

## JAPONIA

Irena Rychłowska



### ODPOCZYWAJĄCY MIŚ, CZYLI JAK JAPOŃCZYCY RADZĄ SOBIE ZE STRESEM I ZMĘCZENIEM. NOTATKI PODRÓŻNE<sup>1</sup>

*Dziś znowu nie zdarzyło się nic szczególnie dobrego. Ani nic szczególnie złego. Raz aż mnie w środku ścisnęło ze złości, ale to przecież normalne. Wstałam o szóstej, wyszłam do pracy, zjadłam lunch, miałam nadgodziny, wróciłam do domu, w którym nie czekało na mnie zapalone światło. Dzień taki sam jak wczoraj, taki sam jak rok temu. Ach! Jaki to dziś serial w telewizji? Nacisnęłam chłodną klamkę. I wtedy, w mieszkaniu zobaczyłam... misia<sup>2</sup>.*

Tak zaczyna się jeden z ilustrowanych tomików, które w Japonii stoją w księgarniach na półkach z napisami: „Relaks” lub „Dla kobiet”. Te same książeczki, wraz z towarzyszącymi im pluszowymi czy plastikowymi maskotkami i gadżetami – notesami, długopisami, kalendarzami, torebkami, poduszkami i czym tylko dusza zapagnie – kupić można w sklepach z zabawkami. Takimi, jak np. wielopiętrowy tokijski „Kiddy Land”, który reklamuje się hasłem: „For the human smile” – „dla ludzkiego uśmiechu”, wypisanym w języku angielskim, ale w zgodzie z logiką kultury japońskiej. Bo w kulturze, gdzie rzeczy mają duszę, służą one ludziom, choćby tylko wywołując uśmiech, ale najczęściej jako talizmany czy amulety<sup>3</sup>. W kulturze japońskiej bardzo ceni się dzieciństwo, a cechy kojarzone na Zach-

<sup>1</sup> Krótsza wersja tekstu, pod tytułem: *Japoński sposób na stres. Dzisiaj przewalamy się wszyscy z boku na bok*, została opublikowana w „Rzeczypospolitej” z 11 maja 2007 r.

<sup>2</sup> Aki Kondō, *Rilakkuma seikatsu* [Życie Relaksmisia], Shufu to Seikatsusha Ltd., Tokio 2004, s. 2. W tekście i przypisach stosuję wygodniejszą dla czytelnika polskiego konwencję zachodnią: najpierw imię, potem nazwisko.

<sup>3</sup> Zarówno przedmioty wywołujące uśmiech, jak i talizmany/amulety kreują „pomyślną konfigurację”, zapewniają odpowiedni kontekst, zapobiegają negatywnym emocjom. Zob. (także w kwestii duszy przedmiotów) – Irena Rychłowska, *Elementy psychogeografii Tokio: współczesna metropo-*

dzie z pogardzaną w naszym kręgu kulturowym „dziecinnością” (jak np. potrzeba zależności) nie są w Japonii postrzegane jako brak dojrzałości<sup>4</sup>. Toteż sklepy z zabawkami reklamują się – tak jak „Kiddy Land” – hasłami typu: „czyste dziecięce przyjemności dla wszystkich grup wiekowych!” lub: „dzięki nam zachowasz na zawsze młody umysł, ciało i duszę”<sup>5</sup>. W starzejącym się społeczeństwie japońskim producenci zabawek adresują swe produkty do dorosłych. Pluszowymi misiami fascynują się przede wszystkim dorośli – i kupują je dla siebie.

Trzy niewielkie książeczki o misiu imieniem „Rilakkuma” (czyli „Relaksmiś”) wraz z dwoma tomikami zawierającymi nalepki z tymże niedźwiadkiem osiągnęły łącznie, już po roku sprzedaży, a więc w 2005 r., ponad milion egzemplarzy<sup>6</sup>. Jak informowała, opierając się na danych z tegoż 2005 r., gazeta „Nihon Keizai Shimbun” (Nikkei), wprawdzie Rilakkuma ustępował w owym czasie popularnością kilku innym tego typu produktom, choćby Kubusiowi Puchatkowi, ale zarazem była to jedyna postać, na którą popyt stale rósł<sup>7</sup>. Zaznaczono tam, że sprzedaż każdej z pozostałych zabawek maleje, ponieważ na rynku japońskim pojawia się tego typu postaci coraz więcej<sup>8</sup> – jest zatem z czego wybierać. Miś jest nieustająco popularny już piąty rok, zaś liczba różnego rodzaju pozycji wydawniczych z nim związanych wzrosła do dziewiętnastu<sup>9</sup>. W tym roku sklepy z zabawkami i *combinis* – niewielkie, sieciowe, wielobranżowe sklepy całodobowe (nazwa pochodzi od angielskiego *convenient stores*) – w ramach obchodów piątych urodzin niedźwiadka (maskotka ukazała się w sprzedaży nieco wcześniej niż wspomniane książki, które zapoczątkowały jego olbrzymią popularność) – oferują rozma-

---

*lia i tradycje japońskie*, w: Krzysztof Gawlikowski, Małgorzata Ławacz (red.), *Japonia na początku XXI wieku. Polityka, gospodarka, społeczeństwo i stosunki z Polską*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2008.

