uzrokovati napetosti i spriječiti kulturnu razmjenu između manjinskih kultura i većinske kulture (Cantle, 2012: 38). Drugim riječima, ideja multikulturalnosti opisuje društvo u kojemu postoje različite kulture u sklopu jedne zajednice, ali njihova interakcija je znatno ograničena (Grupa MOST, 2007: 6). S druge strane, interkulturalnost je ideja koja također izbjegava asimilaciju, ali, za razliku od multikulturalnosti, prepoznaje i priznaje dinamičnost kulturne baština i identiteta te međukulturalne razmjene smatra neizbježnim i poželjnim posljedicama globaliziranih i raznolikih društava (Cantle, 2012: 38). Iako se osnova pojmova interkulturalnosti i multikulturalnosti temelji na istoj ideji postojanja više različitih kultura unutar jedne zajednice, jasno je vidljiva razlika u njihovom pristupu prema stranome i razumijevanju istoga (Grupa MOST, 2007: 6).

3. INTERKULTURALNA OSJETLJIVOST

Obrazovanje igra ključnu ulogu u razvijanju interkulturalnih vještina pojedinaca od mlade do stare dobi. Obrazovni sustav mora analizirati karakteristike vlastitoga društva te njegovu otvorenost interkulturalnosti kako bi se osigurala kvalitetna komunikacija među pojedincima iz različitih kultura. Prema tomu, multikulturalno obrazovanje podrazumijeva učenje o drugim kulturama te prihvaćanje i toleranciju njihove stranosti i različitosti kao zasebnog kulturnog identiteta. S druge strane, interkulturalno obrazovanje prelazi granice kulturnih različitosti te stvara novo zajedničko mjesto u društvu u kojemu više kultura može postojati, međusobno se upotpunjavati i razvijati. Polaznica interkulturalnog obrazovanja je poznavanje vlastitoga identiteta i kulture kako bi se razumjela kultura drugih, a razumijevanje drugoga nemoguće je bez postojanja interkulturalne osjetljivosti (Grupa MOST, 2007: 6). Najbolji prikaz toga je Bennettov razvojni model interkulturalne osjetljivosti kojim se opisuje šest faza upoznavanja i postupnoga prihvaćanja stranih kultura. Bennett je prve tri faze (poricanje, obrana, umanjivanje razlika) svrstao pod etnocentrizam, a zadnje tri faze (prihvaćanje, prilagodba, spajanje) svrstao je pod etnorelativizam (Grupa MOST, 2007, navedeno u Bennett, 1993).

Poricanje razlika prva je faza procesa upoznavanja sa stranim kulturama i društvima. Pojedinci koji se nalaze u ovoj fazi uveličavaju vlastitu kulturu i smatraju da je ona jedini ispravan pogled na svijet, čime se automatski negira postojanje i tolerancija drugih kultura. Ovakav zatvoren i negativan stav prema različitostima karakterističan je za homogena društva zbog nedostatnog izlaganja drugim kulturama. Nadalje, ova faza može se daljnje podijeliti na dvije etape, a to su izolacija i separacija. Izolacija predstavlja nenamjerno odvajanje od pojedinaca iz drugih kultura u situacijama u kojima pojedinci izvorne kulture nikada nisu imali mogućnost interakcije zbog unaprijed određenih životnih okolnosti mjesta i vremena u kojem žive. Suprotno tomu, odvajanje predstavlja namjernu segregaciju od pojedinaca iz drugih kultura s ciljem zadržavanja homogenosti vlastitoga društva i dominacije vlastite kulture (Grupa MOST, 2007, navedeno u Bennett, 1993)

Druga faza modela interkulturalne osjetljivosti je obrana od različitosti, kojom pojedinci izvorne kulture različitost doživljavaju kao prijetnju koja ugrožava njihov identitet i svjetonazor. Bez obzira na to što su kulturne različitosti uočene, one nisu i prihvaćene. Ova faza karakterizirana je stereotipima i predrasudama prema drugim narodima. Ova faza se također može daljnje podijeliti na superiornost, omalovažavanje i okretanje u suprotnost. Superiornost je karakterizirana idejom da je vlastita kultura nadmoćna i da treba služiti kao model za druge

kulture. Omalovažavanje je način ograđivanja od drugih kultura pri čemu pojedinci izvorne kulture smatraju strane kulture inferiornima te ih na negativan, a ponekad i ekstremistički, način opisuju. Okretanje u suprotnost karakterizirano je mišljenjem da je druga kultura superiorna, pri čemu pojedinci izvorne kulture ne osjećaju povezanost s vlastitim društvom i kulturom, a ponekad imaju i negativan omalovažavajući stav prema njoj (Grupa MOST, 2007, navedeno u Bennett, 1993).

Treća i zadnja faza u sklopu etnocentrizma je umanjivanje razlika gdje pojedinac uočava razlike između vlastite i strane kulture i nastoji ih umanjiti kako bi se došlo do konsenzusa. Faza umanjivanja razlika dijeli se na fizički idealizam, kojim se inzistira na sličnostima iz perspektive osnovnih fizičkih potreba (hrana, voda, san itd.), a kultura predstavlja njihov produžetak, te na transcendentalni idealizam koji zagovara ideju da su svi ljudi isti iz perspektive duhovnih, političkih i drugih sličnosti (Grupa MOST, 2007, navedeno u Bennett, 1993).

Četvrta faza (koja je ujedno i prva faza etnorelativizma) je prihvaćanje razlika. Pojedinac koji se nalazi u ovoj fazi razvoja interkulturalne osjetljivosti sposoban je uočiti i prihvatiti kulturne razlike između vlastite i strane kulture, pri čemu se odmiče od interpretacije strane kulture iz perspektive vlastite, već se zagovara njezino razumijevanje iz perspektive kulturnoga konteksta. U ovoj fazi niti jedna kultura nije automatski superiorna ili inferiorna drugoj. Daljnja podjela ove faze je na bihevioralni relativizam, kojim je pojedinac svjestan postojanja bihevioralnih razlika između kultura koje se mijenjaju ovisno o kulturnom kontekstu, te na vrijednosni relativizam kojim je pojedinac također svjestan navedenih razlika i ne očekuje od pripadnika drugih kultura da dijele ista obilježja, vrijednosti i ciljeve, odnosno svjestan je da se vrijednosti njegove kulture mogu suprotstavljati vrijednostima drugih kultura (Grupa MOST, 2007, navedeno u Bennett, 1993).

Peta faza Bennettovog razvojnog modela interkulturalne osjetljivosti je prilagodba na razlike. Pojedinac koji se nalazi u ovoj fazi aktivno nastoji razumjeti pripadnike drugih kultura i njihov svjetonazor. Na temelju novih spoznaja i interpretacija drugih kultura, pojedinac upotpunjuje vlastito znanje o identitetu i kulturi te je spreman promijeniti postojeće stavove i pogled na svijet sukladno tomu. Stoga je faza prilagodbe na razlike postupno dodavanje vrijednosti iz različitih kultura i obogaćivanje vlastite kulture novostečenim znanjima i iskustvima. Prilagodba na razlike uči pojedince kako se ponašati, kako razmišljati i kako komunicirati u situacijama koje zahtijevaju interkulturalnu osjetljivost, odnosno uči toleranciju, prihvaćanje i međusobno poštovanje među pojedincima grupe. Prilagodba na razlike se daljnje je karakterizirana na empatijom i pluralizmom. Empatija je sposobnost razumijevanja drugih

ljudi iz njihove perspektive i adekvatnog reagiranja na navedenu situaciju u kojoj se pojedinac nalazi. Pluralizam označuje da je pojedinac uspješno usvojio različite svjetonazore i interese na temelju duge izloženosti različitim kulturnim kontekstima (Grupa MOST, 2007, navedeno u Bennett, 1993).

Šesta i zadnja faza etnorelativizma je spajanje razlika. U ovoj fazi pojedinac se već prethodno adaptirao na kulturne razlike te ih je integrirao u novi jedinstveni svjetonazor čiji je identitet obogaćen, a ne ugrožen kulturnim različitostima i sukladno tomu ih nadilazi u novoj interkulturalnoj sredini. Spajanje razlika može se dalje podijeliti na kontekstualnu evaluaciju i konstruktivnu marginalnost. Kontekstualna evaluacija predstavlja sposobnost procjene situacije u kojoj se pojedinac nalazi i primjene ispravnoga kulturnoga okvira prilikom njezine procjene. Konstruktivna marginalnost predstavlja sposobnost pojedinca da prihvati vlastiti identitet kao fluidnu i promjenjivu varijablu koja uvijek teži daljnjem razvoju, usavršavanju i obogaćivanju vlastitoga identiteta, a takav pojedinac dosegnuo je vrhunac interkulturalne osjetljivosti i obrazovanja (Grupa MOST, 2007, navedeno u Bennett, 1993).

Kao što je prethodno spomenuto, postoje brojne prepreke i izazovi u razvijanju interkulturalne komunikacije. Autor Barna izdvaja šest prepreka, a to su: pretpostavka o sličnostima, korištenje različitih jezika i stilova komunikacije, pogrešne interpretacije neverbalnih poruka, predrasude i stereotipi, tendencija za evaluacijom drugih i anksioznost (Grupa MOST, 2007, navedeno u Barna, 1998). Pretpostavka o sličnostima prva je prepreka u razvijanju interkulturalne komunikacije i javlja se kao posljedica nedovoljne informiranosti o drugoj kulturi. U takvoj situaciji pretpostavka o sličnostima je polazna točka komunikacije i stoga dolazi do poteškoća, pa čak i neugodnih situacija. Autor Barna preporučuje da u interakciji s drugim kulturama pojedinac ništa prethodno ne pretpostavlja, već otvoreno komunicira o svojim nedoumicama i nerazumijevanjima.

Druga prepreka je korištenje različitih jezika i stilova komunikacije. Do ove prepreke dolazi u višejezičnim situacijama gdje se pojedine riječi, bilo zbog njihove sličnosti s vlastitim jezikom ili nedostatnom znanju pojedinca o spomenutom jeziku, mogu pogrešno interpretirati. Time se stvara blokada u komunikaciji koja može uzrokovati krivu percepciju o sugovorniku i njegovoj kulturi te u ozbiljnijim situacijama uzrokovati agresiju i nepoštovanje. Problemi se javljaju zbog doslovnoga shvaćanja pojedinih jezičnih izraza, korištenja neformalnog govora u formalnim situacijama, korištenja agresivnih i nekulturnih izraza i slično (Grupa MOST, 2007, navedeno u Barna, 1998).

Treća prepreka su pogrešne interpretacije neverbalnih poruka. Ova prepreka ima sličnosti s prethodno spomenutim korištenjem različitih jezika i stilova komunikacije budući da su im osnova drukčija interpretacija značenja pojedinih jezičnih izraza u različitim kulturama. Određene kulture, poput japanske, više pažnje posvećuju neverbalnim znakovima u komunikaciji te analiziranjem takvih znakova formiraju sveukupno mišljenje o rečenome. Neverbalni znak koji u jednoj kulturi simbolizira poštovanje i skršenost u drugoj kulturi može predstavljati suprotno. Nadalje, u pojedinim kulturama ljudi su otvoreniji fizičkom kontaktu i prisutnosti drugih ljudi u njihovom osobnom prostoru, dok u drugim kulturama zadiranje u osobni prostor može značiti krajnji oblik nepoštovanja i može uzrokovati neugodnosti i strahove od različitoga. Stoga je izuzetno bitno prethodno se informirati o stranoj kulturu kojoj se pojedinac izlaže kako bi se smanjile društvene neugodnosti i komunikacijske prepreke (Grupa MOST, 2007, navedeno u Barna, 1998).

Četvrta prepreka su predrasude i stereotipi kojima pojedinac, na temelju prethodno stečenih stavova i ideja o stranim kulturama, prosuđuje i interpretira stranu kulturu i njezine pojedince u cijelosti, a ne na osobnoj, pojedinačnoj razini. Predrasude i stereotipi javljaju se kao nesigurnosti kojima si pojedinci smanjuju strahove od nepoznatoga, odnosno smatraju da ne mogu biti zatečeni i neugodno iznenađeni ukoliko su već prethodno svjesni određenih karakteristika strane kulture. Iako se, u određenim situacijama, predrasude i stereotipi mogu poklopiti sa stvarnostima neke kulture, potrebno je imati objektivan stav i uzajamno poštovanje prema drugima (Grupa MOST, 2007, navedeno u Barna, 1998).

Peta prepreka u komunikaciji je tendencija za vrednovanjem drugih koja je usađena u ljudsko ponašanje. Ova prepreka povezana je sa prethodno spomenutom pretpostavkom o sličnostima budući da polazi od iste osnove o razumijevanju drugih kroz vrijednosti vlastite kulture, odnosno nemogućnosti gledanja svijeta kroz oči drugoga (Grupa MOST, 2007, navedeno u Barna, 1998).

Šesta i zadnja prepreka u razvijanju interkulturalne komunikacije je anksioznost. Svaki oblik interkulturalne komunikacije, a samim time i komunikacije općenito, uzrokuje određene neizvjesnosti te subjektivne i objektivne strahove od stranoga. Visoka razina anksioznosti u društvenim situacijama otežava komunikaciju i upoznavanje s drugim ljudima, a može dovesti i do formiranja štetnih navika ponašanja, kao što su izbjegavanje društvenih situacija, psihički problemi koji utječu na svakodnevni život i ponašanje, agresivnost i neljubaznost prema drugim ljudima i slično (Grupa MOST, 2007, navedeno u Barna, 1998).

