

Karolina Robaczek

Karolina Robaczek – doktorantka Katedry Kulturoznawstwa Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu. Przygotowuje rozprawę doktorską poświęconą przyszłości rynku audiowizualnego w Sieci.

Orient light? O Japonii i Japończykach w najnowszym amerykańskim filmie popularnym

DOI: <http://dx.doi.org/10.12775/LC.2014.038>

Pisanie o Japonii w filmie amerykańskim wydaje się zadaniem kusząco łatwym i przyjemnym, jak same omawiane filmy. Po chwili jednak okazuje się, że – szczególnie biorąc pod uwagę filmy powstałe w ostatnim dziesięcioleciu w tak zwanym głównym nurcie – kryje się w tym zadaniu pułapka: rozleniwienia i zawierzenia stereotypom (zarówno tych na temat Japonii, jak i tych dotyczących Amerykanów).

Żeby nie poprzestać na opisie poszczególnych filmów i konkluzji, do której nie potrzeba wiedzy filmoznawczej i kulturoznawczej, mianowicie, że filmy amerykańskie przekładają i spłycają obraz Japonii, opakowując go w „popkulturowy papier”, postaram się pójść o krok dalej, pytając o przyczyny takiego, a nie innego obrazu Japonii w tychże filmach, które w takim ujęciu stanowią bazę do pytań o znacznie bardziej ogólnej naturze – od zagadnienia masowości dzieła filmowego, aż do pytań o spotkanie z Innym we współczesnym świecie.

Czy stereotypowy obraz Japonii wynika wyłącznie z reguł marketingowych, prostego rachunku zysków i strat oraz kalkulacji każącej dostosować sprzedawany produkt do masowej publiczności, schlebując jej gustom i wychodząc naprzeciw oczekiwaniom konsumentów kultury? W tym wypadku moglibyśmy poprzestać na stwierdzeniu: „Ci głupi Amerykanie!” (i ich egotyczne dostosowanie do własnych wzorów kulturowych). Może jednak, gdy odejdziemy od analizy cech wynikających przede wszystkim z estetyki Hollywood, okaże się, że jest to proces bardziej złożony, który ujawni nowe wartości dopiero, gdy wpisujemy go w szerszy kontekst o długiej, zaczej tradycji, jakim jest problem spotkania z Obcym, spotkania Wschodu z Zachodem, wzajemnej fascynacji Stanów Zjednoczonych i Japonii w dobie ogólnej – mówiąc skrótowo – „mody na Japonię”, aż do próby wpisania rezultatów tego spotkania w specyficznie amerykański sposób „przyswajania” innych kultur, który z naszego – europejskiego – punktu widzenia, okazuje się nie mniej egzotyczny od kultury japońskiej. Ostatecznie więc filmy staną się tu materiałem do badania problemu spotkania z inną kulturą i z tej okazji pytań o kulturę własną.

Tokio,
luty 2011
(fot. S. Kołos)



Masowość filmów była dla mnie głównym kryterium selekcji – poza wspomnianą wcześniej cezurą czasową – pozostawiając niejako na marginesie kryteria estetyczne nakazujące poświęcić się analizie dzieł wyjątkowych (lub choć przyzwoitych). Wyboru takiego dokonałam z dwóch powodów. Po pierwsze, chcę uniknąć wikłania się w kwestie oceny tychże filmów (bo ta musiałaby pozostać na poziomie powierzchownego komentarza), a po drugie – i najważniejsze – jestem przekonana, że to właśnie te produkcje wpływają na przeciętny obraz Japonii wśród współczesnych widzów, nie tylko amerykańskich, wszyscy bowiem, czy tego chcemy czy nie, jesteśmy pod wpływem wzorów globalnego Hollywood¹.

W swojej pracy chciałabym więc odpowiedzieć nie tyle na pytanie, jak ukazywana jest Japonia w filmie amerykańskim ostatniej dekady, ale dlaczego obraz ten jest taki, a nie inny. By zachować rzetelność, należy – w mojej opinii – zrobić krok wstecz, docierając nie tyle do analizy filmów, ile do potraktowania filmów jako spotkania dwóch kultur, czy też – mówiąc dokładniej – do spotkania kultury amerykańskiej z kulturą japońską, gdzie ta pierwsza zawsze stoi na pozycji poznającego (znanego, oswojonego, przewidywalnego), druga zaś poznawanego (nieznanego, egzotycznego, nieprzewidywalnego), nawet jeśli film pozornie pozbawiony jest tej perspektywy zewnętrznej (*Wyznania gejszy* czy *Pożegnania*).