<sup>4</sup> Por. np. Yamamura Yoshiaki, *The child in Japanese society*, w: Harold Stevenson, Hiroshi Azuma, Kenji Hakuta (eds.), *The child development and education in Japan*, W.H. Freeman and Co., New York 1986 oraz Takeo Doi, *The anatomy of dependence*, Kodansha International, Tokyo 2001.

<sup>5</sup> Por. hasło wydrukowane na koszulkach sprzedawanych w sklepie „Kiddy Land” kwiecień 2006, w oryginale: „Pure childish pleasures, all ages welcome”, oraz hasło na stronie internetowej sklepu: „Kiddy Land helps keep your mind, body and soul youthful, now and forever”, [[:]] <http://www.kiddyland.co.jp/en/about.html>.

<sup>6</sup> [Brak autora], *Rilakkuma series sales top one million copies. Publisher throws a thank-you party for books' author*, strona TranNet KK, Japanese Writers' House, [[:]] [http://www.trannet-japan.com/ep/tjc\\_news\\_dtl.asp?dk=N0000009](http://www.trannet-japan.com/ep/tjc_news_dtl.asp?dk=N0000009).

<sup>7</sup> [Brak autora], *Shōhi o tsukumu 3. Urite no shin hassō. Omake no 'shōhin ryoku'* [Przyciągnąć konsumentów, odc. 3. Nowe idee sprzedawców. Siła bonusów], „Nikkei” 8 sierpnia 2006, s. 11.

<sup>8</sup> Ibidem.

<sup>9</sup> Dane z 20 września 2008 r. (łącznie z książkami kucharskimi i poradnikami rękodzieła). Listę książek można znaleźć (za pomocą funkcji: „wyszukiwanie”) na stronie wydawnictwa Shufu to Seikatsusha: [[:]] <http://www.shufu.co.jp> (nazwa wydawnictwa to w tłumaczeniu: „gospodyni domowa i życie”).

ite wizerunki Rilakkumy w koronie i stroju królewskim. Po polsku można by to skomentować kolokwialnym wyrażeniem: „miś rządzi!”. Początkowo Relaksmisia kupowały przede wszystkim kobiety w wieku 20–30 lat, potem stał się popularny także wśród mężczyzn i we wszystkich grupach wiekowych<sup>10</sup>. Skąd wzięło się tak wielkie jego powodzenie?

Bohaterka opowieści o misiui to, pojawiająca się w niej epizodycznie, 25-letnia Kaoru — *office lady* (*OL*), czyli osoba płci żeńskiej, wykonująca proste prace biurowe. W Japonii na stanowisku takim pracują kobiety przed zamążpójściem (od *OL* oczekuje się, że odejdzie z pracy, wychodząc za męża). W mieszkaniu Kaoru od dawna mieszka „żółty ptak”, który wygląda jak skrzyżowanie kurczaka z kanarkiem. Ma do dyspozycji klatkę, do której czasem wchodzi, by zaraz z niej wyjść. Nie wiadomo, czy w ogóle umie latać. Tytułowy miś pojawia się w życiu młodej kobiety z nienacką i ku jej zaskoczeniu. Zabiera jej ulubioną poduszkę i odpoczywa, pogryzając krakersy. Poza relaksowaniem się całymi dniami nie robi właściwie nic. Je (poznajemy jego ulubione dania). Przysypia. Słucha muzyki. Przewraca się z boku na bok. Wygrzewa w kąpeli. Śpi. Ogląda telewizję. Drzemie. Leży. Filozofuje. I oczywiście jest wyznawcą zasady: „Co masz zrobić dzisiaj, zrób jutro”.

Po jakimś czasie do mieszkania Kaoru wprowadza się jeszcze drugi miś: Korilakkuma („Mały Rilakkuma”). Status ontologiczny obu misiów nie jest rozstrzygnięty. Czym lub kim są? Rilakkuma ma na plecach suwak, spod rozpiętego suwaka widać materiał w błękitne groszki. Drugi miś ma na brzuchu guzik. Co jest pod spodem? Czy to pluszowe misie, czy ludzie lub inne istoty przebrane za misie? O takich produktach japońscy designerzy mówią: „plus alpha”. Takie przedmioty mają w sobie „to coś”, bo zawierają tajemnicę.