4. HRVATSKA KULTURA

Hrvatska kultura ima dugu i bogatu povijest. Tradicionalne i moderne kulturne aktivnosti stvaraju smisao i utjelovljuju identitet i vrijednosti neke zajednice. Kulturne aktivnosti karakterizirane su inovacijom i kreativnošću budući da stvaraju poveznicu između različitih grana kulture te u isto vrijeme stvaraju nove kulturne oblike. Kreativne industrije potiču razvoj društvenog i ljudskog kapitala, osobni razvoj i jačanje samopouzdanja, unaprjeđivanje životnih vještina, stvaraju zajedničko tlo među ljudima različitih obilježja te poboljšavaju fizičko i psihičko zdravlje hrvatskoga naroda (Landry, 1998: 28-30). Posebnost hrvatske kulturne tradicije primijetila je i organizacija UNESCO koja je dodala sedam hrvatskih kulturnih i prirodnih ljepota u svoju kolekciju Svjetske baštine, a to su: Starogradsko polje na otoku Hvaru, Dioklecijanova palača u Splitu, Eufrazijeva bazilika u Poreču, romanički grad Trogir, Šibenska katedrala, Stari grad Dubrovnik te Plitvička jezera. Govoreći o povijesnim hrvatskim umjetničkim i pjesničkim velikanima koji su pomogli formirati hrvatsku kulturu kakva je danas, izdvajaju se „otac hrvatske književnosti“ Marko Marulić, najistaknutiji hrvatski pisac 20. stoljeća Miroslav Krleža, renesansni kipar i arhitekt Juraj Dalmatinac, skladatelj Luka Sorkočević, književnica Ivana Brlić-Mažuranić, najistaknutiji hrvatski kipar Ivan Meštrović, operna pjevačica Milka Trnina i brojni drugi. S druge strane, od modernih umjetnika ističu se producent i glumac Branko Lustig koji je, prema web stranici *IMDb*, zaslužan za filmove poput *Schindlerova lista* (1993.), *Gladijator* (2000.), *Hannibal* (2001.), *Pad crnog jastreba* (2001.), *Američki gangster* (2007.) i druge, hrvatski pijanist Ivo Pogorelić te instrumentalni duo violinista 2Cellos (Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013: 119).

U području jezika i književnosti, hrvatska srednjovjekovna književnost uvelike je utjecala na formiranje modernoga hrvatskoga jezika. Pisala se na tri jezika (latinskom, staroslavenskom i narodnom jeziku) te pomoću 3 pisma (latinice, glagoljice i ćirilice), što donekle ima sličnosti s japanskim jezikom koji koristi 3 fonetska pisma (koja su objašnjena u sljedećem poglavlju posvećenom japanskoj kulturi). Većina srednjevjekovnih, renesansnih i baroknih književnih djela inspirirano je liturgijskim i religijskim temama, dok je modernizam karakteriziran poezijom, prozom i esejima (Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013: 122-125).

Kazalište se prvi put javlja u 14. stoljeću u Dubrovniku i igra važnu ulogu kao središte kulturnih zbivanja. U novije vrijeme, ističu se neovisne amaterske kazališne forme poput privatnog kazališta *Teatar u gostima*, Glumačke družine *Historion*, Kazališne radionice *Pozdravi*, kazališne skupine *Coccolemocco*, zagrebačka kazališna skupina *Kugla glumište* te

kulturni brand *Montažstroj*. Najpoznatije hrvatsko kazalište danas je *Hrvatsko narodno kazalište*. Javljaju se i brojna specijalizirana kazališta za specifične žanrove i svrhe, poput *Zagrebačkog kazališta lutaka*, *Zagrebačkog kazališta mladih*, Zagrebačko gradsko kazalište *Komedija* te Satiričko kazalište *Kerempuh*. Popularni su i festivali poput *Dana satire Fadila Hadžića* u Zagrebu, *Marulićevi dani* u Splitu, *Međunarodni festival malih scena* u Rijeci, *Međunarodni dječji festival* u Šibeniku, *Međunarodni festival kazališta lutaka* u Zagrebu te *Eurokaz* festival u Zagrebu. Kazalište *Ulysses* na otoku Mali Brijun također je izvor brojnih kazališnih dramskih djela (Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013: 128-131). Kao što je iz navedenih primjera vidljivo, dugogodišnja hrvatska tradicija kazališnih performansi predstavlja bitan dio hrvatskoga društva i kulture.

Moderna hrvatska arhitektura karakterizirana je idejom kreativne slobode i prava na samoekspresiju, što je zagovarao hrvatski arhitekt Viktor Kovačić, dok su funkcionalizam zagovarali Drago Ibler i Stjepan Planić. U području likovne umjetnosti, slikar Vlaho Bukovac ostavio je veliki utisak na hrvatsku umjetnost svojim otvorenim kolorizmom koji je služio kao inspiracija brojnim mladim umjetnicima. *Grupa Zemlja* bilo je udruženje likovnih umjetnika koji su se bavili socijalnom tematikom, a njihov glavni ideolog je slikar Krsto Hegedušić (Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013: 146-148).

Filmska produkcija javlja se sredinom 20. stoljeća. Prvi hrvatski filmski autor bio je Oktavijan Miletić, čiji su dokumentarni i kratki filmovi međunarodno priznati te su zauvijek ostavili utisak na hrvatsku kulturnu povijest. Između ostaloga, režirao je prvi hrvatski dugometražni film *Lisinski* (1944.). Drama *Deveti krug* (1960.) nominirana je za Oscara u kategoriji filma na stranome jeziku, što je tada bilo najveće postignuće hrvatskoga filma. Zagrebačka škola animiranog filma uvelike je doprinijela hrvatskoj filmskoj industriji svojim originalnim i modernističkim animiranim filmovima, a jedan od najpopularnijih dio je *Profesor Balthazar* (Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013: 152-153).

5. JAPANSKA KULTURA

Japan, često zvan i Zemljom izlazećeg sunca, izuzetno je homogena nacija koja je uvijek bila izolirana i zatvorena od ostatka svijeta, koliko geografskim položajem toliko i vlastitim izborom. Širenjem globalizacije došlo je do otvaranja granica, a time je postupno rasla i zainteresiranost za japansku kulturu zbog njezine samozatajnosti, jedinstvenosti i različitosti u odnosu na zapadni svijet. Sukladno tomu, Japanci su često prikazani kao ponizni, marljivi, pristojni, samodisciplinirani, pravedni i mudri (Mrnjaus, 2018: 43). To je vidljivo i u kompleksnosti japanskoga jezika koji se sastoji od brojnih nijansi i time drukčije upotrebljava ovisno o spolu, dobi, društvenom statusu i drugim okolnostima. Japanski jezik koristi nekoliko sustava pisanja, a to su ponajprije fonetska pisma *hiragana* i *katakana* te kinesko pismo *kanji* koje koristi sistem kineskih znakova. Uz to, koristi se i tzv. počasni jezik *keigo* koji stavlja dodatni naglasak na poštovanje prema govorniku (Mrnjaus, 2018: 25).

Japan je zemlja s dugom i bogatom povijesti. Stoga je većina Japanaca izuzetno ponosno na svoju nacionalnost i zainteresirano za vlastitu kulturu, povijest i društvo. Izražena je potreba za konformizmom i skladom u društvenim situacijama, odnosno strah od društvenog distanciranja vidljivog kroz školske uniforme i kutije za ručak, poslovna odijela, zainteresiranost za iste slobodnovremenske aktivnosti i sportove i slično. Potreba za pripadanjem i strah od nesklada stavljaju veliki pritisak na Japance i stoga nije neobično vidjeti „buntovno“, „promiskuitetno“ i „neprimjereno“ ponašanje na japanskim televizijskim emisijama, u japanskim stripovima i animiranim filmovima koji omogućuju privremeni bijeg od svakodnevnog stresa i pritiska za savršenstvom (Bucknall, n.d.: 1-2). Simbolizam igra važnu ulogu u svakodnevnim interakcijama, odnosno podjednako se analiziraju riječi i geste. Svako godišnje doba također donosi svoje simbole, bilo da je su pitanju hrana, prirodne promjene, nacionalni praznici ili dugogodišnje tradicije (Bucknall, n.d.: 4). Što se tiče vrijednosti poslovnoga svijeta, japanski narod izuzetno drži do profesionalnosti i perfekcionizma. Svako zanimanje karakterizirano je ozbiljnim i predanim radnicima, a naporan rad posao je norma. Rezultati takvoga stava prema radu su, između ostaloga, vidljivi u tehnološkom napretku Japana u odnosu na druge države (Bucknall, n.d.: 5-6). Japan visoko drži do izgleda, ugleda, samoprezentacije i pristojnosti, kao i do brojnih drugih tradicionalnih vrijednosti i vjerovanja poput društvene hijerarhije, odanosti, poniznosti i poslušnosti. Kao i u većini drugih kultura, Japanci nose tzv. „društvenu masku“ kojom pokazuju najbolju verziju sebe, a ispod nje kriju svoju emocionalnu stvarnost (Bucknall, n.d.: 10).

Po pitanju obrazovanja, cilj škola je prenošenje i usađivanje discipline i moralnih vrijednosti na učenike. Upravo zbog ove izuzetno bitne uloge u formiranju mladih umova, učitelji imaju visok društveni status i poštovanje javnosti. Budući da obrazovanje ima veliku važnost u društvu i stopa nepismenosti je naročito niska, učenici su često pod velikim pritiskom za postizanjem najboljih rezultata na prijemnim ispitima i težnjom za savršenstvom. Međutim, navedeni obrazovni izazovi uglavnom se smatraju pozitivnim iskustvima budući da navode učenike na formiranje kvalitetnih radnih navika, samodiscipline, marljivosti i ustrajnosti. Međutim, s druge strane preveliki pritisak na mlade umove može imati i negativan, pa čak i opasan utjecaj, što se očituje vršnjačkim nasiljem, gubljenjem volje za pohađanje škole, povlačenjem u sobu, kliničkom depresijom i samoubojstvom (Mrnjaus, 2018: 37-40).

Hrana je izuzetno bitan dio japanske kulture i tradicije. Ona je proizvod kulturne mašte. Ideje o hrani formiraju se na temelju domaće i strane kulture kako bi se stvorila veća slika o kulinarskim načelima i običajima. Profesionalizam i perfekcionizam temeljne su vrijednosti kada je u pitanju japanska kultura, što je pogotovo vidljivo u uslužnim djelatnostima gdje profesionalni japanski kuhari izuzetno drže do tih vrijednosti. Japanska hrana razlikuje se od zapadnjačke po tomu što se uglavnom fokusira na sastojke koji su gotovo jedinstveni japanskoj kulturi. Japanski pristup hrani vrti se oko dva temeljna koncepta, a to su prvenstveno koncept „osnovnih sastojaka“ (poput riže, svježih ribljih proizvoda, fermentirane sojine paste i slično) te koncept prema kojemu se hrana opisuje kao bogatstvo određenog područja (rijeke, ribnjaci, voćnjaci, planine, polja i slično) (Askhenazi, 2003: 29).

Govoreći o tradicionalnoj japanskoj odjeći, najviše se misli na *kimono*. U najširem smislu, japanska riječ *kimono* znači *odjeća*. Predstavlja odjevni predmet u obliku slova T koji se omotava oko tijela i pričvršćuje s remenom oko bokova te ima dugačke rukave pravokutnog oblika. *Kimono* dolazi u različitim ukrasnim dizajnima s motivima prirode te ga nose muškarci, žene i djeca. Najčešće prigode za nošenje su za Novu godinu, dječje rođendane u dobi od 3, 5 ili 7, na dan diplomiranja ili na vjenčanju. Iako većina ljudi u modernom Japanu ne nosi *kimono* svejedno ga smatraju svojevrsnim umjetničkim djelom (Singer Blaine, 2009: n.p.).

Japanska umjetnost obuhvaća različite oblike umjetničkog izražavanja, što uključuje slike, skulpture, keramičke i glinene figurice, dekorativne predmete i druge oblike primijenjenih umjetnosti (The Metropolitan Museum of Art, n.d.). *Edo* razdoblje (od 1615. do 1868. godine) japanske povijesti doživjelo je najveći procvat brojnih oblika kreativnog kulturnog izražavanja, koji uključuju tzv. *kabuki* kazalište, ceremonije čaja, borilačke vještine

i slično (Singer, 1998: 4). Njihov utjecaj vidljiv je i u suvremenom Japanu kao i ostatku svijeta gdje su često korišteni kao inspiracija za druge oblike moderne umjetnosti.

Japanski festivali stoljećima su bili sastavni dio japanske kulture. Svaki festival ima specifičan cilj i značenje koje ovisi o godišnjem dobu, ali u suštini se održavaju u svrhu zahvale bogovima za prirodne blagoslove i izražavanja želja za dobro zdravlje (Ministry of Foreign Affairs of Japan, n.d.: 2). Vrijeme proljeća simbolizira ponovno rađanje prirode i stoga se za vrijeme proljetnih festivala moli za uspješan uzgoj i poljoprivredu. Vrijeme ljeta simbolizira vrućine kada su prevladavale epidemije, tako da se ljetni festivali održavaju s ciljem suzbijanja negativnih osjećaja i epidemija. Vrijeme jeseni karakterizirano je žetvom kojom se simbolički zahvaljuje bogovima za dobivene blagoslove. U vrijeme zime zahvaljuje se bogovima za uspješnu godinu bez nesreće i problema te za izražavanje želja za uspješnom nadolazećom godinom. Prema tomu, svako godišnje doba popraćeno je raznovrsnim kulturnim festivalima, a sveukupno je dostupno 300 000 festivala u Japanu (Ministry of Foreign Affairs of Japan, n.d.: 12). Jedan od takvih festivala je *Yosakoi Festival* koji je pokrenut 1954. godine s ciljem oživljavanja gospodarstva i izražavanja želja za zdravlje i sreću. U festivalu sudjeluje oko 20 000 plesača. *Tenjin Festival* prvi puta se javlja prije otprilike 1000 godina s ciljem suzbijanja ljetnih epidemija. Na festivalu sudionici na leđima nose svete hramove kojima donose blagoslov svim sudionicima. Nadalje, *Aoi Festival* ima korijene u 6. stoljeću popraćenom godinama neuspjele žetve. Stoga se festivalom izjavljuje želja sigurnošću i plodnom poljoprivrednom godinom, a sudionici festivala nose posebnu odjeću, kozmetiku i frizure karakteristične za aristokratsko društvo toga stoljeća. *Gion Festival* potječe iz 9. stoljeća s ciljem sprječavanja prirodnih katastrofa. Dekoracije festivala su drevna i lokalna umjetnička djela (Ministry of Foreign Affairs of Japan, n.d.: 4-7).

