

OTAKU

VOLKER GRASSMUCK

"Jestem sam, ale nie jestem samotny"

Opowiedz o seksie i zbrodni w odległym świecie,
czyli o tym jak japońskie Dzieci Otaku
kolonizują królestwo informacji i mediów

Pierwszego listopada telewizja doniosła o wypadku samochodowym: młodszy z dwóch synów wyprowadzając z garażu samochód ojca wjechał do ogrodu sąsiada. Chłopiec miał rok. W rozmowie z prasą ojciec wyznał, że dziecko nauczyło się prowadzić samochód w odwiedzanym przez nich codziennie salonie gier komputerowych.

Mówimy tu o nowym człowieczeństwie, o **shin jinrui**. Nic dodać nic ująć. A jeśli shin jinrui czytać jako **shinjin rui**, to otrzymamy określenie nowego rodzaju ludzi, o którym wiemy, że jest nowy i jedy-ny w swoim rodzaju. Co do innych cech, to pojawiają się same wątpliwości – nawet takie, czy w ogóle są to istoty ludzkie. Równie dobrze mogłyby to być przybysze z kosmosu.

Fenomen **ludzi otaku** przybiera różnorodne formy. Część z nich poluje na syntetyczne gwiazdy przemysłu muzycznego, inni są fanatykami gier komputerowych lub maniakami sklepania plastikowych mo-

deli, część spędza większość wolnego czasu na czytaniu komiksów, a jeszcze inni zajmują się podsluchiowaniem rozmów z telefonów komórkowych. Otaku wyróżniają się sposobem życia, a nie rodzajem zainteresowań. Na ich potrzeby produkuje się pisma, pomografe, wideo, organizuje targi, tworzy sieci komputerowe. Jest też *Księga Otaku*. Według wyliczeń wydawcy jednego z pism otaku *Do-Pe* „zaawansowanych” otaku jest około 350 tysięcy, ale ilu jest „umiarkowanych” – tego nie wie nikt. Pytając o definicję terminu „otaku” można otrzymać wiele, często sprzecznych odpowiedzi. Na różnych etapach rozwoju tego zjawiska zmienia się jego znaczenie i sposób patrzenia na nie. Jaki jest najmniejszy wspólny denominator? Otaku to nasto- lub dwudziestolatkowie. Głównie chłopcy. Chodzą w jeansach, podkoszulkach i trampkach, co w oszalalej na punkcie mody Japonii jest ważną cechą charakterystyczną. Otaku lekceważą kontakt fizyczny, a kochają media, komunikację techniczną i generalnie świat reprodukcji i symulacji. Są w undergroundzie, ale nie przeciwstawiają się systemowi. Zmieniają, manipulują i burzą gotowe produkty cywilizacji, ale jednocześnie są ucieleśnieniem konsumeryzmu i idealną siłą roboczą japońskiego kapitalizmu. Są dziećmi mediów.

Na przykład Kushida Riko. Kushida jest otaku gier. Jej mały pokój zawalony jest grammi arkadowymi i 200-300 planszami, które może zawiesić na konsoli. W otoczeniu sterylnych, industrialnych ścian siedzący pisma *Log In*, ubrana w błękitną derlichową kurtkę i spódnicę, wygląda na nieco zagubioną. Spogląda na mnie z rezerwą bliską ostrożności, ale mówi z pewnością siebie i patrzy mi prosto w oczy, co dyskwalifikuje ją jako „zaawansowaną” otaku. W wieku ośmiu czy dziewięciu lat Kushida zaczęła grać w domowe gry telewizyjne, takie jak np. *Ping Pong* czy *Blok*. Kiedy miała dziesięć lat zaczęła chodzić do salonów gier w domach towarowych. Wtedy też zaczęła programować własne gry w BASIC-u. W wieku trzynastu lat Kushida Riko zaprzyjaźniła się z menadżerem salonu gier, do którego chodzi dziś codziennie. Tam poznała dilerów używanych gier, od których kupowała klawiatury używanych maszyn za ponad 5000 jenów, a kompletne konsole z oprzyrządowaniem, za około 200.000 – 300.000. Taka inwestycja może się zwrócić otaku nawet w kilka tygodni, bo nie muszą już chodzić do salonu i płacić za ~~leżadła~~ grę.

Punktem przełomowym dla Kushidy był *Space Invader* – gra wideo wprowadzona na rynek w 1979 roku przez Taito. Kopiowały ją, czasem legalnie a czasem nielegalnie, firmy komputerowe na całym świecie. Po *Space Invader* przyszedł *Pacman* a potem – najważniejszy według Kushidy – *Pong* firmy Atari, który po raz pierwszy pojawił się w 1971 roku. Po wprowadzeniu *Space Invader* rynek eksplodował. Takie firmy jak Namco czy Nintendo rozrastały się do olbrzymich rozmiarów. Do 1989 roku producent gier wideo Nintendo było najlepiej zarabiającą firmą w całej Japonii nieprzerwanie przez osiem lat (sprzedaż na poziomie 250 bilionów jenów).

Mówiąc o narodzinach i rozwoju gier komputerowych Kushida popada w sentymalny ton. Ale twierdzi, że to nie gry zawładnęły jej wyobraźnią, ale jej wyobraźnia pchnęła ją w kierunku gier. Kushida jest wyjątkowym przypadkiem w świecie komputerowych otaku zdominowanym przez mężczyzn. Aż 98,3 % czytelników pisma o grach *Log In*, którego jest redaktorką, to mężczyźni.

Dziś Kushida ma dwadzieścia lat i studiuje filozofię. Nie, nie uważa, żeby wybór kierunku studiów był czymś dziwnym. Świat gier zawiera w sobie „prawdziwy świat” i vice versa. Istnieje związek pomiędzy filozofią i grami, ale jest on tak skomplikowany, że nie potrafi go wyjaśnić, mówi i śmieje się.

Nowe pokolenia

Japończycy, być może bardziej niż inne nacje, chcieliby wiedzieć kim są i dokąd zmierzają. Okres wyraźnego bogacenia się społeczeństwa – nie dłuższy niż ostatnie piętnaście lat – obfituje w radykalne zmiany i burze niepokoju. Na arenie międzynarodowej Japończycy są generalnie akceptowani i cenieni za wysoki poziom technologii. Jest to jednak chwiejny fundament do budowania własnej tożsamości. Zmiany postawy i mentalności najbardziej widać wśród ludzi młodych. Pragnienie sukcesu rodzi każdego roku „nowe pokolenie”, które nosi własną nazwę. Termin otaku ma więc wielu antenatów. Bezpośrednim poprzednikiem pokolenia Otaku było pokolenie określane przez sezon lub dwa **Moratorium Ningen** (ludzie moratorium). Nazwę ukuł w 1977 roku Okonogi Keigo, profesor neuropsychiatrii Uniwersytetu Keio (*Moratorium ningen no jidai*, w: Chuo Koron, Październik 1977, angielskie tłumaczenie w *Japan Echo*, tom V, no. 1, 1987), który odniósł się do terminu Erika Ericksona „psychospołeczne moratorium” określającego okres kształcenia i studiowania, w którym młodzi ludzie są zawieszani w wypełnianiu swoich obowiązków wobec społeczeństwa. W interpretacji Okonogi stan ten staje się dziś dominantą „charakteru społecznego”. Opis mentalności pokolenia moratorium można po czytywać jako tło zjawiska otaku, które pojawiło się w latach 80.