W książkach z serii: „Życie Relaksmisia” – na jednej stronie jest obrazek, a na drugiej krótki komentarz, np.: „Miś chrapie przykryty kocykiem. Kurczak zastanawia się: „off” czy „on”? [włączony czy wyłączony?]”<sup>11</sup>. Miś klęczy nad zwiędniętym kwiatkiem w doniczce: „Widocznie takie było jego przeznaczenie...”. Kurczak komentuje: „Wodą byś go podlał”<sup>12</sup>. Relaksmiś wpatrzony z uwagą w telewizor-ekran DVD. Na ekranie kąpielisko – gorące źródła, na podłodze okładka płyty z takim tytułem. Komentarz na drugiej stronie: „Czasem dobrze jest zapomnieć”. Obok małymi literkami: „Zapewnia to świeże doznania”<sup>13</sup>. Miś suszy na sznurze swoje cztery pozostałe, brązowe futerka: „Codziennie takie samo, a jednak inne!”<sup>14</sup>.

<sup>10</sup> Tomomi Shibazaki, *Goods Japan. Uwasa no guzzu 1* [Produkty, o których wiele się mówi] *Rilakkuma*, Psiko, 7 stycznia 2006.

<sup>11</sup> Aki Kondō, *Kiitōi-tori. Rilakkuma seikatsu 3* [Żółty ptak. Życie Relaksmisia 3], Shufu to Seikatsusha Ltd., Tokio 2005, s. 72.

<sup>12</sup> Aki Kondō, *Rilakkuma seikatsu...*, s. 90–91.

<sup>13</sup> Ibidem, s. 96–97.

<sup>14</sup> Ibidem, s. 8–9.

Rilakkuma jest nieruchawy i czasem trudno jest się mu podnieść. Jest nieco egoistyczny: na jego talerzu leży stos kilkunastu placków, na talerzu żółtego ptaka – jeden. Miś proponuje: „Nie kłóćmy się o drobiazgi”. Obok enigmatyczny napis: „Proszę. Często się. Bierz, ile chcesz”<sup>15</sup>. Na innym obrazku: niedźwiadek nad trzema plackami zastanawia się: „Podzielić się, czy nie?”. Obok: „Szczęście to trochę co innego...”<sup>16</sup>.

Miś często leży zakopany w stosie papierków czy papierowych chusteczek. Nierzadko zabawia się, próbując wrzucać je z pewnej odległości do kosza (i nigdy nie trafia). Żółty ptak z kolei uwielbia sprzątać. Ale trzeba przyznać, że ma też inne hobby – czasem spomiędzy śmieci, z wypiekami na dziobku, udaje mu się wygrzebać pojedyncze monety, które skrzętnie chowa do słoika<sup>17</sup>. Doskonale się uzupełniają. Gdy miś, chrupiąc z zapałem twarde krakersy, stwierdza, zgodnie ze znaną japońską prawdą ludową: „Energiczne ruszanie szczęką dobrze robi na mózg”, ptak, znad zagranicznego elementarza dogaduje: „Zupełnie tak jak nauka?”<sup>18</sup>.

„Dziś znów, i jutro też, przewalamy się wszyscy z boku na bok”, głosi bon-mot „Życia Relaksmisia”<sup>19</sup>. Aki Kondō, autorka książek, przyznaje w jednym z wywiadów, że wymyśliła misia w czasie, gdy była bardzo zmęczona. Ale – dodaje – to nie jest jej ulubiony bohater. Jej ulubionym bohaterem od dziecka jest mały dinozaur Gachapin, pełen energii wielbiciel sportów ekstremalnych<sup>20</sup>. Nic dziwnego. Przecież w japońskim systemie wartości nadal, mimo rosnących wpływów Zachodu, nie ceni się czasu spędzonego bez celu, niewypełnionego czymś, co ma sens. Tu, gdzie pracuje się ciężko, a w każdym razie spędza w pracy wiele godzin, śpi w nocy krótko, zaś drzemie w pociągu w drodze do i z pracy, a na urlop (nawet, gdy leci się w tym celu na inny kontynent) wyjeżdża na kilka dni, w czasie wolnym odpoczywa się zazwyczaj z zapałem i zaangażowaniem. W każdym razie niewiele osób zdobywa się na przyznanie, że pewnego weekendu zdarzyło im się nie robić nic. Odpoczynek powinien być wypełniony jakąś dobrze zdefiniowaną aktywnością. Jak pisze w książce zatytułowanej *What Is Japan? [Czym jest Japonia?]* Taichi Sakaiya, *Japończycy nawet bawią się tak, jakby pracowali*<sup>21</sup>. Japoński etos pracy dobrze ilustruje, jego zdaniem, różnica między pierwotną, chińską postacią buddyźmu zen a jego późniejszą, typowo japońską postacią. We

<sup>15</sup> Ibidem, s. 30–31.