Prirodne ljepote također su bitan dio japanske tradicionalne kulture. Japanski vrtovi poznati su po svojoj jedinstvenosti, širokom rasponu biljaka, urednosti i spokoju koji pružaju. *Bonsai*[1] umjetnost ima dugu povijest u Japanu i predstavlja puno više od metode uzgoja manjih stabala u posudama. Ona je ujedno i težnja za oblikovanjem i postizanjem suštinskog savršenstva (Pietraszko i Sobota, 2008: 590).

[1] Bonsai je oblik japanske umjetnosti koji koristi metode uzgoja stabala pune veličine i primjenjuje ih u proizvodnji manjih verzija istih stabala za uzgoj u posudama.

Moderna japanska pop kultura obuhvaća modu, anime, manga stripove[2] i druge oblike kreativnog izražavanja. Usmjerena je na mlade ljude i postaje sve sofisticiranija što se više usavršava i njeguje u svakodnevnom životu. Japan je dom različitih modnih stilova, međutim tzv. Harajuku stil[3] najpoznatiji je po svojoj jedinstvenosti i neobičnosti. Okrug Harajuku popularno je okupljalište ljudi s ekscentričnim modnim stilovima gdje se naglasak uvijek stavlja na individualnost i moć samoekspresije. U odjevne kombinacije uključuje se sve što je „slatko“, što podrazumijeva različite vrste hrane, životinja, šarenih oblika i predmeta. Postoje brojni muzeji japanske pop kulture u Japanu koje redovito posjećuju i djeca i odrasli (Ministry of Foreign Affairs of Japan, 2013: n.p.). U većini slučajeva, *manga* stripovi služe kao osnova, odnosno inspiracija za stvaranje *anime* filmova i serija. Zbog svoje popularnosti u Japanu i diljem svijeta, postali su sinonim japanske suvremene vizualne kulture i estetike. Njihov značaj za japansku vizualnu kulturu je više nego ekonomski budući da se sve više veže za japansku kulturu općenito i nacionalnu imidž (Norris, 2009: 237). Diljem svijeta (pa tako i u Republici Hrvatskoj) postoje konvencije japanske popularne kulture na kojima se zainteresirani pojedinci mogu kreativno izražavati i izlagati različitim elementima japanske popularne kulture te povezati s drugima koji dijele njihove interese. Postoje brojni drugi oblici moderne japanske kulture iz područja umjetnosti i zabave. Jedan od njih su grafiti kao oblik umjetničkog izražavanja. Otok Tennozu ispunjen je zidovima oslikanim modernom pop umjetnošću u obliku freska. U mjestu Shinjuku otvoren je tzv. *Robot Restoran* koji nudi inovativan način zabave kroz suradnju ljudi i robota. Daljnji primjer spajanja suprotnosti je japanska heavy metal grupa Babymetal koja se izvorno sastojala od tri mlade izvođačice poznate po jedinstvenim nastupima karakteriziranim spajanjem japanske pop i metal glazbe te inkorporiranja plesnih pokreta i neobičnih kostima (Ministry of Foreign Affairs of Japan, 2017: 6-9). *Cosplay* je jedan od najpopularnijih suvremenih oblika japanske kulture. Cosplay je univerzalni jezik kojim ljudi diljem svijeta mogu izražavati svoju strast prema japanskim stripovima, animiranim filmovima, video igricama i drugim oblicima kreativnog izražavanja. Sudionici se oblače u svoje najdraže fiktivne japanske likove, sudjeluju u natjecanjima i dijele iskustva s ostalim ljubiteljima ovog oblika kreativnog izražavanja (Ministry of Foreign Affairs of Japan, 2017: 12-13). Još jedan izuzetno popularan oblik umjetnosti u Japanu je glasovna gluma koji spaja fiktivni svijet sa stvarnošću. Glasovna grupa *Wake Up, Girls!* dolazi iz istoimene animirane serije i prikazuje

[2] Japanski crno-bijeli stripovi.

[3] Stil tzv. ulične mode koji prevladava u okrugu Harajuku karakteriziran mješavinom različitih popularnih japanskih modnih stilova.

život sedam djevojaka kojima je san nastupati na pozornici. Glumice koje posuđuju glasove za fiktivne likove animirane serije također su dio navedene glasovne grupe u stvarnom životu te redovito pripremaju nastupe za mnogobrojne fanove (Ministry of Foreign Affairs of Japan, 2017: 18-19).

Prema tomu, bogatstvo i jedinstvenost japanske kulture i jezika privukli su pozornost cijeloga svijeta. Bez obzira na dob, spol, društveni status i druga obilježja, mnogobrojne japanske supkulture svima omogućavaju kvalitetan način provođenja slobodnoga vremena i pristup nečemu jedinstvenom i nezaboravnom. Upravo je kontrast između tradicionalne hrvatske kulture te neobične i inovativne japanske kulture stvorio jedinstvenu priliku za suradnju i međusobno prožimanje ovih dvaju kultura. Međutim, također su jasno vidljive zajedničke crte između hrvatske i japanske tradicionalne kulture. Japanski narod cijeni dugu i bogatu hrvatsku kulturnu povijest, prirodne ljepote, borbu za samostalnost i očuvanje vlastitih vrijednosti te strastvenost i ponos na kulturnu baštinu i tradiciju. S druge strane, hrvatski narod cijeni jedinstvenost i ekspresivnost japanske kulture, sposobnost spajanja potpuno suprotnih elemenata kulture u nove i suvremene hibridne oblike kulturnog izražavanja, marljivost, profesionalnost i naporan rad japanskoga naroda koji su omogućili Japanu da postane svjetska velesila, želju za eksperimentiranjem (pogotovo u području samoekspresije), unaprjeđivanjem i proširivanjem postojećih oblika provođenja slobodnoga vremena te susretljivost i razinu međusobnog poštovanja koje japanski narod ima prema drugima.

6. UDRUGE I ORGANIZACIJE ZA PROMICANJE JAPANSKE KULTURE

Japanska kultura razlikuje se od hrvatske kulture u brojnim aspektima. Činjenica je da Hrvati nemaju dovoljno mogućnosti učenja o japanskoj kulturi i jeziku unutar Republike Hrvatske u sklopu svoga slobodnoga vremena. Trenutačno je najveća zastupljenost škola, klubova, udruga pa čak i studija u Zagrebu, a zatim nešto manje u Istri i Dalmaciji (Pula, Rijeka, Split). S druge strane, u Slavoniji takva mjesta trenutačno ne postoje niti su prije postojala u velikom broju. Prethodno su se u sklopu Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek održavali tečajevi i radionice japanskoga jezika, ali kao i većina pothvata u Osijeku, ubrzo su prestali djelovati. Uz to, nedostaje stručne literature na hrvatskom i na engleskom jeziku, stoga se veliki broj zainteresiranih okreće internetu i *online* tečajevima.

Bez obzira na nedostatak načina i sredstava, zainteresiranost Hrvata za japansku kulturu i jezik ne opada. Udruge posvećene povezivanju hrvatske i japanske kulture nastoje osnažiti i obogatiti postojeću suradnju na kulturnoj, prosvjetnoj i gospodarskoj razini. Prilikom održavanja 25. obljetnice diplomatskih odnosa između Republike Hrvatske i Japana provedeno je istraživanje o zainteresiranosti Hrvata za japansku kulturu. Rezultati pokazuju da je više od 80% ispitanika zainteresirano za Japan, od čega je više od polovice ispitanika „vrlo zainteresirano“ (L.S., 2018). Najbolji stvarni pokazatelj zainteresiranosti Hrvata za japansku kulturu je podatak iz 2016. godine prema kojem je 50 studenata upisalo preddiplomski studij japanskoga jezika i kulture na Filozofskom fakultetu Sveučilišta „Jurja Dobrile“ u Puli koji je ujedno i prvi takav primjer u Republici Hrvatskoj. Studenti imaju mogućnost biranja između jednopredmetnog i dvopredmetnog trogodišnjeg studija koji mogu kombinirati s hrvatskim jezikom i književnosti, povijesti, talijanskim jezikom i književnosti te latinskim jezikom. Zanimljiv je podatak da je većina studenata iz drugih dijelova Hrvatske, odnosno da je samo 15% studenata iz Pule, što nadalje ukazuje na nedostatak studija, škola, klubova i udruga. Drugi studij japanologije je u sklopu Filozofskog fakulteta u Zagrebu. Hrvati su time pokazali koliko daleko su spremni ići za svoje formalno obrazovanje, ali postoje brojni slučajevi učenja o japanskoj kulturi i jeziku u slobodno vrijeme (Marić, 2016). Jedan od takvih primjera je 29-ogodišnji Zadranin Lovre Štavun koji je samostalno i „amaterski“ tečno naučio japanski jezik i osigurao si mjesto prvog i, za sad, jedinog zadarskog licenciranog turističkog vodiča za japanske turiste. Zbog nedostatka literature i tečajeva, odlučio si je sam ispuniti životni san koji mu je danas osigurao radno mjesto. Tvrdi da mu se japanski turisti godinama vraćaju jer iznimno cijene njegovu točnost i predanost (Morović Rudić, 2016).

U Republici Hrvatskoj postoji nekolicina institucija za učenje japanskoga jezika na različitim razinama. Prema popisu *Veleposlanstva Japana u Republici Hrvatskoj* (2016), jedina osnovna škola u Republici Hrvatskoj koja nudi učenje japanskoga jezika je *OŠ Stjepana Radića* u Čaglinu. Na visokoškolskoj razini, dostupni su *Filozofski Fakultet Sveučilišta u Zagrebu*, *Centar za strane jezike Sveučilišta u Zadru* te *Filozofski Fakultet u Puli Sveučilišta Jurja Dobrile*. Što se tiče škola stranih jezika, u Zagrebu su dostupne *Škola stranih jezika ENBE Zagreb*, *Latina škola stranih jezika*, *Škola stranih jezika SUVAG*, *SPES centar za poduke i prevodilaštvo*, *ABC Strani jezici* te *MAKOTO hrvatsko-japansko društvo*. Na području Splita dostupni su *Centar znanja stranih jezika* te *Pappagallo International Language School*. U Rijeci je moguće učiti japanski jezik u *Klubu mladih*, u Zaboku u *Školi stranih jezika Educa*, a u Varaždinu u *Školi stranih jezika Šimunić*. Prema popisu jasno je vidljiva dominantnost institucija na području Zagrebačke županije, Primorsko-goranske županije, Zadarske županije i Splitsko-dalmatinske županije, odnosno nedostatak institucija na području Istočne Hrvatske.

Zagrebačka udruga *Makoto* svojom širokom paletom aktivnosti i radionica nudi svojim članovima mogućnost učenja o ovoj dalekoistočnoj zemlji u slobodno vrijeme. S ciljem promicanja japanske kulture na prostorima Republike Hrvatske, uzajamnog upoznavanja kulture, povijesti i modernog života hrvatskog i japanskoga naroda i samim time ostvarivanja međunarodne suradnje između Japana i Republike Hrvatske, *Makoto* već dugi niz godina organizira besplatne tjedne radionice japanskoga jezika sa sveukupno više od 150 polaznika. Na radionicama, koje traju 16 tjedana, uče se japansko fonetsko pismo kana i osnovna gramatika. Često se koriste algoritmi pamćenja *Memazija*, istraživanja koje provodi Filozofski fakultet u Zagrebu kojim se ispituje kako studenti azijskih jezika uče i pamte čitati, pisati, govoriti i komunicirati na dalekoistočnim jezicima. Uz navedene trajne radionice, organizirana je i prva radionica japanske kaligrafije za koju je pokazan veliki interes i koju je vodila licencirana instruktorica iz Japana. Također, već preko 10 godina uspješno održavaju Natjecanje u govorništvu i javnom nastupu na japanskom jeziku. *Makoto* često surađuje i s drugim hrvatskim udrugama fokusiranim na japansku kulturu i jezik.

Druga udruga vrijedna spomena je udruga *ICHIDAN* za promicanje japanske multimedijalne kulture, također sa sjedištem u Zagrebu. Oni organiziraju projekcije animea[4] i filmova, igranje video igrica japanske tematike i tradicionalnih društvenih igara, *papercraft*[5] radionice i druženja. S preko 100 članova i više od 100 radionica i druženja u sklopu slobodnog

[4] Svaki animirani film ili serija iz Japana.

[5] Izrađivanje modela od papira, najčešće popularnih fiktivnih likova.

vremena, *ICHIDAN* svojim aktivnostima povezuje ljude sa zajedničkim interesima i željama te približava japansku (i azijsku) kulturu i jezik široj javnosti. Kao i udruga *Makoto*, održavaju raznovrsne kreativne radionice poput izrađivanja origamija i kolaža, vježbanja japanskoga pisma te organiziraju druženja i odlaske na festivale i konvencije.

Hrvatsko-japansko kulturno i gospodarsko društvo (HJKGD) je dobrovoljna udruga građana osnovana 2001. godine u Zagrebu s ciljem razvijanja hrvatsko-japanskih odnosa te kulturne, gospodarske, znanstvene i druge suradnje. Kao i u prethodno navedenim slučajevima, osnivači ove udruge fascinirani su japanskom kulturom. Cilj im je podijeliti njezine ljepote s ostatkom hrvatskoga društva te svojim volonterskim djelovanjem stvoriti društvenu korist i otvoriti mogućnost buduće suradnje sa sličnim udrugama i organizacijama.