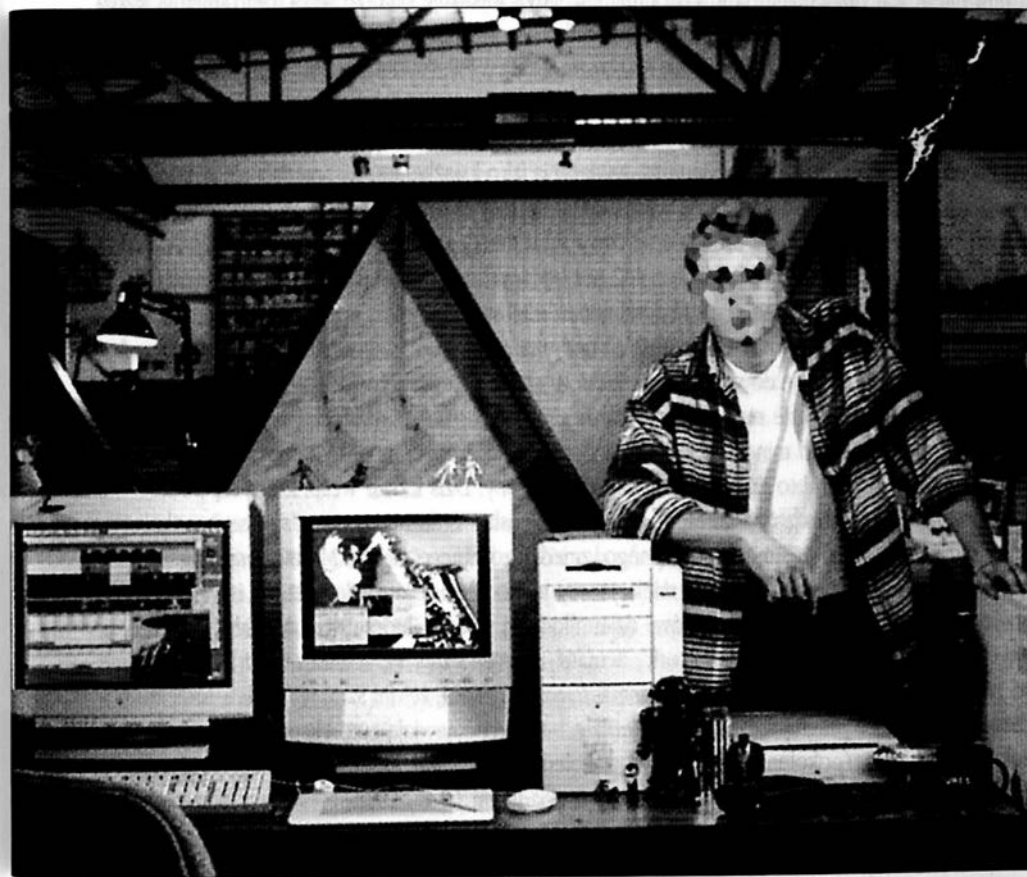
Według Okonogi, w dostatnim społeczeństwie konsumpcyjnym następuje efekt infantylizacji. Media i reklamy adresowane są do dziecka mieszkającego w każdym z nas. Coraz szybsze tempo przemian społecznych uwarunkowanych technologią i nauką powoduje, że ludzie aby nadążyć za duchem czasu, zmuszeni są ciąglej adaptacji do nowych warunków życia. To oszalałe tempo zmian narzuca prowizoryczny, tymczasowy sposób życia zawsze „na zawołanie”. Zabawa, luz i dystans – to jedyna postawa możliwa w systemie, w którym wszyscy stali się konsumentami, a więc gośćmi we wnętrzu kontrolującej się i samoochroniającej struktury. Płytkie związki międzyludzkie pozwalają pokoleniu moratorium żyć w izolacji. Biografie przedstawicieli tego pokolenia ukazują „syndrom dyfuzji tożsamości” i „próżni ego”, które według Okonogi, stały się dziś czymś zupełnie normalnym. Jednak w zmianach tych tkwi wybuchowa, destrukcyjna siła.

Za ten stan rzeczy Okonogi najbardziej wini mass media, które produkują „nierealny stan egzystencji”:

„Charakterystyczne dla mediów auto-rozszczepienie jest także typowe dla psychologicznej struktury młodych ludzi... Poprzez asymilację z mass mediami, które mają niezwykłą władzę nad społeczeństwem, stali się oni omnipotentami.”

Ton kulturowego pesymizmu utrzymany jest w całym artykule Okonogi, mimo, że na końcu stara się nas uspokoić wskazując na pierwsze oznaki post-moratoryjnego trendu. Generalny obraz jest jednak pośpenny: odosobnieni, solipsystyczni ludzie ginący w postmodernistycznej powodzi, która może pochłonąć nawet tak „prawdziwe społeczeństwo jak japońskie”.

Z moratorium ningen wylania się ogólny społeczny ton, na którego bazie narodziło się zjawisko otaku – ton, który charakteryzuje się auto-rozszepieniem w hiper-rzeczywistości. Spadkobiercy pokolenia moratorium odziedziczyli pustkę, na którą nakłada się nowa cecha: beztróski stosunek do informacji. Pomiędzy ludźmi moratorium ninija a otaku można wyodrębnić pokolenie **shinjinrui**. Słowo to,



podobnie jak otaku, ma różne znaczenia. Jako termin nietechniczny może określać każde nowe pokolenie. Ale czasami porównuje się je z zachodnim pokoleniem końca lat 70. -Yuppies.

Jako dwudziestolatkowie shinjinrui studiują lub pracują. W odróżnieniu od otaku dużo uwagi – i pieniędzy – poświęcają swojemu zewnętrznemu wizerunkowi. Najchętniej pracują w reklamie lub modelowaniu, gdzie zarabiają wystarczająco dużo pieniędzy i mają wystarczająco dużo czasu by poświęcić się ulubionej przyjemności: obnoszeniem się ze swoim bogactwem i jazdą szybkimi samochodami. Ostatnim hitem jest opalenizna na lewym ramieniu, gdyż wskazuje ona, że właściciel ramienia jeździ zagranicznym samochodem. Shinjinrui nazywani byli także „kryształowymi dziećmi” za sprawą bestsellerowej książki Tanaka Yasuo *Nontanaku, Kuristanu*, Tokio 1980; (w tłumaczeni angielskim: *Somehow Cristal*), która stała się swego rodzaju przewodnikiem Yuppies po modnych tokijskich restauracjach, butikach i klubach a zarazem instrukcją jak być na topie. Po raz pierwszy pojawiła się w 1980 roku w magazynie *The Arts (Bungei)* i natychmiast wydano ją jako książkę, która sprzedała się w ponad milionowym nakładzie. Tanaka obszernie przedstawia w niej radosne życie w pustej formie. Życie, w którym prawdziwie i szczerze króluje snobizm i sztuczność, a którego fabuła „zbliża się do nieistnienia” (Norma Field). Książka składa się z 442 not będących zbiorem informacji dla modnego hiperkonsumenta. Na przykład: „Pytanie: gdzie powinienś udać się w sobotnią noc po jedenastej, jeśli masz niepowszechną ochotę na łoda? Odpowiedź: zamów taksówkę do Swensena na „Killer” Avenue.”