W tym miejscu może pojawić się głos sprzeciwu, jeśli skrótowo będę posługiwała się terminami „kultura japońska” i „kultury amerykańska”². Jednak choćbyśmy nie wiem jak zaciemniali pojęcia w imię poprawności politycznej, to – nie unikając oczywiście wynikających z natury rzeczy uproszczeń, kiedy mówimy o kulturze – musimy przyjąć, że bezspornie jest pewien kanon typowy dla kultury japońskiej (wyjątkowego wypadku państwa–cywilizacji), jak też jest podobnie wyjątkowy kanon kultury amerykańskiej i niekoniecznie wszystkie różnice można zamknąć w prostym rozróżnieniu Wschód–Zachód.

Zamiast więc wikłać się w udowadnianie, że filmy te opierają się na stereotypach i zostały spłycone przez reguły (np. gatunkowe) dzieła filmowego, potraktuję je raczej jako pretekst, możliwość przyjrzenia się spotkaniu dwóch kultur czy też dokładniej temu jak, Ameryka wychodzi na spotkanie i „konsumuje” – nie bez przyjemności – japońskie niesamowitości estetyzując i sprowadzając je do gadżetu³. Nie chcę jednak z tego procesu czynić zarzutu, ale pokazać, że jest on w pewnym sensie nieunikniony, a jeśli „po amerykańsku” sprowadzony do ekstremum – wiele mówi to o kulturze amerykańskiej w ich sposobie osvajania Inności. Okazać się więc może, że jest to nie tyle rzecz o Japonii, ile o Ameryce. Czas będzie miał tu znaczenie szczególne – w dobie globalizacji (choć mam wrażenie, że nasze przyzwyczajenia traktują często to pojęcie jako poręczny „wytrych” w opiniach na temat współczesności, nie dociekając sensu i zasadności jego użycia) i dominacji kultury zachodniej potocznie widzianej jako siła niszczącej wszystko, co wobec niej zewnętrzne, a przez to wyjątkowe. Znacząca w toku moich rozważań będzie też druga, przeciwstawna siła – kontrkultura, która każe ocalać to, co wyjątkowe, szukając pociechy i ucieczki w tym, co nieznanne, egzotyczne, odmienne, czy też pierwotne. A wszystko to w dobie renesansu zainteresowania kulturą japońską, tym razem nie tylko wśród podróżników, badaczy czy

¹ Pojęciem „globalnego Hollywood” posługuję się za M. Adamczakiem. Zob. M. Adamczak, *Globalne Hollywood, filmowa Europa i polskie kino po 1989 roku, Przeobrażenia kultury audiowizualnej przełomu stuleci*, Gdańsk 2010.

² Przed podobnymi wątpliwościami stanęła A. Pierzchała, odnosząc film japoński do wzorów kultury europejskiej, zob. A. Pierzchała, *Obcość przezwyciężona? Film japoński a kultura europejska*, red. B. Kubiak Ho-Chi, Kraków 2005, s. 14–18.

³ Ibidem, s. 18.

artystów, a również zwyczajnych konsumentów kultury i specyficznej „mody na Japonię” w ostatnich latach. Tu rodzi się zasadnicze pytanie: dlaczego Japonia? Dlaczego teraz? I jaką rolę pełni w tym zjawisku film?