Daljnji primjer zainteresiranosti Hrvata za japansku kulturu je i *Hrvatsko-japansko društvo prijateljstva Varaždin* (HJDPV) koje je osnovano 2012. godine. Grupa varaždinskih ljubitelja Japana i japanske kulture pokazala je dugogodišnji interes za ovu istočnoazijsku zemlju, počevši od Škole stranih jezika Šimunić koja, između ostaloga, nudi tečaj japanskoga jezika do različitih grupa mladih posvećenih treniranju tradicionalnih japanskih borilačkih vještina. Društvo je osnovano s ciljem širenja svijesti o japanskoj kulturi te objedinjavanja zajedničkih interesa pojedinaca i stvaranja kulturnog, prosvjetnog, znanstvenog, gospodarskog i sportskog doprinosa s idejom buduće suradnje između hrvatskih i japanskih građana (Kućanica u Japanu, 2012).

Još jedan primjer kvalitetnog načina provođenja slobodnoga vremena povezanog s japanskom kulturom je *Hrvatska Go Udruga*. Osnovana je 1997. godine u Zagrebu s ciljem promicanja japanske strateške igre *go* te povezivanja pojedinaca zainteresiranih za navedenu igru. Između ostalog, udruga organizira radionice, tečajeve i natjecanja u igri *go*, osposobljavanje volontera za provođenje programa udruge, nabavlja i izrađuje stručnu literaturu i opremu te educira građane o igri *go*.

Bonsai udruga Zen je neprofitna organizacija osnovana 2012. godine. Udruga je posvećena promicanju svijesti o bonsai umjetnosti na području Republike Hrvatske te osposobljavanju postojećih članova udruge za prakticiranje bonsai umjetnosti putem predavanja i radionica.

Trgovina *Destinatio Tokyo* idealan je primjer promicanja japanske kulture u Republici Hrvatskoj. *Destinatio Tokyo* je prva trgovina u Republici Hrvatskoj koja nudi izvorno japanske namirnice koje se svakodnevno koriste u japanskoj kuhinji. Vlasnik trgovine je Shin Ayukawa,

Japanac kojega je privukao Zagreb i primijetio nedostatak japanskih trgovina. Zainteresirani pojedinci mogu birati između 120 japanskih brendova koji nude različite vrste riže, tjestenine, umaka, začina, čajeva i slatkiša, ali i proizvoda iz japanske pop-kulture. Proizvodi su dobavljeni izvorno iz Japana ili pod kontrolom japanskih prehrambenih tvrtki što omogućava kvalitetno i jedinstveno iskustvo (Knez, 2015).

Na području Zagreba i okolice postoje brojni japanski ugostiteljski objekti. Jedan od njih je restoran *Ginger Sushi* koji je otvoren 2013. godine i ispunjen japanskom tematikom i specijalitetima (Kovač, 2016). Drugi popularni japanski restorani su *Takenoko, Kobe, Binimoto, Manzoku* i *Tekka* koji imaju japanske kuhare. Iz područja borilačkih i ratničkih vještina ističu se *Kuća Aikida, Kyudo Društvo Zagreb, Kendo klub Zagreb, Shinsei Dojo* te *Aikido društvo Ki Dojo Osijek.*

Brojnost i raznovrsnost udruga i organizacija za promicanje japanske kulture i jezika na području Republike Hrvatske pokazatelj su zainteresiranosti i otvorenosti Hrvata prema interkulturalnosti i nečemu što je „egzotično“ i drukčije, bez obzira na očiglednu homogenost države. Dugogodišnja gospodarska i kulturna suradnja između Republike Hrvatske i Japana također nisu slučajnost. Budući da su specifičnosti ovih dvaju kultura objašnjene u prethodnim poglavljima, primjer Republike Hrvatske i Japana pokazuje kako je moguće uspješno ostvariti interkulturalnost između dvije potpuno različite kulture i time obogatiti i bolje razumjeti vlastitu kulturu, a njezinim pojedincima omogućiti nezaboravna iskustva te pružiti nove životne prilike.

7. KULTURNO-EDUKATIVNI DOGAĐAJI

Uz prethodno navedene udruge posvećene promicanju japanske kulture, interkulturalnost je moguće promicati i u obliku kulturno-edukativnih događaja.

Jedan od takvih događaja je festival lutaka *Hinamatsuri* u Etnografskom muzeju u Zagrebu. Izložbom tzv. *Hina* lutaka, posjetitelji su dobili uvid u bogatu povijest ovog japanskog običaja te sudjelovali u prezentaciji ceremonije čaja, radionicama origamija i japanskoga jezika te su se upoznali s japanskom kuhinjom (Tanković, 2016: 49-50).

Veleposlanstvo Japana u Republici Hrvatskoj svake godine sudjeluje u organizaciji događaja *Dan Japana* u zagrebačkom muzeju Mimari. Posjetitelji se upoznaju s japanskom kulturom putem raznovrsnih interaktivnih aktivnosti koje uključuju koncert japanske flaute (*Shakuhachi*), radionicu japanske strateške igre *go*, radionicu cvjetnog aranžmana (*Ikebana*), demonstraciju i degustaciju ceremonije čaja, upoznavanje s japanskom kuhinjom, predstavljanje haiku poezije, mogućnost fotografiranja u tradicionalnim japanskim kimonima (*furisode*), izložbu i radionicu origamija, tečaj japanskoga jezika za početnike, demonstraciju japanskih borilačkih vještina (karate, aikido, judo, kendo, kyudo, nanbudo i ninjutsu), prezentaciju *Cosplaya* i *Harajuku* mode i druge. Događaj *Dan Japana* daje vrlo opsežan prikaz japanske kulture i na praktičan način upoznaje posjetitelje s ovom dalekoistočnom zemljom (Jerković, 2017: 49).

Izuzetan primjer povezivanja hrvatske i japanske kulture vidljiv je u djelima dr. sc. Vladimira Devidea izloženima tijekom *Tjedna japanske kulture* u Zagrebu. Kao haiku pjesnik i ljubitelj japanske kulture, Vladimir Devide uvelike je pomogao obogaćenju literature o japanskoj kulturi, a neka od izdvojenih djela su *Japanska haiku poezija i njen kulturno-povijesni okvir* (1970), *Japan - tradicija i suvremenost* (1978.), *Iz japanske književnosti* (1985.). Također je bio i prvim predsjednikom Hrvatsko-japanskog akademskog društva i prvim predsjednikom Hrvatskog haiku društva. Liječnik i pjesnik Drago Štambuk još je jedan hrvatski autor koji se posvetio pisanju japanske poezije i čiji su radovi izloženi tijekom *Tjedna japanske kulture*. Japanska pijanistica Yoko Nishii, koja je također je sudjelovala u događaju. Za vrijeme dobrotvornog koncerta izvela djela brojnih skladatelja, između ostalih i djela Dore Pejačević. Yoko Nishii došla je u Hrvatsku 1988. godine i polazila Visoku školu za glazbenu umjetnost, a nastavila je svoje stručno usavršavanje na postdiplomskom studiju na Muzičkoj akademiji u Zagrebu. Dugi niz godina surađivala je sa Zagrebačkom filharmonijom i Kubanskim nacionalnim simfonijskim orkestrom te je pobjednica brojnih natjecanja. *Tjedan japanske*

kulture završio je turnirom japanske igre *go* organizirane od strane *Hrvatske Go Udruge* (Tanković, 2016: 35-36).

Godine 2015. dodijeljeno je svečano priznanje profesoricama Reiko Omura Elezović i Emi Kusumoto Sulimanović za poticanje i njegovanje japanskog jezika i kulture u Republici Hrvatskoj. Profesorica Reiko Omura Elezović je 1975. godine počela predavati japanski jezik u zagrebačkoj Školi stranih jezika, a 1981. godine je kao izvorna govornica započela program AV metode japanskoga jezika. Profesorica Emi Kusumoto Sulimanović od 1988. godine predaje japanski jezik u Zagrebu. 1997. godine bila je inicijator programa razmjene studenata iz Hrvatske u Japan i natrag te je osnovala Udrugu nastavnika japanskog jezika na inicijativu japanskog veleposlanika. Obje profesorice su dobile pohvalu i potvrdu zahvaljujući svojem dugogodišnjem trudu i zalaganju u promicanju japanskog jezika i kulture u Republici Hrvatskoj (Heršak, 2015: 38).

Jedina konvencija azijske kulture na području Republike Hrvatske je *PandaKon*. Od 2013. godine konvencija se redovito održava u Zagrebu na godišnjoj bazi. Neprofitna udruga *PandaKon* bavi se kulturnom tematikom Japana, Južne Koreje i Kine predstavljenom u obliku predavanja, projekcija, panela, grupnih aktivnosti, kvizova, te cosplay[6] natjecanja.

2017. godine održana je izložba radova japanske fotografkinje Makiko Akitsu u galeriji *Panacea* Klinike za tumore. Budući da je povezanost s prirodom izuzetno bitan dio japanske kulture, integracija umjetnosti kao oblika humanizacije i uvođenja promjena u zdravstvenu skrb pokazala je pozitivne rezultate u psihološkom stanju pacijenata. Stoga je fotografkinja, u suradnji s Veleposlanstvom Japana u Republici Hrvatskoj, sve eksponate donirala Centru za umjetnost i medicinu Klinike za tumore (Andrić, 2018: 46-47).

2015. godine tijekom proslave japanskog nacionalnog dana Carevog rođendana, izvanredni i opunomoćeni veleposlanik Japana u Republici Hrvatskoj Keiji Ide održao je govor o dotadašnjoj i budućoj hrvatsko-japanskoj suradnji iz različitih interesnih područja. Postoji obostrani interes između Republike Hrvatske i Japana s obzirom na način života i kulturu. Međusobna suradnja i potpora ovih dviju zemalja vidljiva je kroz različite primjere. Japanska vlada, tvrtke i građani su prikupljanjem sredstava i novčanih donacija pokazali potporu za vrijeme poplava u Hrvatskoj. S druge strane, hrvatski građani pokazali su svoju potporu za vrijeme potresa i tsunamija u Japanu. Nadalje, veleposlanik ističe kako je rastući interes Hrvata

[6] Cosplay je maskiranje u fiktivne likove inspirirane japanskom multimedijalnom kulturom.

za japansku kulturu i jezik vidljiv i u području obrazovanja, ponajprije u studiju japanologije otvorenom na Sveučilištu u Zagrebu, a nešto kasnije i u otvorenom studiju japanskoga jezika na Sveučilištu u Zadru. Zbog potreba studiranja, odnosno stručne literature, prevedene su brojne japanske knjige na hrvatski jezik. Iz područja glazbene umjetnosti, *Ansambl narodnih plesova i pjesama Hrvatske LADO* održao je nastupe u brojnim japanskim gradovima, a japanski glazbenici i balerine dugogodišnje nastupaju u *Zagrebačkoj filharmoniji* te *Hrvatskim narodnim kazalištima* (Karafilipović, 2015: 18).

Godine 2019. održana je izložba *Ljepote rukotvorina Tohakua* u *Gradskom muzeju Varaždin*. U izložbi su predstavljene tradicionalne japanske rukotvorine stvorene različitim tehnikama oslikavanja, a za inspiraciju su korištene prirodne ljepote japanskoga pejzaža (Poljak Moranini, 2019).

Iz širokog spektra kulturno-edukativnih događaja vidljiva je raznovrsnost i jedinstvenost japanske kulture koja obogaćuje i stvara kontrast s hrvatskom kulturom. Budući da se kulturno-edukativni događaji za promicanje japanske kulture i jezika uspješno održavaju svake godine, jasno je vidljiva zainteresiranost Hrvata za ovu dalekoistočnu zemlju i potencijal koji međusobna suradnja omogućuje. Budući da su navedeni kulturno-edukativni događaji pogodni za različite uzraste, time je moguće učiti o interkulturalnosti i promicati ju od rane dobi, odnosno osigurati da buduće generacije imaju otvoren pristup prema različitim ljudima i kulturama.

8. SWOT ANALIZA

Kao i za svaki ozbiljan projekt, potrebno je najprije odrediti snage, slabosti, prilike i prijetnje kako bi se dao realističan uvid u uspješnost njegovog provođenja i mogućnost daljeg proširenja. Budući da se interes za azijskim jezicima na ovim prostorima povećava svake godine, jedna od glavnih snaga je egzotičnost japanskoga jezika. Jasno je vidljiva razlika između hrvatskoga i japanskoga jezika, pa tako i samih kultura, od pisma i gramatike do fonetike. To je samo jedna od privlačnosti japanskoga jezika jer predstavlja nešto novo i nesvakidašnje. Nadalje, zbog rastućih migracija i razmjena studenata, javlja se potreba za razvijanjem interkulturalnog društva koje ne samo što prihvaća druge kulture, nego se zanima za njih, aktivno sudjeluje u njima i razmjenjuje iskustva. Radionicama, aktivnostima, projektima i druženjima, razvijaju se komunikacijske vještine polaznika, timski rad, kreativnost, fleksibilnost i otvorenost prema novim iskustvima. Takve aktivnosti ujedinjuju ljude sa zajedničkim interesima, stvaraju mjesto sigurnosti i razumijevanja te stvaraju nezaboravna iskustva i nova prijateljstva. Ponudom raznovrsnih sadržaja osigurava se zainteresiranost pojedinaca različite dobi, spola, zanimanja, podrijetla i drugih karakteristika. Redovita komunikacija s pojedincima drugih kultura i izloženost njihovim kulturnim obilježjima i vrijednostima smanjuje anksioznost i zabrinutost prema stranome, odnosno pospješuje svaku buduću interakciju.