Shinjinrui dzielą z otaku pasję do szczegółów, która zajęła miejsce wspólnej ideologii. Muszą kręcić się po mieście i czytać najnowsze numery *Mari Claire*, *Popeye* i *Brutus*. Jak inaczej mogliby dowiedzieć się, że moda na Armaniego minęła a nastąpiła na Perriera. Jak inaczej mogliby uczestniczyć w rozmowach w Gold'sie. Shinjinrui to dobrze poinformowane snoby. Dziś ludzie wciąż kręcą się po mieście, ale słowo shinjinrui wyszło z użycia. Może więc znów posłużyć do nazwania następnego pokolenia. Terminy określające ludzi postmodernistycznego, zmedializowanego świata: Moratorium ningen, shinjinrui, nagara-zoku (ludzie, którzy robią wiele rzeczy jednocześnie) M(e)-Generation, itd. – ukuwane są przez 'specjalistów' – neuropsychiatrów, dziennikarzy i pisarzy, którzy oceniają młodych według własnych wartości 'głębi', 'powagi', 'historii', 'tematu'. Dorośli czują się rozczarowani faktem, że ich dzieci nie podjęły się realizacji ich własnych marzeń, rozczarowani, że oni sami wypadli z 'projektu nowoczesności'. Rodzice pragną zrozumieć swoje dzieci, ale te odmawiają auto-ekspresji. Narodziny otaku-zoku w latach 80. (pokolenie otaku) czyli pokolenia dzieciaków holdujących nieprofesjonalności i życiu poza głównymi trendami, było odrębnym przypadkiem.

Narodziny otaku

W etymologii tego słowa jest kilka czarnych dziur. Otoku, podobnie jak shinjinrui pochodzi z języka mówionego i pierwotnym sensie oznacza 'twój dom', w neo-konfusjuszowym pars pro toto 'twój mąż', a powszechnie używane jest jako zaimek osobowy 'ty' (gdyż o Japończyku nie można myśleć inaczej niż tylko w powiązaniu z jego domem). Jak wiadomo, w języku japońskim istnieje 48 sposobów na powiedzenie 'ja' i mniej więcej tyle samo na powiedzenie 'ty'. Najczęściej unika się słów 'ja' i 'ty'. Zwracamy się do kogoś po imieniu lub mówimy: anata (do osoby równej lub wyższej rangą), kimi (do oso-

by niższej rangą, i, w niektórych przypadkach, do równej nam rangą), omae (do bliskiego przyjaciela lub osoby niższej rangą), lub – otaku. Otoku to grzeczne zwrócenie się do osoby, której pozycja społeczna nie jest nam znana. Używają go najczęściej kobiety. To utrzymuje dystans. Używane w rozmowie równych sobie ludzi brzmi ironicznie lub sarkastycznie, ale najczęściej oznacza wówczas 'trzymaj się z daleka ode mnie'. Podobnie jak wtedy, gdy nastolatek mówi do drugiego nastolatka „proszę pana”.

Kilkanaście lat temu słowo 'otaku' straciło swą emocjonalną neutralność i zaczęło pojawiać się w rozmowach znajomych i przyjaciół. Nie ma zgody, co do dokładnej daty i miejsca tego historycznego wydarzenia. Najbliższa przeszłość wydaje się czymś najmniej pewnym i dociera do nas tylko w postaci pogłosek. Tak więc, według jednych informatorów, zjawisko to pojawiło się w świecie reklamy, według innych – wśród kolekcjonerów filmów animowanych: „proszę, pokaż mi twój (otaku) zbiór.” Najbardziej prawdopodobną pogłoską jest ta, iż odpowiedzialni za tę zmianę znaczenia są pracownicy wytwórni filmów rysunkowych, którzy 'zarazili' nią widzów i blisko z nimi spokrewnionych czytelników manga (komiksów) oraz miłośników gier komputerowych.

Nieco trudniej jest określić, co dokładnie należy robić, i kim być, aby zaklasyfikować się do kategorii otaku. Najmniejszym wspólnym denominatorem, który zawiera się w samym słowie jest dystans i obojętność. Po więcej informacji na temat tego tak obecnie modnego wyrażenia, należy sięgnąć przede wszystkim do rocznika *Podstawowa Wiedza o Nowoczesnych Terminach (Gendai Yogo Kisoishiki)*, który jest źródłem wszelkich informacji o zmianach w języku japońskim. W 1990 roku pod hasłem „otaku” widniał opis:

„Wyraz wyróżniający, używany wśród maniaków manga i animacji. Rozprzestrzenił się po artykule Nakamori Akio „Manga Burikko” z 1984 roku, (więcej informacji o burikko znajdziesz w rozdziale „Idole”). Określa osobę, która nie potrafi komunikować się z innymi, jest w wielkim stopniu skoncentrowana na szczegółach, a jej zainteresowania są maniackalne i ogniskują się tylko na jednej rzeczy. Otoku mają skłonności do tycia, mają długie włosy, ubierają się w podkoszulki i jeansy. Znaczenie tego słowa jest bliskie znaczeniu wyrazu 'nerd', którym w Stanach Zjednoczonych określa się fanatyków komputerów i science-fiction.”

Mój przyjaciel Amerykanin powiedział mi, że co prawda istnieje pewne podobieństwo między 'nerd' i 'otaku', ale nie jest ono całkowite. 'Nerd' to student, który nosi okulary sklezione masą klejącą, typ naukowca, który w poplamionej tuszem kieszeni koszuli nosi zawsze kilka długopisów, bo jakiś zawsze może się zepsuć, no i oczywiście nie ma żadnych przyjaciół.

Podobny obraz rysuje Tsuzuki Kyoichi, były dziennikarz magazynu Yuppy *Popeye*, obecnie jego dyrektor artystyczny, który wprowadził mnie w bardziej ukryte aspekty wielkiego świata otaku:

„Początkowo słowo otaku miało bardzo negatywne zabarwienie i określało osobę, która brzydko wygląda, nie ma dziewczyny, zbiera jakieś bzdury i, ogólnie rzecz biorąc, jest nie z tego świata. Otoku zdefiniowałbym jako kogoś, kto jest w pewnym sensie bezużyteczny. Otoku idoli, otaku manga czy otaku czegośkolwiek, oznacza, że otaku poza tym co ma i czemu od-

daje się bez reszty, nie ma nic innego. Z punktu widzenia normalnego człowieka biznesu, otaku spędza czas w głupi sposób. Gra w gry z taką samą powagą, z jaką inni robią interesy." „Łatwo ich rozpoznać po obojętności, z jaką traktują ubiór. Podczas rozmowy patrzą w ziemię i w ogóle inaczej mówią. Niezależnie od tego czy są grubi czy chudzi, nigdy nie są w dobrej kondycji fizycznej i nigdy nie są opaleni. Nie dbają o jedzenie, ponieważ wydają pieniądze na ważniejsze rzeczy."