Jak wspominałam na początku – w niniejszym artykule nie będę zajmowała się kwestiami związanymi z estetyką filmu, ale ciekawą kwestią, jaką jest problem odbioru przywoływanych filmów. Dziś, chcąc zapoznać się ze społeczną recepcją danego filmu, nie dla potrzeb poważnej socjologicznej rozprawy, na własny użytek, swoje kroki kierujemy w stronę przestrzeni wirtualnej – rozlicznych portali, blogów i związanych z tematyką filmową. Miejsc takich nie brakuje, a jeśli – jak tu – chodzi o filmy skierowane do masowego widza, o szerokiej dystrybucji – głosów odnajdziemy mnóstwo. W wypadku *Ostatniego samuraja* czy *Wyznań gejszy*, dwóch największych produkcji ostatniej dekady poświęconych Japonii, wiele z tychże sądów (wyważonych, uzasadnionych, nie ograniczających się jedynie do podziału: lubię/nie lubię i klasyfikacji punktowej) możemy podzielić zasadniczo na dwie grupy stojące – a jakże – w opozycji. Zagorzali przeciwnicy analizowanych superprodukcji odrzucają oba filmy z tych samych powodów – nie są to bowiem rzetelne (a często nawet prawdopodobne) opowieści o historycznej Japonii, to tylko kolejna, przebrana w orientalny kostium, amerykańska laurka sprowadzająca wyjątkowość Japonii do popkulturowej kliszy. W głosach zwolenników znajdziemy zaś ciekawy trop łączący ich w pewnym punkcie z przeciwnikami: i oni bowiem wiedzą doskonale, że filmy te nie mają wielkiej wartości poznawczej, jeśli chodzi o kulturę japońską, ale przedkładają oni przyjemność z oglądanego widowiska ponad tropienie przekłamań i nieścisłości. Wydaje się, że są to głosy uzasadnione. Wielu krytycznych uwag nie można bowiem, w moim odczuciu, w żaden sposób odnieść do jakiegokolwiek superprodukcji, jej natura bowiem jest jasno określona: są to proste, widowiskowe opowieści. Mówiąc krótko: nie należy spodziewać się, że filmy te będą odbiegały od reguł obowiązujących inne tego typu produkcje, tylko dlatego, że ich tłem jest inna cywilizacja. Historyczny kostium nie może stać na przeszkodzie naczelnemu celowi tego typu dzieł, czyli trafieniu do jak największej liczby widzów. Co więcej – egzotyczny *entourage* miał przyciągnąć i uatrakcyjnić, trudno więc żeby ostatecznie – w imię rzetelności i zgodności z prawdą historyczną – stał się on obciążeniem. Zauważmy też, że filmy te nie roszczą sobie prawa do nazywania ich historycznymi w ścisłym sensie – są inspirowane prawdziwą historią, ale z rozmysłem dokonano szeregu zmian. Filmy te są skierowane do zachodniego widza, dlatego swobodnie posługują się szeregiem uproszczeń, często doprowadzając do sytuacji wręcz absurdalnych, np. wszechobecny język angielski w *Wyznaniach gejszy* „uatrakcyjniony” jedynie chińskim akcentem (bo w obsadzie zamiast Japonek w rolach gejsz widzimy piękne chińskie aktorki). Czy to jednak przeszkadza w uczestniczeniu w pięknym spektaklu? Filmy te nie są podróżą do Japonii, są podróżą do Krainy Baśni Japonią inspirowaną, ale póki tłumy dadzą się uwodzić, to oznacza, że zadanie zostało wykonane! *Wyznania gejszy* nie są niczym więcej, jak klasycznym melodramatem, historią japońskiego kopciuszka, tak jak *Ostatni samuraj* nie chce być niczym więcej, jak historycznym dramatem, który w Hollywood ma zacinąć tradycję – wystarczy przywołać tu takie przeboje jak *Ostatni Mohikanin* czy *Tańczący z wilkami*. Jak wiadomo, widz pragnie „innych filmów takich samych” – sięgnięto więc po znane schematy fabularne, „inność” zyskując właśnie przez orientalny kostium, dodatkowo wpisując się w długą tradycję fascynacji świata zachodniego kulturą Japonii, której zaprzeczyć nie sposób.