S druge strane, nepobitne slabosti učenja o japanskoj kulturi i jeziku su nedostatak kvalificiranog osoblja, prostora za provođenje aktivnosti i financijskih sredstava. Unatoč tomu što su sve prethodno navedene udruge neprofitne, potrebna su određena financijska sredstva za samu organizaciju, iznajmljivanje prostora, materijale i slično. U odnosu na druge tečajeve stranih jezika, poput engleskog, njemačkog, španjolskog i francuskog, teško je pronaći kvalificirane predavače japanskoga jezika koji također dovoljno dobro komuniciraju i na hrvatskom jeziku. U slučaju domaćih predavača, postoji rizik od krivog izgovora i naglašavanja riječi na japanskom jeziku. U slučaju stranih, izvorno japanskih predavača, postoji rizik nedovoljnog poznavanja hrvatskoga jezika pri čemu prevedene riječi mogu dobiti krivo značenje ili se ovisi o poznavanju drugog zajedničkog jezika (najčešće engleskoga). Također, još jedna od slabosti je nedovoljno iskorišten marketinški potencijal. Većina polaznika za tečajeve i radionice japanskoga jezika saznaje putem poznanika ili ukoliko ih ciljano traže putem Interneta. Nedovoljno je oglašavanja putem tradicionalnih medija, plakata, letaka i slično. Iako zainteresiranost za učenje japanskoga jezika postoji u Istočnoj Hrvatskoj, škole stranih jezika nemaju ga u ponudi, bez obzira na to što su prethodno imale. Također je

nedovoljno japanskih udruga i organizacija na području Istočne Hrvatske. Većina postojećih udruga i organizacija nalazi se u Zagrebu i okolici, Puli, Splitu i Dubrovniku. Udruge i tečajevi japanskoga jezika na području Osijeka i okolice više nisu dostupni i stoga se zainteresirani pojedinci nemaju gdje izlagati japanskoj kulturi i povezati se s drugima koji dijele njihov interes. U Istočnoj Hrvatskoj također nedostaju i neformalni oblici druženja za hrvatske entuzijaste japanske kulture i jezika, kao što su *PandaKon* konvencija azijske kulture u Zagrebu, *Makoto hrvatsko japansko društvo* te *Udruga ICHIDAN* koje organiziraju radionice, projekcije japanskih animiranih filmova, igranje tradicionalnih japanskih igara te općenito dijeljenje iskustava i mišljenja s drugim ljubiteljima japanske kulture i jezika. Time su pokrivene snage i slabosti unutar projekta.

Što se tiče vanjskog utjecaja, prilike koje učenje o japanskoj kulturi i jeziku u sklopu slobodnog vremena nudi su prije svega suradnja s domaćim i inozemnim poduzećima i organizacijama. Kao što je u prethodnom poglavlju navedeno, postojeće neprofitne udruge već su surađivale s interesno-povezanim društvima u svrhu promicanja japanskoga jezika i kulture na našim prostorima i međusobnog promicanja. Uključivanjem drugih hrvatskih i inozemnih, djelatno nepovezanih poduzeća u suradnju otvorila bi se nova vrata i omogućilo stvaranje povoljne klime za razvijanje poslovnih odnosa između kulturnih, gospodarskih i drugih organizacija, te poboljšanju njihove suradnje. Između ostaloga, promicanje interkulturalnosti direktno utječe i na turizam. Autor Jagić smatra da važnost suvremenog turizma leži u činjenici da on potiče upoznavanje i zbližavanje ljudi različitih kultura, unaprjeđuje međunarodnu integraciju, doprinosi razvoju identiteta te osigurava održavanje mira (Jagić, 2008: 234-235). Nadalje, autor navodi da je turizam proglašen „najplemenitijim instrumentom 20. stoljeća za postizanje međunarodnog razumijevanja“ te da se smatra „najvažnijim sredstvom za zbližavanje nacija“ (Jagić, 2008: 235). Budući da je iz prethodnih poglavlja vidljiva uspješnost japanskih udruga, organizacija i kulturno-edukativnih događaja na području Republike Hrvatske, vidljiv je potencijal za daljnjim ulaganjem i promicanjem japanske kulture i jezika na hrvatskim prostorima. Također, širila bi se svijest o japanskoj kulturi i jeziku te njihovoj sve većoj zastupljenosti na hrvatskim prostorima, ali istodobno bi se širila i svijest o hrvatskoj kulturi i jeziku u Japanu zahvaljujući brojnim japanskim turistima koji redovito dolaze u Republiku Hrvatsku. U sklopu s tim, javile bi se mogućnosti otvaranja novih studija japanologije i cjeloživotnog obrazovanja diljem Republike Hrvatske kojim bi se i drugim hrvatskim županijama omogućilo ono što je za sada dostupno samo u Zagrebu i Puli. Budući da zainteresiranih polaznika ne nedostaje, takvi studiji bili bi široko prihvaćeni. Na taj način bi nečiji interes kojim se osoba bavi u slobodno vrijeme mogao prerasti u nešto više, kao u

prethodno navedenom slučaju Zadranina Lovre Štavuna. Nadalje, stvorila bi se ugodnija klima za brojne japanske (i općenito azijske) turiste koji najviše od svega poštuju dosljednost, točnost i cijene povezivanje tuđe kulture s vlastitom.

Ovakve prilike uočio je i Keiji Ide, izvanredni i opunomoćeni veleposlanik Japana u Republici Hrvatskoj od 2014. godine. Prema njegovim riječima, Hrvatsku svake godine posjeti nekoliko desetaka tisuća japanskih turista koje privlače njezine prirodne ljepote, bogata povijest, tradicionalne delicije i slično. Nadalje, ističe kako cijeni sposobnost i odgovornost hrvatskih radnika što je otvorilo vrata za nova radna mjesta i suradnju između japanskih i hrvatskih tvrtki. Priliku je prepoznala i japanska tvrtka automobilskih dijelova *Yazaki* te je osnovala inženjerski Centar za istraživanje i razvoj u Zagrebu gdje zapošljava oko 90 hrvatskih radnika. Druge japanske tvrtke koje su primijetile takvu priliku su *NYK* (*Nippon Yusen*), *Shosen Mitsui* te *K-Line* koje se bave brodskim transportom dobara i zapošljavaju nekoliko stotina hrvatskih radnika. Budući da su morski plodovi izuzetno bitan dio japanskoga kulinarstva, suradnja između Republike Hrvatske i Japana vrlo je unosna za obje zemlje budući da više od 70% hrvatskoga izvoza u Japan čini tuna. S druge strane, fasciniranost japanskom kulturom u Republici Hrvatskoj s godinama samo raste i stoga su otvoreni brojni japanski restorani u Zagrebu, Splitu i Dubrovniku koji zapošljavaju japanske kuhare kako bi uspjeli zadržati kvalitetu i autentičnost tradicionalnog japanskog kulinarstva. Veleposlanik također spominje mogućnosti buduće suradnje iz različitih područja. Jedan od takvih primjera je područje energije kojim napredna japanska tehnologija može unaprijediti i promicati energetsku sigurnost Hrvatske te pomoći pri zapošljavanju hrvatskih radnika i očuvanju okoliša (Ide, 2014: 15-16). Iz navedenih primjera jasno je vidljiv gospodarski i kulturni potencijal promicanja japanske kulture u Republici Hrvatskoj.

Na kraju, potrebno je spomenuti prijetnje. Jedan od najvećih nedostataka i poteškoća za učenje japanskoga jezika u Republici Hrvatskoj je nedostatak stručne literature. Zainteresirani pojedinci prepušteni su vlastitim kreativnim metodama pronalaženja literatura. Većina zainteresiranih pojedinaca oslanja se na gledanje video klipova putem interneta, korištenje *online* rječnika, rješavanje *online* kvizova za testiranje gramatike, proširivanje vokabulara gledanjem filmova i emisija japanske tematike, pa čak i kupovanje literature *online* putem *web* stranica poput *eBaya, Amazona, Book Depositoryja* i slično. Drugim riječima, zainteresirani pojedinci prisiljeni su osloniti na vlastite sposobnosti pronalaženja onoga što smatraju kvalitetnom literaturom i kvalitetnim izvorima za učenje japanskoga jezika. Time se povećava mogućnost stvaranja grešaka pri učenju ukoliko pojedinci pronađu neispravne izvore za učenje japanskoga jezika (a nemaju mentora ili stručnog predavača koji bi ih ispravio i usmjerio u

pravom smjeru), gubitka motivacije zbog nedostatka materijala i nastavnog programa te usporava proces učenja budući da su pojedinci prepušteni sami sebi. Nadalje, druga prijetnja je prethodno dotaknuti problem kvalificiranih predavača, odnosno ovisnost o poznavanju zajedničkog jezika na koju polaznici ne mogu utjecati. Ukoliko su polaznici mladi ljudi, u većini slučajeva poznavanje engleskoga jezika ne predstavlja veliki problem, međutim kod starijih polaznika može doći do komplikacija zbog mogućnosti nepoznavanja engleskoga jezika. Budući da Istočna Hrvatska nema istu turističku isplativost kao druge hrvatske regije, država i institucije ne vide financijski potencijal za ulaganje u udruge i organizacije posvećene japanskoj kulturi i jeziku, bez obzira na broj zainteresiranih hrvatskih entuzijasta s navedenog područja. Sukladno tomu, japanski ugostiteljski objekti i trgovine ne vide ekonomsku korist proširivanja svojeg biznisa na područje Istočne Hrvatske zbog nedostatka turista i neiskorištenog marketinškog potencijala istočnih regija. Financijska potpora države je ključni element koji nedostaje. Potrebna je kako bi se polaznicima tečajeva mogli osigurati stručni predavači japanskoga jezika i stručna literatura te zbog iznajmljivanja prostora u kojima bi udruge i organizacije za promicanje japanske kulture i jezika djelovale i održavale tečajeve, radionice, natjecanja i neformalna druženja. Time su pokrivene prilike i prijetnje unutar projekta.

9. METODOLOGIJA I NACRT ISTRAŽIVANJA

9.1. PREDMET ISTRAŽIVANJA

Predmet istraživanja su japanska kultura i jezik u Republici Hrvatskoj. U radu su objašnjeni pojmovi kulture i interkulturalnosti, objašnjena je japanska kultura, napravljen je prikaz udruga, organizacija i kulturno-edukativnih događaja za promicanje interkulturalnosti japanskom kulturom i jezikom na području Republike Hrvatske, napravljena je SWOT analiza kojom su prikazane snage, slabosti, prilike i prijetnje promicanja japanske kulture i jezika u Republici Hrvatskoj te je provedeno i analizirano anketno istraživanje.

9.2. CILJ ISTRAŽIVANJA

Cilj istraživanja je saznati stavove ispitanika o interkulturalnosti, upoznatost ispitanika s japanskom kulturom i njihova dosadašnja izloženost njoj te općenito zainteresiranost ispitanika i otvorenost prema japanskoj kulturi i jeziku.

9.3. METODA ISTRAŽIVANJA

Metoda prikupljanja podataka je kvantitativno istraživanje u obliku *online* anketnog upitnika napravljenog pomoću *Google* obrazaca i objavljenog na *Facebook* grupama. Anketni upitnik sastoji se od 13 pitanja kojima se saznaju osnovni podatci o ispitanicima te nadalje njihovi stavovi o interkulturalizmu, japanskoj kulturi i jeziku te njihova dosadašnja i potencijalna buduća iskustva s istim.

9.4. UZORAK

Anketno istraživanje provedeno je na uzorku od 120 ispitanika. Ispitanici su studenti većinskim dijelom s područja Osječko-baranjske županije. Budući da je u prethodnom poglavlju objašnjeno kako u Istočnoj Hrvatskoj zainteresirani pojedinci nemaju mogućnost izlagati se japanskoj kulturi i jeziku niti se povezati s drugim pojedincima koji imaju zajednički interes, anketno istraživanje ispituje zainteresiranost pojedinaca za navedenu temu te njihovu želju za izlaganjem japanskoj kulturi i jeziku na području Republike Hrvatske.

9.5. HIPOTEZE

Prema etničkom sastavu, Republika Hrvatska je izrazito homogena država. Bez obzira na to, prožeta je različitim „stranim“ kulturama koje privlače Hrvate zbog svoje egzotičnosti i različitosti u odnosu na hrvatsku kulturu na koju su naviknuli. Prema tomu, u radu se istražuju stavovi ispitanika o japanskoj kulturi i jeziku te njihov interes prema istome.

Hipoteza 1: Većina ispitanika pokazuje otvoren stav prema interkulturalizmu.

Hipoteza 2: Većina ispitanika pokazuje veliki interes za japansku kulturu i jezik.

Hipoteza 3: Svi ispitanici upoznati su barem s jednim pojmom iz japanske kulture i jezika.

Hipoteza 4: Većina ispitanika nije prethodno posjetila japanske udruge i mjesta u Republici Hrvatskoj.

9.6. VARIJABLE

Nezavisne varijable su:

Spol

Dob

Mjesto stanovanja

Upoznatost ispitanika s japanskim pojmovima

Posjećenost japanskih udruga i mjesta u Republici Hrvatskoj.

Zavisne varijable su:

Stav ispitanika o interkulturalnosti

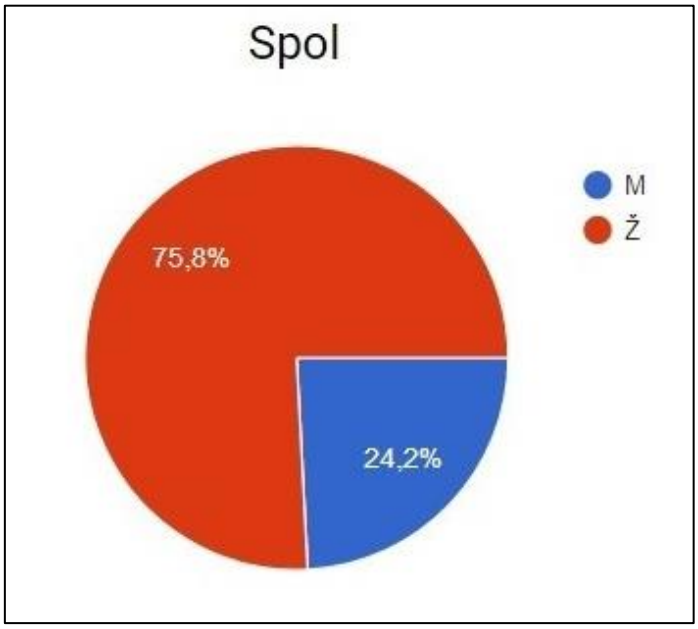
Zainteresiranost ispitanika za japansku kulturu i jezik

Stavovi ispitanika o reprezentaciji japanske kulture u Republici Hrvatskoj

Stavovi ispitanika o načinima promicanja japanske kulture.