„Oddają się grom komputerowym. Programiści gier komputerowych jedzą pałeczkami chipsy i piją kawę z mlekiem. Mają inny rytm dnia: są aktywni 40 godzin, a potem śpią 12 godzin. Komputerowi otaku potrafią podobno uprawiać miłość z kobietą na ekranie komputera. Ale sądzę, że wielu z nich chciałoby mieć dziewczyną, tyle że nie potrafią jej znaleźć."

Otaku są zjawiskiem medialnym pod kilkoma względami: media najpierw ich stworzyły, potem stworzyły ich nazwę; w jakimś sensie otaku zamieszkują media, a próby ich zbadania są jednocześnie analizą historii mediów. Cytowany powyżej Nakamori był redaktorem *Tokyo Otaku kureba* (klub dla dorosłych), czyli tzw. mini-komi (młodzieżowy magazyn komunikacji). Magazyn ten jest przez jednych określany mianem tajemniczego magazynu kulturalnego a przez innych drugorzędną publikacją soft-porno. Kiedy Nakamori w swoim artykule, a także w publicznej debacie z Yamazaki Koichi wprowadził termin otaku-zoku (pokolenie otaku), wielu młodych ludzi, którzy z niecierpliwością czekali na własne samookreślenie przyjęło go jako moment nadania im tożsamości. W tym sensie otaku przypominają przeciętnego Japończyka. Mają wyraźne skłonności do przyglądania się swojemu odbiciu w danych statystycznych i interpretacyjnych debatach krytyków kultury. Być może tak naprawdę nie prowadzą walki o tożsamość, ale chcą po prostu wpisać się w media. Pewną rolę mogła odegrać tu także charakterystyczna dla Japończyków skłonność do precyzyjnego nazewnictwa. Jak by nie było, termin ten gwałtownie rozprzestrzenił się. Anonimowa, niema masa otrzymała nazwę i pojawiła się na scenie. Pierwszą olbrzymią prezentacją wprowadzającą nowe pokolenie do świadomości społecznej, był pokaz animacji *Spaceship Yamato*. Producent wideo – jak to zwykł czynić przy tego typu okazjach – wynajął salę na kilka tysięcy osób, do której przyszedł ponad milion ludzi. Wszyscy mniej więcej w tym samym wieku.

„Otaku są produktem hiper-kapitalistycznego i hiper-konsumpcyjnego społeczeństwa” – twierdzi Yamazaki, kolejny badacz codziennego życia i znawca otaku. Yamazaki jest pisarzem, redaktorem, grafikiem, a przede wszystkim krytykiem popu w *Asabi Shinbun* i takich pismach jak *Asabi Journal*, *Popeye*, *Takarajima* i *Weekly Bynshyn*. Według niego „termin 'otaku' nabrał dziś nowych znaczeń. Początkowo był związany z określonym, stereotypowym wyobrażeniem i symbolizował stosunki międzyludzkie charakteryzujące się brakiem jakiegokolwiek zażyłości. Otaku odnosiło się do przestrzeni pomiędzy ludźmi żyjącymi z dala od siebie, nie znającymi się.” Yamazaki upatruje źródeł społecznego zjawiska otaku w zmianach kulturowych Japonii lat 70. Otaku są dziećmi mediów i technologii. Dorastali jako jedynacy, których tatusiowie całymi dniami siedzieli w pracy a mamusi z całą gorliwością dbały o to, by ich synowie dostali się na dobre uniwersytety, żeby dostać dobrą pracę. Wyświechtana opowieść o japońskim sukcesie. A dziecko chowa się za stertami zabawek, komiksów i komputerów.

Rodzice otaku to pokolenie '68 – bardzo demokratyczni i tolerancyjni. Chcą rozumieć swoje dzieci, ale te przekornie szukają tego, czego rodzice zrozumieć nie mogą. W pewnym sensie rodzice sami są dziećmi. W Japonii nie istnieje chyba klarowny obraz tego, co znaczy być dorosłym. Wszyscy są dziećmi. Poważne bariery komunikacyjne pomiędzy rodzicami i dziećmi doprowadziły do serii zabójstw popełnionych na rodzicach przez dzieci. Zaczęło się to w 1980 roku, kiedy chłopiec, którego prawdopodobnie można by nazwać otaku, uśmiercił rodziców kijem baseballowym. W bardzo krótkim czasie nastąpiło kolejnych pięć czy sześć zabójstw dokonanych przez nastolatków. I zdarzają się po dziś dzień, choć nie tak często. Początek lat 80. to okres przemocy w szkole. Agresja pośród uczniów została powszechna środkami dyscyplinarnymi, a kodeks szkolny określał nawet sposób w jaki uczeń powinien chodzić i witać się. Młodzież ta kojarzy się Yamazaki z Orwellowskim *Rokiem 1984*. Otaku są pokoleniem post-szkolnej przemocy. Na zewnątrz są dobrymi i dobrze wychowanymi uczniami, są pilni, dostają dobre stopnie, ale w środku są uciekinierami. Otaku jest ich schronieniem.

Fetyszyzm informacyjny i postanimizm

System edukacyjny, który kształtuje słynnych „żołnierzy przemysłu”, jest powszechnie poczytywany za jedną z pośrednich przyczyn pojawienia się pokolenia otaku. „W szkołach” – twierdzi Yamazaki – „dzieci uczą się pojmować świat jako zbiór danych i informacji, w sposób fragmentaryczny a nie ogólny. System stworzony jest tak, by wtłoczyć w głowy daty, nazwiska i wyrywkowe odpowiedzi egzaminacyjne. Skrawki informacji nigdy nie składają się na całościowy obraz świata. Mają charakter fetyszu, a nie wiedzy.” Przedkładanie faktów i wkuwanie na pamięć nad zrozumienie znalazło swoje odzwierciedlenie w języku japońskim – w określeniu „manualna edukacja”. Zamiast do życia, manualna edukacja przygotowuje do wszechobecnych quizów telewizyjnych, gdzie kandydaci muszą przygotować jedno-minutową wypowiedź na temat życia Amadeusza Mozarta, komika Ultramana lub idolki nastolatków Mameuda Seiko. „Wiedza” ta, istniejąca poza kontekstem, jest tylko zbiorem info-chipsów.

„Fetyszyzm informacyjny” to termin ukuty przez Yamazaki. Otaku powielają w życiu wzór systemu edukacyjnego szkoły (zbieranie i reprodukcja informacji). Zmienia się jedynie temat: idole, aparaty fotograficzne i rock 'n' roll. Ludzi otaku można znaleźć w każdym środowisku. Jest to sposób życia. W sferze mody przejawia się to następująco: zamiast ubierać się modnie dla samej przyjemności, otaku „ubierają się” w modne informacje. „Znasz to?” – pyta otaku. „Och, nie znasz!” To wszystko. Otaku rocka zamiast słuchać muzyki zbierają dane na temat nagrań, nazwiska muzyków, producentów, informacje o studiach nagraniowych itd. „Otak udowadnia nam, że wszyscy jesteśmy fetyszystami informacji” – mówi Yamazaki. – „Otaku to karykatura Japończyka”.