Wzajemna fascynacja Japonii i Stanów Zjednoczonych jest faktem niezaprzeczalnym. Dla Japończyków Stany Zjednoczone – uosobienie upragnionego Zachodu – nadal pozostają w wielu dziedzinach synonimem tego, co najlepsze⁴. Uwielbienie, jakim darzą Amerykę, wynika również z ich podejścia do samych siebie (paradoksalnie – bardzo „nie-amerykańskiego”), które w kontekście porównania z Obcym zadaje pytanie: „Dlaczego my nie możemy być tacy jak oni?” (w przeciwieństwie do naturalnego pytania na Zachodzie: „Dlaczego oni nie są tacy jak my?”)⁵. W kontakcie z Innym uruchamia się, bardzo silny w Japonii, „kompleks cudzoziemca” widoczny chociażby w wyglądzie współczesnych, przede wszystkim młodych, Japończyków. Wielu z nich farbuje włosy na jasny kolor i nosi szkła kontaktowe zmieniające kolor tęczówki (bo ideał, czyli „typowy człowiek Zachodu” jest wysokim blondynem o niebieskich oczach). Ogromną popularnością cieszą się również różnego rodzaju kremy wybielające skórę, zaś najnowszym – i najbardziej radykalnym – przebojem pozwalającym wpisać się w zachodni kanon piękna, jest operacja plastyczna pozwalająca pozbyć się znaku rozpoznawczego Azjatów, czyli skośnych oczu. Blefaroplastia typu azjatyckiego, czyli korekcja oprawy oka w celu utworzenia drugiej powieki to obecnie jeden z najpopularniejszych zabiegów w Japonii, niemal „obowiązkowy” dla młodych aktorów i modelek⁶. Ale Zachód to dla Japończyków oczywiście nie tylko lepszy wygląd – to także szeroko pojęty synonim lepszego świata, postępu, wolności i szczęścia. Na pytanie „Jakiej narodowości chciałbyś być, gdybyś urodził się ponownie?” aż 30% mieszkańców Kraju Kwitnącej Wiśni odpowiedziało: amerykańskiej – w masowej świadomości bowiem Zachód to właśnie Stany Zjednoczone, a na pewno jego szczytowa forma. Nieprzypadkowo bohaterka filmu Stevena Okazaki *Living on Tokyo Time*, chcąc zacząć nowe, lepsze życie wyjeżdża do Ameryki – mitycznej krainy szczęśliwości. Film ten jest zresztą przede wszystkim opowieścią o konfrontacji tego powszechnego stereotypu z rzeczywistością.

Japończycy posługują się w swoim myśleniu o Ameryce jej wyidealizowaną wizją, nie inaczej czynią Amerykanie w swoim myśleniu o obrazie Japonii. Co istotne, ważnym elementem decydującym o postrzeganiu Stanów Zjednoczonych jako lepszego świata jest ich nowoczesność nieskrępowana tradycją, zaś tym, co fascynuje Amerykę w Japonii jest właśnie przede wszystkim jej długowieczna tradycja, która nadal funkcjonuje w idealnym połączeniu ze współczesnością. Japonia bowiem funkcjonuje – i fascynuje – w umysłach przeciętnych Amerykanów dwojako: po pierwsze jako klejnot Orientu o długiej, mitycznej tradycji (stąd szczególne umiłowanie gejsz i samurajów) oraz jako przeciwieństwo pierwszego obrazu – jako swego rodzaju pieśń przyszłości, najbardziej rozwinięta cywilizacja, w której już materializują się lęki świata zachodniego (co ukazuje chociażby japońska historia w filmie *Babel*). Szczególnie fascynujący jest dla nich moment spotkania tradycji z nowoczesnym, dotychczas odizolowanym, światem. W przywoływanych przeze mnie filmach będzie to: Japonia lat 70. XIX wieku, po upadku szogunatu dynastii Tokugawa, gdy nadeszła era Meiji, w czasie rządów cesarza Mutsuhito i szybkiego rozwoju cywilizacyjnego w *Ostatnim samuraju* oraz upadek tradycyjnego świata zniszczonego przez II wojnę światową w *Wyznaniach gejszy*. Po okresie niepokoju zawsze jednak Japonia odnajduje względny spokój i sposób na opartą na szacunku koegzystencję starego z nowym. W tym stereotypo-

⁴ Wykorzystuje to branża reklamowa – wprowadzając nowy produkt na rynek japoński; główny przekaz informuje, że oferowany produkt jest już hitem w Stanach Zjednoczonych i Europie.

⁵ S. Kaji, *Poradnik ksenofoba – Japończycy*, Warszawa 2004, s. 6.

⁶ R. Tomański, *Tatami kontra krzesła : o Japończykach i Japonii*, Warszawa 2011, s. 37–38.

wym myśleniu często to właśnie największe osiągnięcie kultury japońskiej: z jednej strony bowiem Japończycy nie są niczym ograniczeni (zdobycz kontaktu ze światem zachodnim), a z drugiej mają szereg tradycyjnych zasad i rytuałów, które pozwalają im zachować tożsamość we współczesnej globalnej wiosce, czego tak drastycznie brakuje, pozbawionej korzeni Ameryce⁷.