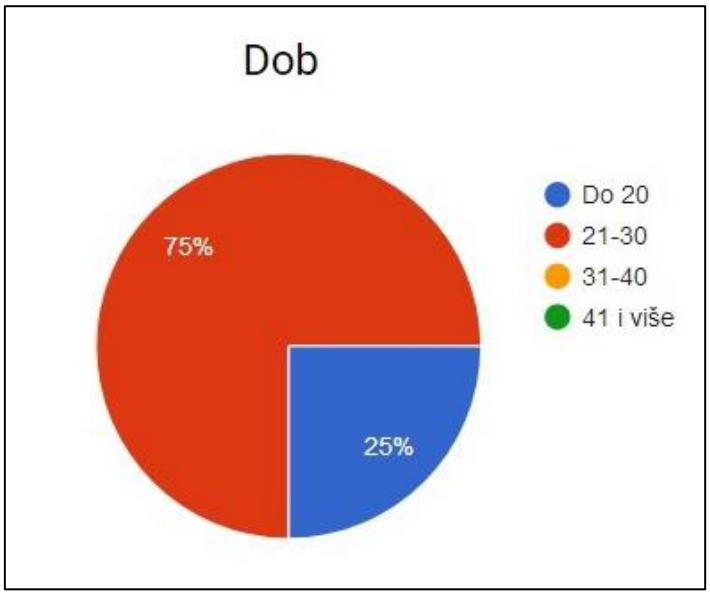
10. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Anketno istraživanje provedeno je na uzorku od 120 ispitanika od kojih je 75,8% (91) ženskog spola i 24,2% (29) muškog spola.



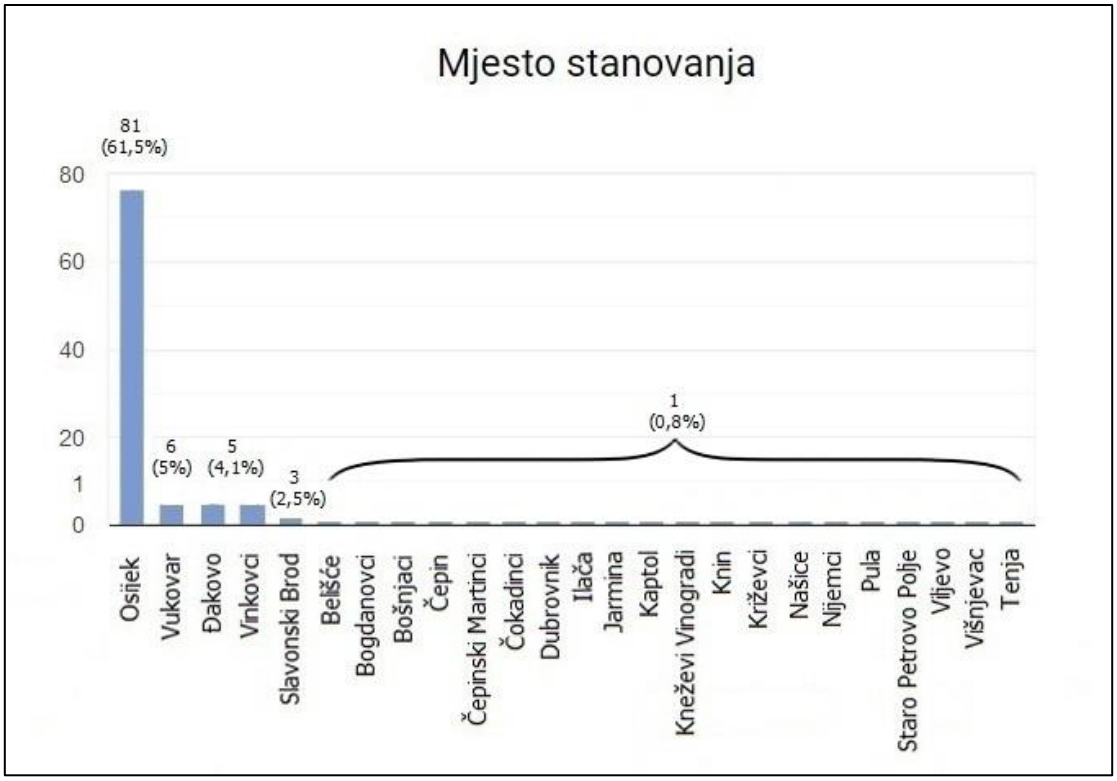
Graf 1. Spolna struktura ispitanika

Ponuđene dobne kategorije su sljedeće: do 20 godina, 21-30 godina, 31-40 godina te 41 godina i više. Prema rezultatima, 75% (90) ispitanika je između 21 i 30 godina starosti, a 25% (30) ispitanika je do 20 godina starosti.



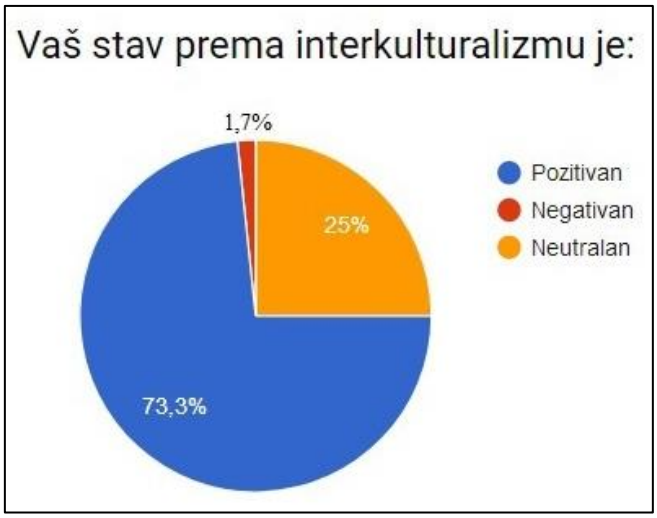
Graf 2. Dobna struktura ispitanika

Budući da je anketno istraživanje provedeno na području Osječko-baranjske županije, najveći broj ispitanika 67,5% (81) živi u Osijeku, zatim 5% (6) ispitanika živi u Vukovaru, 4,1% (5) ispitanika živi u Vinkovcima, također 4,1% (5) ispitanika živi u Đakovu, 2,5% (3) ispitanika živi u Slavonskom Brodu, a preostali ispitanici žive u Belišću, Bogdanovcima, Bošnjacima, Čepinu, Čepinskim Martincima, Čokadincima, Dubrovniku, Ilači, Jarmini, Kaptolu, Kneževim Vinogradima, Kninu, Križevcima, Našicama, Nijemcima, Puli, Starom Petrovom Polju, Tenji, Viljevu te Višnjevcu, odnosno u svakom navedenom mjestu po jedan ispitanik što čini 0,8%.



Graf 3. Mjesto stanovanja ispitanika

Što se tiče stava prema interkulturalizmu, 73,3% (88) ispitanika ima pozitivan stav, 25% (30) ispitanika ima neutralan stav, a 1,7% (2) ispitanika ima negativan stav.

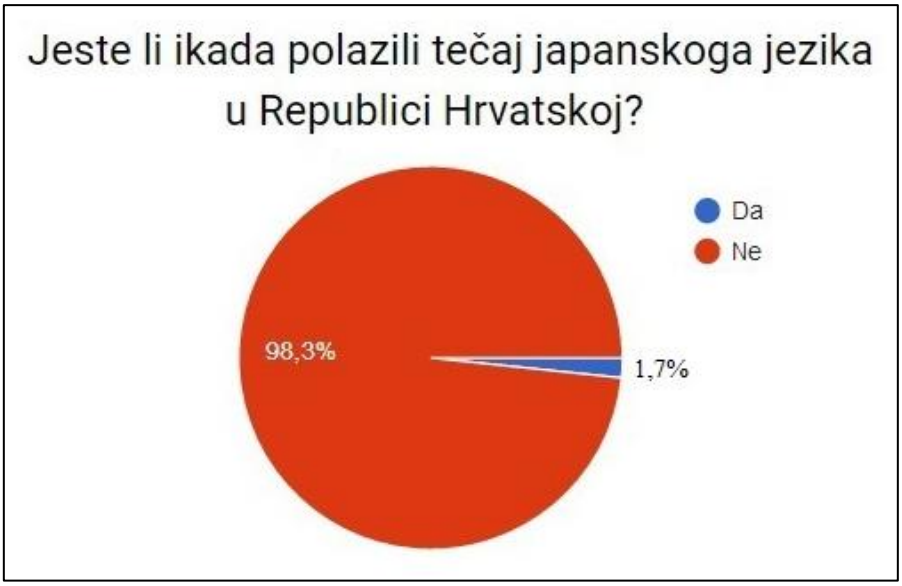


Graf 4. Stav ispitanika prema interkulturalizmu

Ispitanici većinskim dijelom pokazuju interes za japansku kulturu, što je vidljivo iz rezultata anketnoga istraživanja prema kojima 49,2% (59) ispitanika je donekle zainteresirano, 26,7% (32) ispitanika je jako zainteresirano, a 24,2% (29) ispitanika nije zainteresirano.

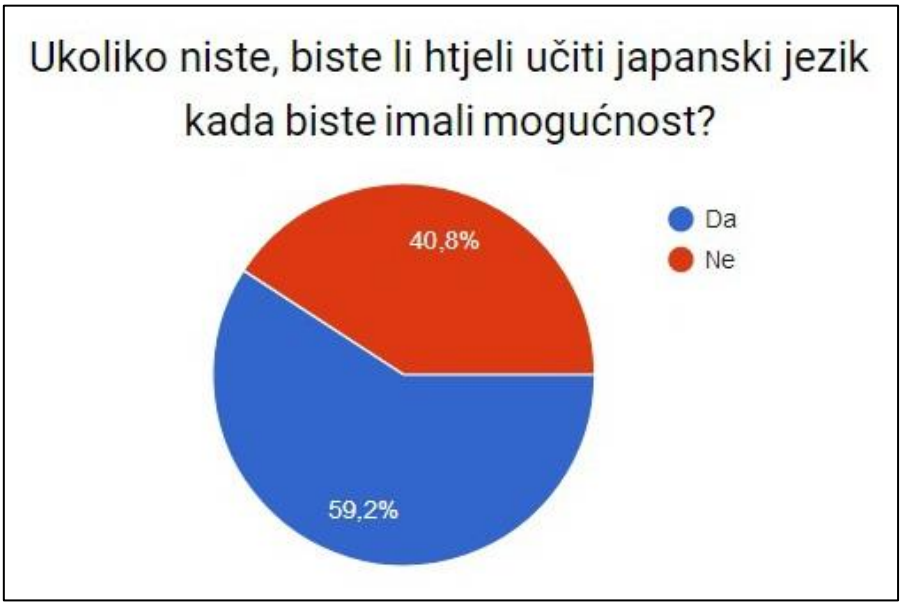
Graf 5. Zainteresiranost ispitanika za japansku kulturu

Budući da polaženje tečajeva ovisi o njihovoj dostupnosti te o zainteresiranosti ispitanika, samo 1,7% (2) ispitanika polazilo je tečaj japanskoga jezika, odnosno 98,3% (118) ispitanika nikada nije polazilo.



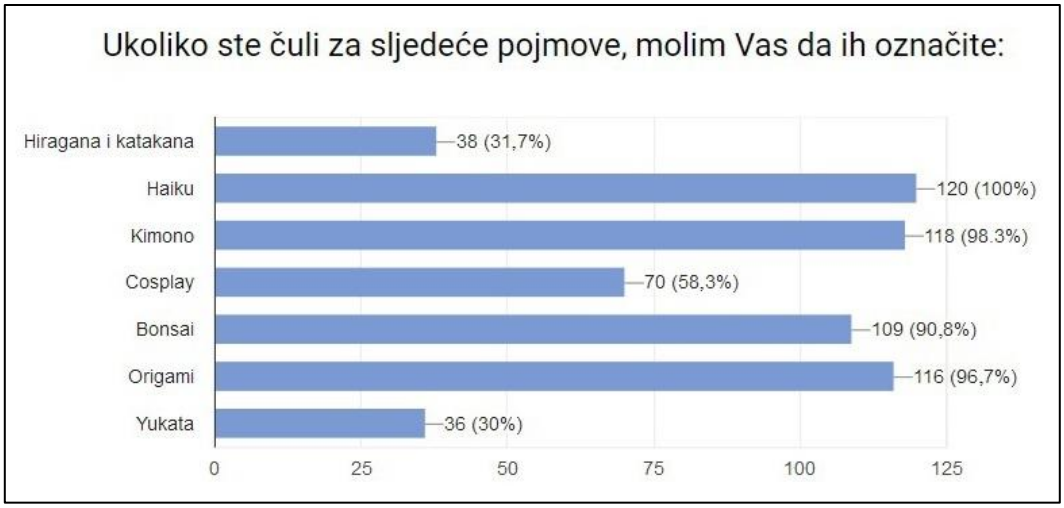
Graf 6. Polaženje tečaja japanskoga jezika u Republici Hrvatskoj

Međutim, čak 59,2% (71) ispitanika koji prethodno nisu polazili tečaj japanskoga jezika tvrdi da bi htjeli u budućnosti, a 40,8% (49) ispitanika koji prethodno nisu polazili tečaj japanskoga jezika tvrdi da ne bi ni htjeli u budućnosti.



Graf 7. Zainteresiranost ispitanika za polaženje tečaja japanskoga jezika

Nadalje, u neobaveznom pitanju ispitanike se traži da označe ponuđene japanske pojmove s kojima su upoznati. Ponuđeni pojmovi su *hiragana* i *katakana*[7], *haiku*[8], *kimono*[9], *cosplay*, *bonsai*, *origami*[10] i *yukata*[11]. Rezultati anketnog istraživanja pokazuju da 31,7% (38) ispitanika je čulo za pojmove *hiragana* i *katakana*, svi (120) ispitanici čuli su za pojam *haiku*, 98,3% (118) ispitanika čulo je za pojam *kimono*, 58,3% (70) ispitanika čulo je za pojam *cosplay*, 90,8% (109) ispitanika čulo je za pojam *bonsai*, 96,7% (116) ispitanika čulo je za pojam *origami* te 30% (36) ispitanika čulo je za pojam *yukata*.