Nasz własny zbiór bitów i skrawków informacyjnych zbliża nas do sedna zjawiska otaku: bezużyteczność fragmentarycznej informacji. Sięgamy więc znów do rocznika *Najnowszych terminów języka japońskiego*, który zresztą sam w sobie jest odzwierciedleniem kultury fragmentarycznej wiedzy i info-chipsów. Pod hasłem „otaku-zoku” czytamy:

„Pokolenie to potrafi myśleć tylko w kategoriach „ja”-izmów, co wynika ze sposobu interpretacji

cji i postaw społecznych kultury bi-tech. Otaku-zoku zmierza w kierunku wyizolowanej i nie-ludzkiej (non-human) egzystencji. Tendencje te objawiają się zarówno nekrofilia, pedofilia, fetyszyzmem jak i hackerstwem komputerowym. Zjawisko to eksplodowało jak rak w organizmie, którego centrum stanowi 'społeczństwo keybordu'

Dziwi mnie fakt, że na jednej liście z nekrofilia sąsiaduje hackerstwo, ale niezmiennie podoba mi się termin 'społeczństwo key-bordu'. Społeczństwo japońskie jest niezwykle semiotyczne - wszystko ma swój znak, wszystko jest powierzchnią i interfacem. Japoński styl życia to styl życia promowany przez różne pisma. Wystarczy spojrzeć na twarze przechodniów i już wiadomo jakie pisma czytają. Wszystko jest gotowym wyrobem. Otaku do ekstremum rozwijają japońską mentalność hybrydyzacji informacji. I w rzeczy samej otaku są hybrydą: są ogniwem zamkniętego obiegu informacji, która przepływa przez ich ciało do komputera i z powrotem.

Stosunek Japończyków do technologii jest bardzo specyficzny. Japońskie dzieci są geniuszami w operowaniu technologią, czego przykładem może być roczny chłopak, który rozbil samochód. Ale, jak mówi Yamazaki, młodzi Japończycy nie potrafią rozmawiać i wyrażać swoich opinii. Czują się lepiej sam na sam z komputerem niż z innymi ludźmi. Dlatego skłaniają się ku pewnemu rodzajowi postanimizmu. Traktują istoty żywe jak martwe przedmioty. Yamazaki opowiadał mi o modzie na zwierzęta domowe i o tym, że psy czy koty traktuje się jak zabawki mechaniczne. Kiedy się znużą, ładują na śmietniku. Choć Arnold Schwarzenegger i Sylvester Stalone są idolami wielu otaku to jednak ich wielbiciele nie palą się do ćwiczeń w siłowniach. Ciało postrzegane jest jako rodzaj robota, bardzo dobrze zaprogramowana maszyna, która niczym nie różni się od bohaterów komiksów, takich jak Gundam. Ów postanimizm jest być może odwróceniem tradycyjnego Shintoistycznego animizmu natury, wciąż obecnego we współczesnej kulturze japońskiej. Yamazaki podaje przykład fabryki, której pracownicy nadają swoim maszynom imiona: Monroe, Hanako lub Madonna. W tym prawdziwie męskim systemie najbardziej popularne są imiona żeńskie. „Japończycy są w pewnym sensie ludźmi-fetyszami. Nie odróżniają tego, co żywe, od tego co martwe. Fakt ten jest istotnym tłem zjawiska otaku. 'Dwuwymiarowy' kompleks jest rodzajem animizmu. Otaku traktują ludzi jak przedmioty, a przedmioty jak ludzi." Postrzeganie świata przez pryzmat ekranu i wydruków powoduje u dzieci otaku 'kompleks dwuwymiarowości' (2-D). Rzeczywistość dwuwymiarowa jest realniejsza. Obrazy plus fantazja dają hiper-rzeczywistość.

Komputery i wzory komunikacji

Z naszych dotychczasowych obserwacji otaku płynie wniosek, iż w najczystszej formie występuje jako otaku komputerów. Wracam więc do biura miesięcznika *Log In*, gdzie już wcześniej rozmawiałem z maniaczką gier Kushida Riko. Tym razem zamierzam spotkać się z Itoo Gabinem, współredaktorem pisma, a ostatnio także kuratorem i współtwórcą instalacji na wystawie *Tokyo hyper-real*. Jego zdjęcie regularnie pojawia się w *Log In*, dzięki czemu stał się bohaterem otaku gier komputerowych. Jednak przechodnie rzadko zaczepiają go na ulicy, mimo że wszyscy rozpoznają go zwłaszcza w Akihabara - dzielnicy Tokio - centrum elektronicznych rozrywek. Czytelnikami *Log In* są fani gier w wieku od 13

do 18 lat, a pismo sprzedaje się w 180 tysięcznym nakładzie. Można w nim znaleźć informacje głównie o grach na PC, o seriach manga i animacji, szczególnie tych bardziej mrocznych, jak na przykład *Gundam* czy *Godmars*.

Chcę poznać zawartość sieci komputerowej otaku. Itoo przygotowuje dla mnie listę niektórych tytułów: gry, manga, rorikon (kompleks Lolity - dziecięce porno jako gra komputerowa), muzyka (wymiana MIDI-danych kopii ścieżek dźwiękowych najnowszych gier arkadowych), wojny (broń powietrzna), wszystko, co tylko można sobie wyobrazić. Ale wśród otaku znajdują się i tacy, którzy nie są fanami komputerów. Sieć elektroniczna służy im jedynie za narzędzie umożliwiające spotkanie z podobnie myślącymi ludźmi bez konieczności kontaktu fizycznego i wychodzenia z domu. Przeważają jednak „zaawansowani” komputerowcy, którzy nierzadko są hackerami.

Sens technologii, tłumaczy Itoo, polega na tym, żeby jej używać nawet wtedy kiedy napotykamy zakazy. Hacker, który odwraca sposób zniszczenia danych, niszczy je. Nie zastanawia się nad sensem swojego działania. W podobny sposób, dla zabawy wprowadza wirusy. Techno-maniak włamuje się do kopii chroniącej nagrania, nie po to, żeby je zdobyć. To jest po prostu zabawa, nic więcej. Czy to, że potrafią oszukać system ochronny nie oznacza, że są naprawdę sprytni? 'Otaku' nie jest synonimem słowa 'twórca', choć jest wśród nich wiele twórczych osób. Zdaniem Itoo ich możliwości są nieograniczone. Technologia daje im poczucie mocy - przyciśnięcie guzika czyni panem świata. Otaku są awangardą medialnego świata, który jest dla nich czymś całkowicie naturalnym.