Przy problemie „potrzeby tradycji” i zamiłowaniu do tradycyjnych kultur chciałabym zatrzymać się na dłużej, gdyż otwiera on, moim odczuciu, nową płaszczyznę dla zrozumienia amerykańskiej fascynacji Japonią. Jak pisał Umberto Eco: Amerykanie – Ci „biedni milionerzy”⁸ pozbawieni długowiecznej tradycji – zdają się odczuwać swego rodzaju narodowy kompleks na tym punkcie, który jednak nie wyraża się we wstydlwym, ukradkowym spoglądaniu z podziwem, na kultury o długiej tradycji. To nie leży w ich naturze, zamiast tego wybierają ekstremalną formę „pożerania” innej cywilizacji, zawłaszczania jej i dostosowywania do własnych wzorów (oczywiście bez utraty fascynującego elementu odmierności, egzotyki, tym razem jednak w wydaniu znanym, „udomowionym”). To pragnienie Amerykanów znajduje odbicie w ogromnym w Stanach Zjednoczonych i unikalnym w skali świata, przemyśle (biznesie?) rekonstrukcji (nazywanym przez Eco „przemysłem Absolutnego Falszerstwa”)⁹ realizowany zgodnie z zasadą hiperrealności oraz szeroko pojętej „obfitości”, która nigdzie indziej nie jest tak łatwo przyjmowana (i podziwiana). Mówiąc krótko – pozbawieni własnej, długiej historii, historycznych budowli czy klasycznych dzieł sztuki, Amerykanie żywią głęboką potrzebę obcowania z nimi, ale nie odbywa się to np. w masowych wycieczkach do Europy (jak można byłoby się spodziewać), ale tworzeniu różnego rodzaju kopii, duplikatów, zastępników w muzeach figur woskowych, *ghost towns* i wszelakiej maści miejscach, gdzie prezentowane są „historyczne” zbiory pełne „kopii lepszych od oryginału” (jak twierdzi głos z taśmy towarzyszącej prezentacji *Ostatniej wieczery*: oryginał znajduje się w dalekim Mediolanie, do której być może nigdy nie pojedziecie, a poza tym tamten jest zniszczony i przez to nie można w pełni docenić jego piękna)¹⁰. W owych licznych „szatańskich” szopkach” manifestuje się, zdaniem badacza, potrzeba uczestnictwa w obcowaniu ze sztuką i współczesna potrzeba wizualizacji, ikoniczności – tylko to, co rozpoznane, może zostać uznane za „swoje”. Tendencja do rekonstruowania przeszłości przybiera w wydaniu amerykańskim nowy ton: w imię zadowolenia publiczności można, a nawet trzeba, poprawić oryginał, tak by dostosować go do masowych wyobrażeń. W tych specyficznych muzeach, zgodnie z amerykańską potrzebą obfitości, doznania intensyfikowane są do granic, zgodnie z jedyną zasadą – zasadą przyjemności, umieszczając obok siebie przedmioty z różnych epok, a nawet... sfer ontologicznych:

Kiedy po Mozarcie spotykacie Tomka Sawyera albo wchodzicie do groty Planety Mała po wysłuchaniu Kazania na Górze Jezusa do apostołów, logiczne rozróżnienie między Światem Rzeczywistym a Światami Możliwymi wyraźnie się zaciera. Dobre muzeum wprawdzie, rekonstruując średnio sześćdziesiąt albo siedemdziesiąt scen, w których występuje dwieście albo trzysta postaci, dzieli je tematycznie, a także wprowadza rozróżnienie między światem filmu a światem religii czy też historii. Ale i tak, pod koniec zwiedzania, zmysły nasze zdołały wchłonąć bezkry-

⁷ Czyż nie to właśnie widzi Zachód w japońskich *Pożegnaniach*, i stąd ten ogromny sukces przede wszystkim za Oceanem?

⁸ U. Eco, *Semiologia życia codziennego*, tłum. J. Ugniewska i P. Salwa, Warszawa 1996, s. 39.

⁹ Ibidem, s. 31.