Graf 8. Upoznatost ispitanika s japanskim pojmovima

Što se tiče mišljenja ispitanika o razvijanju japanske kulture u Republici Hrvatskoj, 45,8% (55) ispitanika nije sigurno ima li ono prednosti za državu, 39,2% (47) ispitanika misli da ono ima prednosti za državu te 15% (18) ispitanika misli da ono nema prednosti za državu.

[7] Japanska slogovna pisma.

[8] Tradicionalna japanska poezija.

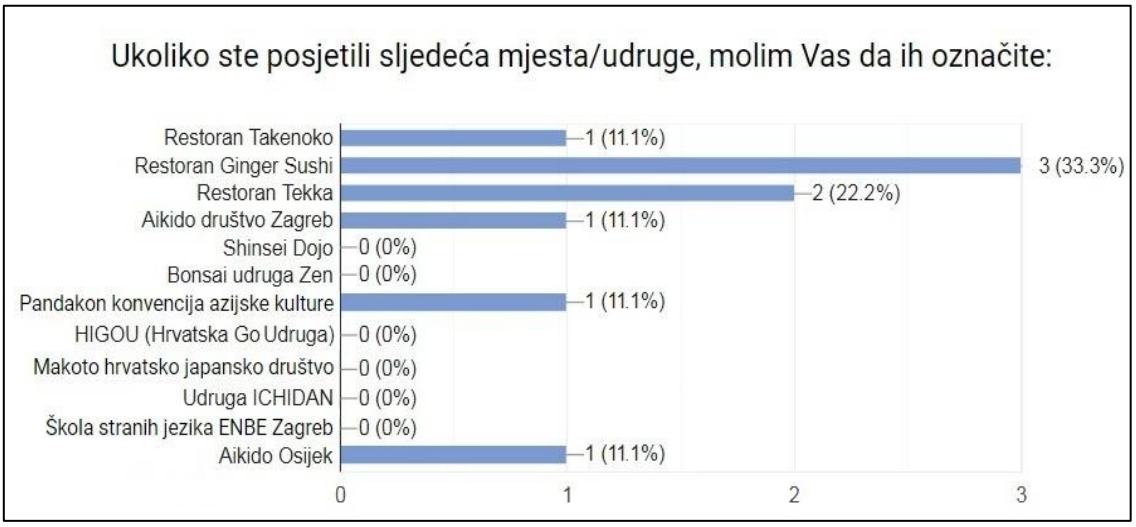
[9] Tradicionalna japanska odjeća.

[10] Tradicionalna japanska metoda modeliranja papira u različite oblike.

[11] Tradicionalna japanska odjeća; ljetni kimono.

Graf 9. Stavovi ispitanika o razvijanju japanske kulture u Republici Hrvatskoj

U sljedećem neobaveznom pitanju, ispitanike se traži da označe japanske udruge i mjesta u Republici Hrvatskoj koja su posjetili. Prema rezultatima, samo 9 od 120 ispitanika posjetilo je barem jednu od navedenih udruga ili ugostiteljskih objekata. Restoran *Ginger Sushi* posjetilo je 33,3% (3) ispitanika, restoran *Tekka* posjetilo je 22,2% (2) ispitanika, a restoran *Takenoko*, *Aikido društvo Zagreb*, *Pandakon* konvenciju azijske kulture te *Aikido društvo Osijek* posjetilo je 11,1% (1) ispitanika, odnosno svako navedeno mjesto po 1 ispitanik. Prema tomu, *Shinsei Dojo*, *Bonsai udrugu Zen*, *HIGOU* (*Hrvatska Go Udruga*), *Makoto hrvatsko japansko društvo*, *Udrugu ICHIDAN* te *Školu stranih jezika ENBE Zagreb* nije posjetio niti jedan ispitanik.

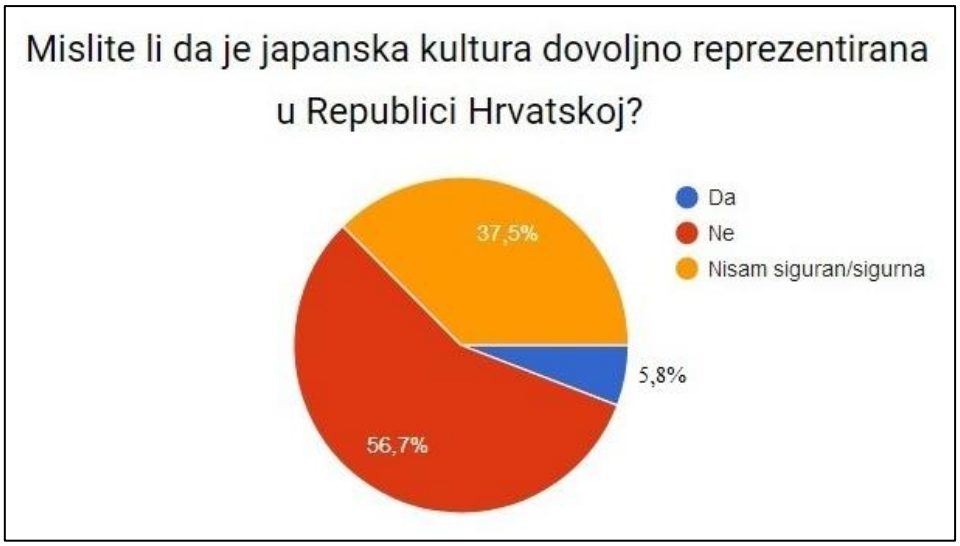


Graf 10. Posjećene japanske udruge i mjesta u Republici Hrvatskoj

Sukladno tomu, ispituje se zainteresiranost ispitanika koji prethodno nisu posjetili japanske udruge i mjesta u Republici Hrvatskoj za posjećivanjem istih. 81,7% (98) ispitanika koji prethodno nisu posjetili japanske udruge i mjesta u Republici Hrvatskoj tvrdi da bih htjeli u budućnosti, a 18,3% (22) ispitanika tvrdi da ne bi htjeli u budućnosti.

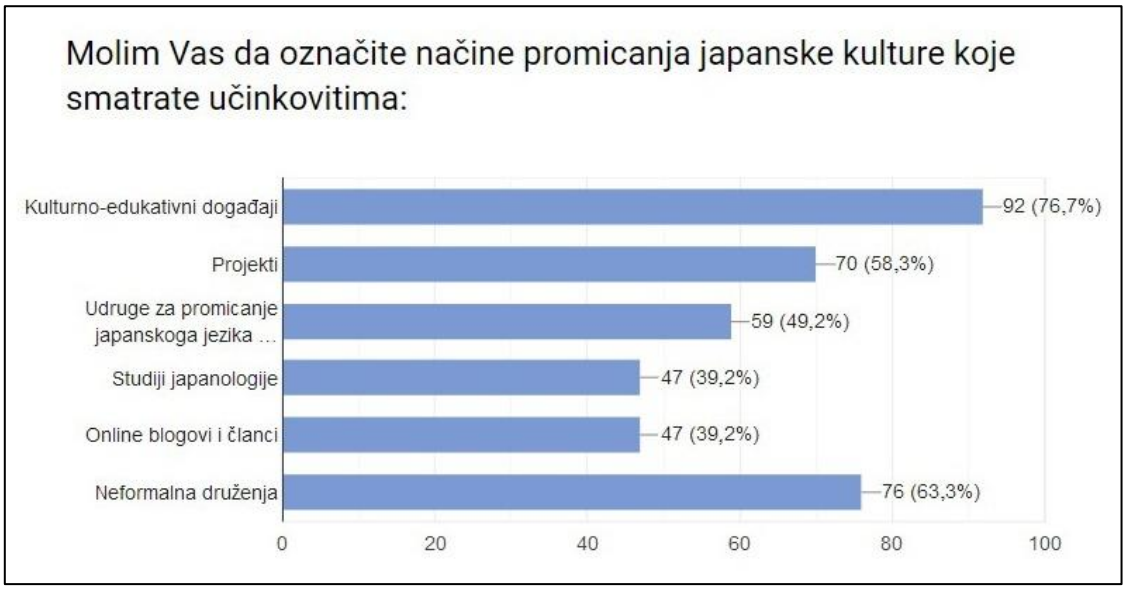
Graf 11. Zainteresiranost ispitanika za posjećivanje japanskih udruga i mjesta u Republici Hrvatskoj

Nadalje, po pitanju reprezentiranosti japanske kulture u Republici Hrvatskoj, 56,7% (68) ispitanika misli da ona nije dovoljno reprezentirana, 37,5% (45) ispitanika nije sigurno je li ona dovoljno reprezentirana ili ne, a 5,8% (7) ispitanika misli da je ona dovoljno reprezentirana.



Graf 12. Stavovi ispitanika o reprezentaciji japanske kulture u Republici Hrvatskoj

Na kraju, u pitanju višestrukoga izbora od ispitanika se traži da označe načine promicanja japanske kulture koje smatraju učinkovitima. Ponuđeni izbori su kulturno-edukativni događaji, projekti, udruge za promicanja japanskoga jezika i kulture, studiji japanologije, *online* blogovi i članci te neformalna druženja. Prema rezultatima, najveći broj ispitanika označio je kulturno-edukativne događaje 76,7% (92), zatim 63,3% (76) ispitanika označilo je neformalna druženja, 58,3% (70) ispitanika označilo je projekte, 49,2% (59) ispitanika označilo je udruge za promicanje japanskoga jezika i kulture, 39,2% (47) ispitanika označilo je studije japanologije te je također 39,2% (47) ispitanika označilo *online* blogove i članke.



Graf 13. Stavovi ispitanika o načinima promicanja japanske kulture

11. INTERPRETACIJA REZULTATA

Budući da je anketno istraživanje provedeno na studentima, očekivano je da će prevladavajuća dobna skupina biti između 21 i 30 godina starosti. Ispitanici su pokazali otvorenost prema interkulturalizmu i japanskoj kulturi i jeziku, što je vidljivo iz njihove želje za polaženjem tečaja japanskoga jezika pri čemu se 59,2% (71) ispitanika izjasnilo kako bi htjeli polaziti tečaj ukoliko bi imali mogućnost za to. Želju za izlaganjem japanskoj kulturi i jeziku nadalje potvrđuju rezultati prema kojima čak 81,7% (98) ispitanika, koji prethodno nisu posjetili japanske udruge i ugostiteljske objekte u Republici Hrvatskoj, tvrdi kako bi ih htjeli posjetiti u budućnosti kada bi imali mogućnost. Stoga ne čudi što su svi ispitanici upoznati s barem jednim od ponuđenih pojmova (*hiragana* i *katakana*, *haiku*, *kimono*, *cosplay*, *bonsai*, *origami*, *yukata*) iz japanske kulture i jezika.

Bez obzira na otvorenost i pozitivan stav, mišljenje ispitanika uglavnom je podijeljeno po pitanju potencijalnih prednosti koje bi razvijanje japanske kulture i jezika moglo imati za Republiku Hrvatsku. Odnosno, 45,8% (55) ispitanika nije sigurno ima li ono prednosti za državu, dok 39,2% (47) ispitanika misli da ono ima prednosti za državu. Stoga je zanimljiv sljedeći podatak prema kojemu većina ispitanika, odnosno 56,7% (68), smatra da japanska kultura nije dovoljno reprezentirana u Republici Hrvatskoj, dok 37,5% (45) ispitanika nije sigurno je li ona dovoljno reprezentirana ili ne. Budući da nešto manje od 50% ispitanika nije sigurno u potencijalne prednosti razvijanja i promicanja japanske kulture u Republici Hrvatskoj, donekle je neočekivan rezultat da nešto više od 50% ispitanika smatra da japanska kultura nedovoljno reprezentirana u Republici Hrvatskoj zbog prethodno navedene nesigurnosti u njezinu isplativost.

Što se tiče učinkovitih načina promicanja japanske kulture i jezika na našim prostorima, svaki od ponuđenih izbora bio je označen. Očekivano je da će kulturno-edukativni događaji biti najzastupljeniji, odnosno čak 76,7% (92) ispitanika ih je označilo. Zanimljiv je podatak da ispitanici smatraju neformalna druženja sljedećim najučinkovitijim načinom promicanja japanske kulture i jezika, odnosno čak 63,3% (76). Projekti su na trećem mjestu s vrlo malo razlike u postotku, odnosno 58,3% (70) ispitanika ih je označilo. Neočekivan rezultat je da su udruge za promicanje japanskoga jezika i kulture tek na četvrtom mjestu sa 49,2% (59). Na zadnja dva mjesta nalaze se studiji japanologije te online blogovi i članci, u oba slučaja po 39,2% (47).

Hipoteza 1: Većina ispitanika pokazuje otvoren stav prema interkulturalizmu. Rezultati anketnog istraživanja pokazuju da od sveukupno 120 ispitanika 73.3% (88) njih ima pozitivan stav prema interkulturalizmu, što potvrđuje hipotezu. Sukladno tomu, zanimljivo je primijetiti da negativan stav prema interkulturalizmu je u najmanjem postotku, odnosno samo 1,7% (2) ispitanika nema otvoren stav prema interkulturalizmu.