Otaku najczęściej unikają spotkań twarzą w twarz; komunikują się za pośrednictwem mediów. Strukturami wymiany informacji są przede wszystkim 'uwasa' (pogłoska), 'kuchi-komi' (komunikacja słowna, plotka), 'ofu-rekodo' (off record), przebicie, fikcjonalność, zabawa (telefoniczne prywatki i zabawy), rozproszenie „ja” w sieci, i ostatnia instancja - dyskunikacja. Ważny jest sam fakt mówienia, a nie treść. Charakterystyczną cechą otaku jest to, że mówią poza kontekstem. Żyją w symulakrum systemu autoreferencyjnego, który jest odporny na treść. Najważniejsza jest świadomość istnienia w mediach. Zasadniczo potrafią komunikować się tylko z tym samym typem otaku. Wymiana nie jest interaktywna, polega jedynie na prezentowaniu własnych informacji. Kategoryzują innych według upodobań do pewnych drobiazgów. Jeśli odkryją, że mają podobne gusta, wszystko jest dobrze, jeśli nie - nie mają o czym rozmawiać. Nie ma idei, która by ich łączyła.

Gdy piszę ten tekst, centrum otaku jest Nagoya. Całe dzielnice. Nagoya to nie-miejsce, martwe, nudne miasto, w którym nic się nie dzieje - można jedynie wejść w sieć.

16 tysięcy samych-ale-nie-samotnych ludzi w jednym miejscu

Po długich rozmowach opuszczamy biura redakcyjne i udajemy się do miejsca, gdzie nieśmiali i aspołeczni otaku mają rzadką okazję spotkać się: na 'komi-keto'. Są to targi niekomercyjnych komiksów, organizowane raz na dwa lata. Ostatnie (1990 roku) zgromadziły 16 tysięcy maniaków animacji z całego świata. Towarzyszyli im reprezentanci wszystkich możliwych gatunków otaku: idoli, techno, plastikowych modeli, mundurów itd., itd. Długie rzędy stołów ugięły się pod sternami magazynów mini-komi podtrzymujących komunikację w coraz bardziej zróżnicowanym i podzielonym na specjalizacje

świecie otaku. (Wszystkie magazyny mini-komi mają dział manga /komiks/.). Specjalną atrakcją targów były 'kosu-pure' (gry kostiumowe) – sceny z ulubionych telewizyjnych seriali rysunkowych.

Rynek komiksów jest ogromny. W 1988 roku całkowity nakład manga wyniósł 1 758 970 000 egzemplarzy. Niektóre, grubością przypominające książkę telefoniczną, można znaleźć w metrze, restauracjach i księgarniach. Najbardziej poczytne wznawiane są formie animacji telewizyjnych, gier wideo i książek. Jednym z pism o największym nakładzie jest *Shonen Jump* – 5 milionów egzemplarzy tygodniowo. Według Yamazaki pismo to, jest najbardziej charakterystyczne dla otaku – jest w nim dużo przemocy, mechaniki i fantazji.

Obok komercyjnych manga – w undergroundzie – można znaleźć manga rysowane przez otaku. Wydawane w niewielkim nakładzie są rozprowadzane na targach, pocztą lub w sklepach manga, takich jak Takaoka w Kanda czy Manga no Mori w Shinjuku. Księgarnia w Kanda jest kolejnym miejscem, gdzie w sobotnie popołudnia tłumy otaku w jeansach lub szkolnych mundurkach ponuro przepychają się pomiędzy półkami, spokojnie wertując komiksy i magazyny soft-pomo, pisma z gramy muzycznymi na CD – *Dragon Quest*, oglądają plastikowe figurki bohaterów komiksów, karty telefoniczne z nadrukiem idoli manga, plakaty i pluszowe zwierzątka. Wśród komiksów domowej roboty można tu znaleźć *Uncolored*, *Cupid*, *Hyperactive*, *Paf Paf*, *Blind Logic*, oraz, o bardzo długim tytule *Wing. That's Gret (sic!) It covers various kinds of Comics and Novels which makes you feel at home*.

W większości przypadków manga to hybrydy i mutacje gatunków komercyjnych. Charakteryzują się bezroskim 'plagiatyzmem' i nawet nie próbują być oryginalne. Jedynym prawdziwie 'oryginalnym' aspektem odróżniającym je od zwykłych komiksów jest to, że można w nich zobaczyć organy płciowe. W kraju, gdzie szaleje cenzura obyczajowa, obrazy przedstawiane w otaku manga są istną rewolucją.

Życie seksualne otaku reprezentują bohaterowie manga, animacji i gier komputerowych. Seks jest wyłącznie doświadczeniem medialnym. Nie mają kochanków – co często wynika ze strachu. Dwuwymiarowa przestrzeń daje im poczucie bezpieczeństwa. W tym znaczeniu chłopak z filmu Stevena Soderbergha *Seks, kłamstwa i kasety wideo* jest zachodnim odpowiednikiem postseksualnego otaku. Yamazaki wyjaśnia to w inny sposób: seks dwuwymiarowy jest reakcją na społeczną presję „bycia prawdziwym mężczyzną”. Chłopcy buntują się przeciwko narzucanej im roli. Nie chcą być agresywni. To prawda, że w komiksach jest wiele przemocy: sado-macho, biczowanie i upokorzenie. Ale w prawdziwym świecie nie potrafiliby tego zrobić – są zbyt nieśmiali.

W pomo manga najczęściej występują dzieci. W tym kontekście często pojawia się termin 'rorikon'. Ten niezwykle tajemniczy anagram można rozszyfrować tylko z pomocą naszej wierniej encyklopedii nowoczesnych terminów, w której czytamy:

„źródłem powstania nazwy rorikon (kompleks Lolity) jest powieść Władimira Nabokowa. Rorikon oznacza dziwny, seksualny pociąg do nastoletnich dziewcząt. Pociąg ten nasza encyklopedia uznaje za podstawową cechę otaku: „Otaku określa się także mianem yaot-zoku (pokolenie wielbicieli młodych dziewcząt).

Sądzę, że powyższe stwierdzenie jest nieprawdziwe. Identyfikowanie otaku z „kompleksem Lolity”,

oznaczałoby zignorowanie całego bogactwa innych, dziwacznych form ekspresji otaku, których przykłady znajdziemy między innymi w *In. Spite of ...you know it, Lemon Impulse, Submarine, Juggs, Samson* adresowanych do fanów hermafrodyt o wielkich biustach i tuściochów (ideał seksu, który w tym świecie jest odpowiednikiem Lolity to podstarzały wojownik sumo). Trudno sobie wyobrazić jakie uczucia wzbudzają te pisma pomo u piętnastoletniego otaku. Być może reprezentują one czysty, abstrakcyjny seks, symulację stymulacji?

Skoro omówiliśmy już seks i rock'n'roll, chcielibyście pewnie dowiedzieć się czegoś o narkotykach. Odpowiedź brzmi: żadnych narkotyków. Otaku są anty-somatycy. Ich jedynym narkotykiem jest informacja, a tę najchętniej braliby dożyłnie.

Komiksy w sposób pośredni i bezpośredni wpływają na wiele dziedzin japońskiej kultury, poczynając od reklam a kończąc na sklepach z rupieciami, w których można kupić wszystko, co ma związek z ulubionym bohaterem. Nawet idole muzyki pop kształtowani są przez bohaterów komiksów. Otaku idoli mają własne spotkania i imprezy. Ich idole to głównie piosenkarze, ale także 'puro-res' (zawodowi wrestlingowcy), jak na przykład Cutie Suzuki (21) i Dirty Yamato (20). Te żywe mieszkanki manga walczą i rorikonu nazywa się 'walczące lalki'. Na ogół są to młode, ładne dziewczęta kreowane przez mass media na gwiazdy.