¹⁰ Ibidem, s. 28.

tycznie nadmiar wrażeń, Lincoln i doktor Faust okazują się odtworzeni w tym samym socrealistycznym stylu godnym Chin Ludowych, a Tomcio Paluch i Fidel Castro należą już ostatecznie do tej samej strefy ontologicznej¹¹.

Prawdą jest to, co za nią uznamy, a jedyna prawda, do jakiej dąży przemysł Absolutnego Fałszerstwa, to prawda emocji odbiorcy. Pomieszanie znaczeń w strumieniu wrażeń nie jest niczym złym – więcej – jest czymś pożądanym. Dlatego w muzeum miasta Nowy Jork znajdziemy reprodukcję umowy kupna Manhattanu spisaną pseudostarym charakterem pisma napisaną po angielsku, mimo iż język oryginału to holenderski. Po cóż jednak kłopotać zwiedzającego? Zamiast tego zadbano o wydzielanie się zapachu charakterystycznego dla starych papirusów – *It looks and feels old*. Nostalgia, moda retro, potrzeba wizualizacji, obcowania z „klasycznym arcydziełem” prowadzi do paradoksu – rekonstrukcji „prawdziwszej od prawdy”, całkowitego zatracenia punktu odniesienia. Oczywiście należy rozróżnić miejsca łączące oryginały z kopiami (choć często bez podania, które z nich to kopie), miejsca zbiorów reprodukcji, muzea figur woskowych, *ghost towns* itp., wszystkie one bowiem w różny sposób ukrywają swoją teatralną naturę, cel jednak zawsze jest ten sam – poddanie się przez publiczność zbiorowej halucynacji, która nie operuje pojęciami epok historycznych czy prawdy historycznej, lecz historycznej fantazji. Czy takie same pragnienia i zasady nie odnoszą się do wspomnianych przeze mnie filmów? Czy właśnie to, omawiane przez Eco na przykładzie muzeów figur woskowych, zjawisko nie ma miejsca również tam, zawieszając pojęcia prawdy w opowieści o Japonii, jednocześnie tłumacząc potrzebę kontaktu z Historią? Może więc warto spojrzeć na te filmy nie jako na filmy o Japonii, ale jako filmy o wyobrażeniach o Japonii skonstruowanych zgodnie z zasadą teatralności i zasadą przyjemności. Ameryka reaguje estetyzacją na obcość Japonii, jak pisze Pierzchała¹², co jest zjawiskiem tak starym, jak kontakty między obydwoma krajami, a film jedynie na nowo korzysta z dawnych skojarzeń i schematów.

W amerykańskiej fascynacji Japonią ważny jest jeszcze jeden element: pomimo upływu lat Japonia nadal jest synonimem obcości – zbyt odległa i kosztowna dla przeciętnego turysty, wciąż zachowała aurę tajemnicy:

Japonia, niemal ostatnia z takich Obcości, a w każdym razie ostatnia zbadana, była dla nas zupełnie i absolutnie inna. Była obiektem Niemożliwym. Ogromnym Czymś, nieustannie zawiłym, nieustannie zajęтым – jak rysunek Eschera niedającym się precyzyjnie skalkulować. Od *Madame Butterfly* przez *Kokoro* po *Pacific Overtures* i *Imperium znaków*, kraj ten (jedyne rzeczywiste miejsce, oprócz oczywiście Anglii, które pojawia się jako coś więcej niż punkt odniesienia w *Podróżach Guliwera*) wydawał się nie tyle daleki, ile znajdujący się poza mapą: dziwaczne miejsce¹³.

Nie bez znaczenia jest też fakt, że – jak zauważa autorka – Japonia pozostaje „jasną stroną Boga Wschodu”, dla wielu jest jego wcieleniem i jedynym punktem rozpoznawalnym punktem. A Zachód dziś z nową mocą fascynuje się Wschodem. Jak przekonują w swojej pracy *Bunt na sprzedaż. Dlaczego kultury nie da się zagłuszyć?* Joseph Heath i Andrew Potter,

¹¹ Ibidem, s. 23.

¹² A. Pierzchała, op. cit., s. 20.