Hipoteza 2: Većina ispitanika pokazuje veliki interes za japansku kulturu i jezik. Prema rezultatima anketnog istraživanja, od sveukupno 120 ispitanika samo 26,7% (32) njih pokazuje veliki interes za japansku kulturu i jezik, čime je hipoteza odbačena budući da se radi o manjinskom postotku. Međutim, 49,2% (59) ispitanika ipak pokazuje djelomičan interes, što znači da je sveukupno većina ispitanika u određenoj mjeri zainteresirano za japansku kulturu i jezik. Iako je interes hrvatskih građana za japanskom kulturom i jezikom jasno vidljiv uzimajući u obzir broj udruga, organizacija, ugostiteljskih objekata i kulturno-edukativnih događaja, većina navedenoga dostupno je pretežito u Zagrebu i okolici te u Dalmaciji. Budući da je većina ispitanika iz Osječko-baranjske županije, postoji vjerojatnost da ispitanici nisu imali priliku biti izloženi japanskoj kulturi i jeziku u dovoljnoj količini i stoga ne pokazuju veći interes, već su samo donekle zainteresirani.

Hipoteza 3: Svi ispitanici upoznati su barem s jednim pojmom iz japanske kulture i jezika. Rezultati anketnog istraživanja potvrđuju ovu hipotezu budući da je svih 120 ispitanika označilo barem jedan ponuđeni pojam iz japanske kulture i jezika. Također očekivani rezultat je da će većina ispitanika prepoznati pojam *haiku* budući da je poezija dio kurikuluma hrvatskoga jezika i književnosti, odnosno u ovom slučaju svi ispitanici su prepoznali navedeni pojam. Drugi najpoznatiji pojam je *kimono*, odnosno od 120 ispitanika 98,3% (118) njih ga je prepoznalo. Zatim pojam *origami* koji je prepoznalo 96,7% (116) ispitanika, što je također očekivano zbog akcija poput *1000 ždralova za Japan*. Nadalje, pojam *bonsai* je prepoznalo 90,8% (109) ispitanika. Za pojam *cosplay* čulo je 58,3% (70) ispitanika, što je najvjerojatnije djelomično zbog popularnosti prethodno spomenute *PandaKon* konvencije azijske kulture koja se svake godine održava u Zagrebu. Za pojmove *hiragana* i *katakana* čulo je samo 31,7% (38) ispitanika, što je djelomično očekivano budući da većina ispitanika živi u Osječko-baranjskoj županiji gdje nema dostupnih tečajeva japanskoga jezika. Najmanji postotak ispitanika čulo je za pojam *yukata*, odnosno 30% (36) njih.

Hipoteza 4: Većina ispitanika nije prethodno posjetila japanske udruge i mjesta u Republici Hrvatskoj. Prema rezultatima anketnog istraživanja, samo 9 od sveukupno 120 ispitanika

posjetilo je jednu od navedenih udruga ili ugostiteljskih objekata, što potvrđuje hipotezu. Najposjećeniji je restoran *Ginger Sushi* koji se nalazi u Zagrebu, a posjetilo ga je 33,3% (3) ispitanika. Drugi najposjećeniji objekt je restoran *Tekka* koji se također nalazi u Zagrebu, a posjetilo ga je 22,2% (2) ispitanika. Najmanje posjećeni su restoran *Takenoko, Aikido društvo Zagreb, Pandakon* konvencija azijske kulture te *Aikido društvo Osijek* koje je posjetilo 11,1% (1) ispitanika, odnosno svako navedeno mjesto po 1 ispitanik. Kao što je prethodno spomenuto, većina navedenih udruga i ugostiteljskih objekata nalazi se u Zagrebu i okolici, što samim time smanjuje vjerojatnost da su ih ispitanici posjetili budući da ih većina živi u području Osječko-baranjske županije. Daljnji pokazatelj toga je činjenica da *Shinsei Dojo, Bonsai udrugu Zen, HIGOU* (*Hrvatska Go Udruga*), *Makoto hrvatsko japansko društvo, Udrugu ICHIDAN* te *Školu stranih jezika ENBE Zagreb* nije posjetio niti jedan ispitanik, najvjerojatnije zbog lokacije (Zagreb i okolica) i toga što se radi o udrugama i tečajevima koje se polazi redovito na tjednoj ili mjesečnoj bazi, što je otežano za ispitanike iz Istočne Hrvatske. Time se ističe potencijal otvaranja sličnih udruga i institucija za promicanje japanske kulture i jezika na području Istočne Hrvatske budući da su ispitanici u prethodnim pitanjima pokazali veliki ili djelomičan interes za istim, a otvaranje nečega novoga zaintrigiralo bi pojedince koji prethodno nisu bili upoznati s time.

12. ZAKLJUČAK

Učenjem o japanskoj kulturi i jeziku pojedinci razvijaju interkulturalne vrijednosti i način razmišljanja te otvaraju vrata toleranciji, timskom radu, zajedničkom suživotu, kreativnosti i međusobnom poštivanju, a zatvaraju vrata predrasudama i stereotipima prema onome što je različito i strano. Porastom popularnosti i utjecaja japanske kulture na hrvatskim prostorima javlja se potreba za ulaganjem u udruge, organizacije, ugostiteljske objekte, studije i kulturno-edukativne događaje te za promicanjem slobodnovremenskih aktivnosti kojima se hrvatska kultura i japanska kultura međusobno upotpunjuju i obogaćuju. Zainteresiranih pojedinaca ima mnogo i diljem Republike Hrvatske, ali mogućnosti su im za sada ograničene ovisno o županiji u kojoj žive. Stoga se javlja očita potreba za proširivanjem postojećih oblika japanske kulture i jezika na sve hrvatske županije. Bilo da su u pitanju origami i *papercraft* radionice, radionice kaligrafije, natjecanje u govorništvu i javnom nastupu japanskoga jezika, korištenje mnemotehnika pri učenju i pamćenju, neformalna druženja, posjećivanje japanskih restorana, sudjelovanje u kulturno-edukativnim događajima i projektima ili o nekom drugom obliku izlaganja japanskoj kulturi i jeziku, hrvatski entuzijasti i štovatelji kulture ove dalekoistočne zemlje na navedene načine upotpunjavaju i kvalitetno provode svoje slobodno vrijeme i time se razvijaju kao pojedinci, bez obzira na dob, spol, društveni status i druga obilježja.

3. LITERATURA

1. Andrić, Lj. (2018) Miris cvijeća. *Glas narodne diplomacije*, 29 (7), str. 46-47.
2. Ashkenazi, M. i Jacob, J. (2003). *Food Culture in Japan*. London: Greenwood Press.
3. Bonsai udruga Zen. URL: http://bonsai-zen.hr/bonsai-udruga-zen [pristup: 15.04.2019.]
4. Bucknall, K. The Most Important Elements in Japanese Culture. Kewei Press.
5. Cantle, T. (2012) Interculturalism: For the Era of Globalisation, Cohesion and Diversity. *Political Insight*, 3 (3), str. 38-41.
6. Grupa MOST. (2007) *Vodič za unaprjeđenje interkulturalnog obrazovanja*. Beograd: Fondacija za otvoreno društvo.
7. Heršak, A. i Heršak, E. (2015) Veliko priznanje profesoricama Omura i Kusumoto. *Glas narodne diplomacije*, 19 (4), str. 38.
8. Hoffman, M. (2013) Interkulturalnost, stranost, različitost. *JAT časopis studenata kroatistike*, 1 (1), str. 10-34.
9. Hrvatska Go Udruga. URL: https://www.higou.hr/o-nama [pristup: 08.03.2019.]
10. Hrvatsko-japansko kulturno i gospodarsko društvo. URL: https://www.hjkgd.hr/onama.html [pristup: 06.03.2019.]
11. Ichidan udruga za promicanje japanske multimedijalne kulture. URL: https://ichidanudruga.wordpress.com/ [pristup: 25.05.2019.]
12. Ide, K. (2014) Pogled na japansko-hrvatsku suradnju. *Glas narodne diplomacije*, 13 (3), str. 15-16.
13. Jagić, S. (2008) Interkulturalizam i turizam: nove dimenzije slobodnog vremena. *Pedagogijska istraživanja*, 5 (2), str. 233-247.
14. Jerković, A. (2017) Dan Japana u Mimari – hibridi, haiku, ikebana i ninjutsu. *Glas narodne diplomacije*, 27 (6), str. 49.
15. Karafilipović, A. (2015). Obraćanje Nj.E. g. Keijija Idea, veleposlanika Japana, prigodom proslave japanskog nacionalnog dana, Carevog rođendana 3. prosinca 2014. *Glas narodne* diplomacije, 15 (4), str. 18.
16. Knez, J. (2015). *Destinatio Tokyo: Dašak Japana u srcu Zagreba*. Ja TRGOVAC. URL: https://www.jatrgovac.com/2015/11/destinatio-tokyo-dasak-japana-u-srcu-zagreba [pristup: 16.05.2019.]
17. Kovač, S. (2016). *Ginger Sushi bar u Novom Zagrebu*. Jutarnji List. URL:

https://www.jutarnji.hr/domidizajn/interijeri/ginger-sushi-bar-u-novom-zagrebu/5209515/ [pristup: 25.05.2019.]

18. Kućanica u Japanu. (2012). *Osnovano hrvatsko-japansko društvo prijateljstva Varaždin (HJDPV)*. Dnevnik.hr blog. URL: https://blog.dnevnik.hr/kucanicaujapanu/2012/03/1630376774/osnovano-hrvatskojapansko-drustvo-prijateljstva-varazdin-hjdpv.html [pristup: 06.03.2019.]
19. Landry, C. (1998) *Cultural Policy in Croatia*. Strasbourg: Council of Europe.
20. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. (2013) *Croatia land and people*. Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža.
21. L.S., E. (2018). *Japanski veleposlanik: U Hrvatskoj vlada mirno ozračje, uživam ovdje*. HRT Magazin. URL: https://magazin.hrt.hr/454494/japanski-veleposlanik-u-hrvatskoj-vlada-mirno-ozracje-uzivam-ovdje [pristup: 01.03.2019.]
22. Marić, D. (2016). *Čak 50 studenata upisalo je studij japanskog jezika u Puli*. 24 sata. URL: http://www.24sata.hr/news/cak-50-studenata-upisalo-je-studij-japanskog-jezika-u-puli-494531 [pristup: 02.03.2019.]
23. Ministry of Foreign Affairs of Japan. (2013) Japanese Pop Culture: To the Next Stage. *Niponica*, 9, str. 1-2.
24. Ministry of Foreign Affairs of Japan. Japanese Festivals Throughout The Year. *Niponica*, 24, str. 1-15.
25. Ministry of Foreign Affairs of Japan. (2017) Japan's Cutting-Edge Pop. *Niponica*, 21, str. 1-15.
26. Mlinarević, V., Živić, T., Vranješ, A. (2016) Odgojne vrijednosti u odabranim govorima Josipa Jurja Strossmayera, promicatelja prosvjete i kulture. *Mostariensia: časopis za društvene i humanističke znanosti*, 20 (1-2), str. 117-131.
27. Morović Rudić, Ž. (2016). *Zadranin sam naučio japanski jezik - od crtića do turističkog vodiča*. HRT. URL: http://www.hrt.hr/317585/vijesti/sam-je-naucio-japanski-i-jedini-je-zadarski-licencirani-turisticki-vodic-za-japanske-turiste [pristup: 02.03.2019.]
28. Mrnjaus, K. (2018) *Kultura, vrijednosti i odgoj u Japanu*. Rijeka: Printera Zagreb.
29. Norris, C. (2009) Manga, anime and visual art culture. U: Sugimoto, Y., ur. *The Cambridge Companion to Modern Japanese Culture*. Melbourne: Cambridge University Press, str. 236-260.
30. PandaKon konvencija azijske kulture. URL: https://pandakon.wordpress.com/about/ [pristup: 07.04.2019.]
31. Pietraszko, K.; Sobota, J. (2008) Bonsai as reflection of nature's beauty: styles and

aesthetic value. *WSEAS Transactions* on *Environment and Development*, 7 (4), str. 588-605.

32. Poljak Moranini, P. (2019). *Ljepote rukotvorina Tohakua*. HRT Magazin. URL: https://magazin.hrt.hr/531731/ljepote-rukotvorina-tohakua [pristup: 13.07.2019.]
33. Singer Blaine, I. (2009). *Kimono*. Tikoton Museum of Japanese Art. URL: https://www.tmja.org.il/filesystem/KIMONO%20ENG.pdf [pristup: 03.05.2019.]
34. Singer, R. (1998) *Edo: Art in Japan 1615-1868*. Washington: Yale University Press.
35. Tanković, H. (2016) Hinamatsuri - festival lutaka. *Glas narodne diplomacije*, 20 (5), str. 49-50.
36. Tanković, H. (2016) Tjedan japanske kulture. *Glas narodne diplomacije*, 20 (5), str. 35-36.
37. The Metropolitan Museum of Art. *The Arts of Japan*. URL: https://www.metmuseum.org/-/media/files/visit/group-visits/school-groups/pre-visit-guide-to-the-arts-of-japan.pdf [pristup: 06.05.2019.]
38. Veleposlanstvo Japana u Republici Hrvatskoj. (2016). *Popis institucija za učenje japanskog jezika*. URL: https://www.hr.emb-japan.go.jp/itpr_hr/kultura-aktualno.html [pristup: 01.03]

14. PRILOZI

Graf 1. Spolna struktura ispitanika

Graf 2. Dobna struktura ispitanika

Graf 3. Mjesto stanovanja ispitanika

Graf 4. Stav ispitanika prema interkulturalizmu

Graf 5. Zainteresiranost ispitanika za japansku kulturu

Graf 6. Polaženje tečaja japanskoga jezika u Republici Hrvatskoj

Graf 7. Zainteresiranost ispitanika za polaženje tečaja japanskoga jezika

Graf 8. Upoznatost ispitanika s japanskim pojmovima

Graf 9. Stavovi ispitanika o razvijanju japanske kulture u Republici Hrvatskoj

Graf 10. Posjećene japanske udruge i mjesta u Republici Hrvatskoj

Graf 11. Zainteresiranost ispitanika za posjećivanje japanskih udruga i mjesta u Republici Hrvatskoj

Graf 12. Stavovi ispitanika o reprezentaciji japanske kulture u Republici Hrvatskoj

Graf 13. Stavovi ispitanika o načinima promicanja japanske kulture