Ponieważ encyklopedia *The Basic Knowledge 1990* pomija milczeniem zjawisko idoli, musimy odwołać się do czasopisma *Store of Wisdom*, w którym pod hasłem 'aidoru-shisutemu' (system idola) czytamy:

„To, co w latach 80. nazywamy systemem idola to fikcyjna gra, w której nadawca i odbiorca stają się jednym. W odróżnieniu od poprzedniej ery, którą nazywano systemem gwiazdy (staa-shisutemu) lub charyzmy, lata 80. charakteryzuje nowy rodzaj idoli, takich jak Kondo Masabiko i Matsuda Seiko, który determinuje symulacja, i co za tym idzie zatarcie różnicy pomiędzy realnością i fikcją.”

Matsuda Seiko reprezentuje nowy typ idola nazywany 'burikko'. Wyraz ten składa się ze słowa 'buri' (grać, udawać) i końcówki 'ko', która znaczy ładny. W wolnym tłumaczeniu znaczy to 'słodki mały udawacz', lub – bardziej sarkastycznie – 'pieprzony mały kłamczuch'. Mianem burikko określa się niezwykle atrakcyjne piosenkarki udające słodkie idiotki: szeroko otwarte, wielkie oczy i koronki. Przypominają bohaterki manga. Z pozoru bezradne, w rzeczywistości są niegłupie i rządzą żelazną pięścią. Matsuda Seiko urodziła się jako burikko. Miała zęza i wystające zęby. Wzbudzała nienawiść starszych kobiet i szaleństwo dzieciaków, ponieważ jej udawana głupota obrażała kobiety. Ideał burikko został, co oczywiste, natychmiast przejęty przez manga i animację.

Otaku idoli zbierają artefakty i informacje na temat nie jednego, ale dziesięciu lub setki idoli. Najczęściej nie są to wielkie gwiazdy jak Matsuda, ale reprezentanci klasy „B”. Otaku idoli śledzą wszystkie poczynania swoich bohaterów, zbierają ich nagrania, pocztówki, T-shirty i inne paraferalia. Ale nie byłoby otaku, gdyby zadowolili się jedynie gotowymi wyrobami przemysłowymi. Dzieli się oni na dwie sub-kategorie: otaku wideo i otaku fotografii. Otaku wideo oglądają wszystkie programy TV, na

których pojawia się ich idol, nagrywają je, a potem montują, zostawiając najlepsze fragmenty. Otaku fotografii wybrali trudniejszą drogę. Ich idole regularnie biorą udział w promocjach na mini koncertach, w takich miejscach jak dach wielobranżowego supermarketu, a w lecie na basenie kąpielowym. Ze względu na zakaz robienia nieautoryzowanych zdjęć, otaku wślizgują się na koncerty z aparatami fotograficznymi rozłożonymi na części, które składają po wejściu do środka. Ponieważ ochrona sprawdzi także wychodzących, porzucają swoje drogie aparaty z wielkimi teleskopami zabierając ze sobą tylko kliszę. Trzy godziny później sprzedają zdjęcia na ulicach Harajuki. Najwyższą cenę osiągają te, na których spod podwianej wiatrem sukienki widać bieliznę.

Jeśli sądzicie, że już sam hybrydyczny system adoracji i adoratorów można nazwać hiper-realnym, to znaczy, że nie słyszeliście jeszcze o wirtualnej idolce Haga Yui (to nie imię tylko słowo oznaczające 'ziarytowany, niecierpliwy, zdenerwowany', a dosłownie 'ból zęba'). Haga Yui jest wirtualna. Jest fantomem składającym się z kilku dziewcząt, które użyczyły jej swojego ciała i głosu. Na koncertach ma zakrytą twarz i śpiewa z play-backu. Jest zmontowana w podobny sposób jak kukielki w bunraku. Na niedawnej promocji jej albumu fotograficznego autografy rozdawały trzy dziewczyny. Ustawiono się w kolejce przed jedną z nich – tą, która wydawała się 'najbardziej realną' Haga. Wystawa jej 'oryginalnych' prac, zaplanowana na listopad, została przesunięta. Ale krążyła pogłoska, że obrazy malowało kilku znanych artystów. Wystawa będzie nosić tytuł: *Czy tajemnicza idolka marzy o owcy z ludzką twarzą?* (Jest to oczywiście złośliwy hold złożony Philipowi K. Dicksonowi, autorowi książki *Czy androidy marzą o elektrycznej owcy?*, w oparciu o którą Ridley Scott zrobił film *Blade Runner*.)

Postawiona na początku teza, iż otaku prowadzą nieustanną grę na granicy tego co ożywione i nieożywione, zdaje się potwierdzać. 'Android', słowo lekko przestarzałe, pasuje zarówno do idoli Haga Yui jak i do otaku. Wyglądają jak ludzie, ale nimi nie są, bawią się faktoidami – czymś, co wygląda jak fakt, ale nim nie jest. Haga Yui wodzi swoich wielbicieli za nos.

Podstawowym forum otaku techno jest pismo *Radio Life* – magazyn dla radiowców amatorów, ale nie tylko. Czytelników magazynu nazywa się 'action bander', co dobrze oddaje ich wytworowy potencjał. *Radio Life* zdominowane jest przez informacje o elektronice. Na podstawie artykułów zamieszczanych w piśmie otaku technologicznie konstruuje własne urządzenia – na przykład mały detektor dla motocyklistów, który, przymocowany do kasku, wydaje ostrzegawcze dźwięki w pobliżu radaru. W *Radio Life* są też instrukcje łamania kodów (ochraniających naszytą z wypożyczalni wideo), artykuły na temat przetwarzania informacji nadawanych drogą satelitarną, etc. Przy okazji wspomnę o grupie Chukakuha (middle core faction), która – co ostatnio odkryto – przygotowała na dachach wokół pałacu cesarskiego stację nadawczą zakłócającą relację z ceremonii koronacji.

Raz w roku magazyn wychodzi jako hard-core *Underground RL*. W jego ostatnim numerze opublikowano instrukcję zapalnika do każdego rodzaju bomby, zaprezentowano modele granatów ręcznych (np. model oryginalny niemiecki WW2, klasyczny amerykański MK2, którego można użyć jako 'joisticka'), opisano montaż broni ogłuszającej zrobionej z kondensatora jakiegokolwiek aparatu fotograficznego (można nią razić sąsiada otaku napięciem 35.000 – 80.000 vat) oraz podano sposób na złamanie ochrony kopii DAT (paskudny mały kompromis między muzyką a przemysłem komputerowym,

który pozwala na stworzenie tylko jednej dygitalnej kopii każdej płyty CD – przykład pomysłu technologicznego, który sam prosi się o hackerów).