<sup>16</sup> Ibidem, s. 98–99.

<sup>17</sup> Por. np. Aki Kondō, *Kiiron-tori...*, s. 18–19, 28–29 i nn.

<sup>18</sup> Aki Kondō, *Rilakkuma seikatsu...*, s. 92–93.

<sup>19</sup> W oryginale: „Kyō mo ashita mo minna de daradara goron”. Por. np. [[:]] <http://www.san-x.co.jp/relaxuma/top.html>.

<sup>20</sup> [Brak autora], *Aki Kondou*, Maru-c lato 2005, s. 11.

<sup>21</sup> Taichi Sakaiya, *What Is Japan? Contradictions and transformations*, Kodansha International, Tokyo 1993, s. 226–227.

wcześniejszej wersji dominujący obraz wygląda tak: założyciel zen, Bodhidharma, siedzi nieruchomo dziewięć lat twarzą do ściany, medytując. W późniejszej – mnisi, gwoli oświecenia, całymi dniami pucują podłogi, nawet jeśli te są zawsze czyste<sup>22</sup>. Japonia to kraj, w którym materialnych zasobów jest niewiele i którego możliwości ekspansji są ograniczone. Zaangażowanie w pracę, korzystne na poziomie przedsiębiorstwa, niszczy ekonomię w skali kraju. Zdaniem tego znanego ekonomisty, Japonia od przełomu XVII i XVIII w. pozostaje pod wpływem filozofii Shinroku Itō i Baigana Ishidy. Pierwszy zalecał angażować się z zapalem nie tylko w pracę, ale i w nieproduktywne aktywności<sup>23</sup>. Za sprawą drugiego pracę zaczęto postrzegać przede wszystkim jako środek do budowy charakteru (a jedynie wtórnie jako produktywną działalność)<sup>24</sup>. Gdy Sakaiya w 1991 r. kończył przywoływaną tu książkę, Japonia była, jak twierdził, *rajem producentów i piekłem konsumentów*<sup>25</sup>. Dziś bez wątpienia jest to najbardziej rozwinięte społeczeństwo konsumpcyjne świata<sup>26</sup>.

Patrzę na „Zeszyt do zapisywania wydatków” dla gospodyń domowych, ozdoby przewalającymi się z boku na bok misiami. Obserwuję Relaksmisia przyczepionego do telefonu nie tylko *OL*, ale i robiącej karierę bizneswoman, misia wiszącego przy zapięciu teczki urzędnika w czarnym garniturze. Przyglądam się zgarbionej w pałąk staruszce, pędzącej na swym rowerze w stronę dzielnicowego domu kultury i świątyni – ponieważ starsza pani bierze właśnie udział w organizacji święta. Do roweru przytroczyła łaskę, z plecaka wystaje wielka rzodkiew, a do plecaka przyczepiony jest... odpoczywający miś. Może czasem ludzie ci marzą o tym, by nie robić nic. Ale, tak jak tybetański młynek modlitewny modli się zamiast wiernych<sup>27</sup>, miś odpoczywa za nich wszystkich, pozwalając im pracować zapamiętane.

<sup>22</sup> Ibidem, s. 225–226.

<sup>23</sup> Ibidem, s. 221–222. Shinroku Itō (1671–1733), lider bractwa czcicieli góry Fuji (Fujikō), znany jest bardziej jako Jikigyō Miroku; ową „nieproduktywną aktywnością”, w ujęciu autora *What is Japan*, były przede wszystkim pielgrzymki na górę Fuji.

<sup>24</sup> Ibidem, s. 222–224. Baigan Ishida (1685–1744), uczoney i edukator, założyciel ruchu „Shingaku” [Edukacja serca].

<sup>25</sup> Ibidem, s. 236.

<sup>26</sup> John Clammer, *Received dreams: Consumer capitalism, social process, and the management of the emotions in contemporary Japan*, w: J.S. Eades, Tom Gill, Harumi Befu (eds.), *Globalization and social change in Japan*, Trans Pacific Press, Melbourne 2000, s. 211.

<sup>27</sup> W sprawie wagi i znaczenia, szczególnie współcześnie, kulturowych rozwiązań tego typu – zob. Slavoj Žižek, *The plague of fantasies*, Verso, London 1997, s. 109–122, a zwłaszcza kategoria „interpasywności” i „przedmiotu, który doznaje rozkoszy/jest pasywny zamiast mnie, w moim imieniu” [lub polskie tłumaczenie, oparte na zmienionej wersji książki: Slavoj Žižek, *Przekleństwo fantazji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2001, s. 169–184].