¹³ C. Geertz, *Dzieło i życie. Antropolog jako autor*, tłum. E. Dzurak, S. Sikora, Warszawa 2000, s. 160, cyt. za: A. Pierzchała, op. cit., s. 25–26.

obok wielu innych powodów, Wschód fascynuje również jako alternatywa dla staczającego się świata zachodniego, unifikacji i globalizacji, która niszczy prawdziwe „ja” jednostki. Fascynacja egzotyką staje się więc dziś wyrazem kontrkultury – w swojej bezkrytycznej idealizacji wszystkiego, co odmienne, gdyż odmienność właśnie stanowi sedno ich własnej ideologii:

Fascynacja egzotyką to zjawisko nienowe. Odkrywanie siebie poprzez żmudne poszukiwania Innego to motyw powtarzający się w cywilizacji zachodniej, przejawiający się w romantycznych koncepcjach Dzikiego Zachodu, serca Afryki czy Orientu. Wynika z szeroko rozpowszechnionego przekonania, że w trakcie rozwoju cywilizacji utraciliśmy kontakt z własnym prawdziwym jestestwem, sensem życia. Jest to wina cywilizacji, wynika stąd, że „rzeczywistość” można odnaleźć gdzie indziej – w niecywilizowanych kulturach, egzotycznych religiach, czy nawet starożytności¹⁴.

Wynika to z prostej kalkulacji – by odrzucić brzemień naszej cywilizacji, należy zanużyć się w czymś skrajnie odmiennym, odnajdując np. w Oriencie pierwotne wartości, które utraciła nasza cywilizacja. Stąd idealizacja Orientu, ukazywanie go jako ostoi piękna, moralności, honoru, cierpliwości. Autorzy piszą, że apogeum idealizacji niezachodnich kultur przypada na lata 60. XX wieku, zachował on jednak żywotność szczególnie w obszarze popkultury, tak jak nadal żywa jest potrzeba odrobiny odmienności i egzotyki. Nieprzypadkowo piszę „odrobiny” – stąd ogromna popularność właśnie Japonii, która – jak pisze Marlena Poniedziałek¹⁵ – jest „w sam raz egzotyczna”, dostatecznie oswojona, ale nie zniszczona przez zachodnią cywilizację (podkreślam: w masowej wyobraźni). Można nawet pójść o krok dalej: Japonia funkcjonuje jako znany, oswojony synonim egzotyki, o którym każdy przeciętny człowiek ma jakieś wyobrażenie (choćby ograniczało się do wachlarza, gejsz, ninja i samurajów), które jednocześnie nie budzi strachu, jak np. egzotyka krajów arabskich. Nie mogę również oprzeć się wrażeniu, że „spływanie” obrazu Japonii jest jakby bardziej akceptowalne (jak stwierdza Poniedziałek: wystarczy zauważyć, że gejsza to nie prostytutka, by zyskać publiczne uznanie)¹⁶. W akceptowaniu i utrwalaniu stereotypów na temat Japonii ogromną rolę odegrały filmy silnie oddziałujące na wyobraźnię przez sugestywne obrazy, ale też ze względu na ich ogromną popularność. Rolę filmów w stereotypowym obrazie Japonii podsumowała Magdalena Studzińska:

Na pewno do przekazywania tego rodzaju stereotypów [Japonia jako kraj samurajów, sztuk waliki, sumo, sushi, orientalnej kultury i niezwyklej architektury – przyp. mój K.R.] przyczyniła się popkultura. Wystarczy spojrzeć chociażby na kinematografię ostatnich lat i filmy takie jak *Ostatni samuraj* czy *Wyznania gejszy*, nie wspominając klasycznego już *Szoguna*, o którym mogę rzec tyle, że określił zapatrywania moich rodziców na Japonię chyba już na zawsze i nie wiem, czy kiedykolwiek uda mi się ten obraz dzikich w ich głowach zmienić...¹⁷.

¹⁴ J. Heath., A. Potter, *Bunt na sprzedaż. Dlaczego kultury nie da się zagłuszyć?*, tłum. H. Jankowska, Warszawa 2010, s. 313.

¹⁵ Zob. M. Poniedziałek, *Japonio, jesteś łatwa!*, „Torii” 2010, nr 5, s. 72–73.

¹⁶ Ibidem, s. 73.

¹⁷ M. Studzińska, *Japonia przez dziurkę od klucza. Polskie stereotypy o Kraju Kwitnącej Wiśni*, „Torii” 2011, nr 10, s. 44.



Chińska dzielnica w Yokohamie, luty 2011
(fot. S. Kołos)