Czytelnikami *Radio Life* są także otaku militariów i otaku policji. Są to dziewczyny noszące oryginalne policyjne mundury i chłopcy jeżdżący 'prawdziwymi w 99,9%' policyjnymi samochodami. W reklamach *Radio Life* pojawiają się informacje o tym, gdzie można dostać syreny, radia policyjne, kaski, odznaki oraz inne, drobniejsze akcesoria poczynając od oryginalnych gwizdków a na szpilce do kołnierzyka kończąc. Można kupić wszystko za wyjątkiem broni. Akcesoria są autentyczne i identyczne z tym, czego używa prawdziwe wojsko i policja. Kiedy nie sposób odróżnić tego, co rzeczywiste od tego co nierzeczywiste, to co rzeczywiste staje się fetyszem.

Informacyjna zbrodnia

Jeśli ktoś próbuje ograniczać korzystanie z istniejącej technologii, np. uniemożliwiając robienie kopii czy kodując sygnały, sam prosi się o hackerstwo. Otaku lubią wykorzystywać technologię nie tylko do dozwolonych celów. Ale zasadniczo kieruje nimi pusta, bezideowa radość, jaką daje im technologia i informacja. W tym sensie nie istnieje żadna znacząca różnica pomiędzy otaku gier a radio-hackerami, maniakami idoli i podrabiaczami kart magnetycznych. Struktura jest taka sama. Sieć technicznych szczegółów jest sprawą zasadniczą dla każdego otaku, niezależnie od tego, czy dotyczą one aparatów fotograficznych, wozów policyjnych, statków kosmicznych czy 'artystycznej tandety'. Wiedza jest potrzebna do komunikowania się. Informacja jest podstawą stylu życia otaku.

Otaku są mało wrażliwi na ideologie. O wiele ważniejsze – na poziomie informacji – mogą być dla nich na przykład konsekwencje zamiany małej litery na dużą. Wojna i seks, masowe mordy, sado-masochistyczny gwałt są wszechobecne w grach, filmach i komiksach. Niektórzy otaku nie potrafią już odróżnić świata wirtualnego, w którym nikt nie umiera – bo jest fantomem – od świata prawdziwego. Itōo Gabin (z *Log In*) opowiedział mi historię faceta, który żył tylko w świecie komputerów. Pewnego dnia na peronie metra zobaczył jakiegoś człowieka i bez żadnego powodu pchnął go pod nadjeżdżający pociąg. To proste – mówi Itōo – on po prostu zapomniał o śmierci.

W lipcu 1989 roku Miyazaki Tsutomu (27) został zatrzymany jako podejrzany o uprowadzenie i zamordowanie czterech dziewczyn w wieku od czterech do siedmiu lat i o próbę molestowania innej dziewczynki. W jego pokoju w Tokio znaleziono stosy manga i zbiór sześciu tysięcy kopii filmów wideo. Wśród nich były horrory i filmy porno. Miyazaki żył w izolacji. Był nieśmiały zwłaszcza wobec kobiet. Pracował jako asystent w sklepie, pasjonował się filmami wideo i komiksami, które zresztą też rysował – typowy otaku.

Podejrzewano, że Miyazaki odgrywał na żywo sceny z horrorów, np. scenę w której mężczyzna łączy kobietę na kawałki a potem bawi się pociętymi zwłokami. Ale teza ta nie znalazła potwierdzenia. Miyazaki przyznał się do zabójstw na pierwszej rozprawie 30 marca 1990 roku, ale zaprzeczył jakoby jego zbrodnie miały jakikolwiek związek z namiętnościami wideo. Wyznał tylko, że filmował dwie ze swoich ofiar po to, by móc je później obejrzeć. Powiedział także, że popełniał zbrodnie nie będąc tego do

końca świadomym, jakby we śnie.

Obrońca próbował udowodnić emocjonalną niedojrzałość podejrzanego wskazując na jego trudności w samoidentyfikacji. „On nie rozumie, co to jest życie i śmierć. Jego wewnętrznym pragnieniem jest powrót do łona matki” – mówił. Argumentował, iż źródłem zbrodni jest chore społeczeństwo, którego audiowizualna kultura taśm wideo i telewizji, rodzi brak poczucia rzeczywistości i izolację jednostki. Test psychiatryczny wykazał, że Miyazaki ma słabą samokontrolę i cierpi na niedorozwój emocjonalny, niemniej jest osobą w pełni władzy umysłowej.

Proces wywołał publiczną dyskusję, której ton nadawała krytyka kultury mass medialnej.

„Wszyscy jesteście Miyazaki” – grzmiano. Ale zdaniem Yamazaki jest to wniosek zbyt pochopny:

„Chcemy go zrozumieć wiedząc, że go nie rozumiemy. Każdy zastanawia się dlaczego on to zrobił. Ale powinniśmy raczej zadać sobie pytanie dlaczego my tego nie robimy. Wielu otaku żyje podobnie jak Miyazaki, ale nie sądzę, żeby potrafili zabić. Biografia Miyazaki niczym specjalnym się nie wyróżnia. Nie potrafił nawiązać kontaktu z kobietami, ale przecież to nie jest nic niezwykłego. Twierdzono, że żyje w świecie fantazji, ale być może my wszyscy żyjemy w urojonym świecie. Nie wydaje mi się, żeby Miyazaki był szalony, ponieważ potrafię go w pewnym stopniu zrozumieć. I dlatego się boję.”

Postmodernistyczni ludzie

Przypadek Miyazaki był z pewnością ciosem wymierzonym w i tak niezbyt dobrą reputację otaku. „No widzisz, nigdy nie ufaliśmy tym młodym ludziom. Teraz już wiadomo do czego są zdolni.” Z drugiej strony poszerzył się zakres znaczenia samego słowa otaku. Jeśli na początku oznaczało ono pewną szczególną i mało popularną postawę życiową, to na początku lat 90. zaczęło oznaczać coś w rodzaju powszechnej mani. W rezultacie możemy dziś wymiennie stosować słowo ‘maniak’ i ‘otaku’ np. motocykli, stereo, golfa czy muzyki. Jednocześnie słowo ‘maniak’ straciło swoje pozytywne konotacje: ktoś otwartego na komunikację i mającego wiele zainteresowań. I w końcu ostatnia, ale nie najmniej ważna zmiana: otaku – słowo używane niegdyś tylko w odniesieniu do innych, zaczyna być nazwą własną. Wszyscy jesteśmy otaku. Wszyscy jesteśmy Miyazaki.

Pojawienie się przymiotnikowej formy ‘otakki’ (otacky) wskazuje na inny trend. Etymologię tego słowa Yamazaki wywodzi od ‘teki’, co pochodzi od wcześniej używanej nazwy ‘dzieciaki technologii’.

W *The Basic Knowledge* z 1990 roku czytamy:

„Ponieważ za sprawą Miyazaki słowo ‘otaku’ straciło swoje pierwotne znaczenie, wynaleziono słowo ‘otakki’, które nawiązuje do niego, a także do najnowszych zmian określających to zjawisko. Otaku przeszło transformację, jego przedstawiciele noszą drogie, eleganckie ubrania w stylu Yuppy. Próbują zmienić swój wizerunek z ciemnego na jasny.”

The Basic Knowledge jest jedynym źródłem, które dosiřega yuppy-fiksację otaku. Niemniej, w po-



wszechnym odczuciu otaku nabiera pozytywnego znaczenia. Oczywiście, podaje się różne powody tej zmiany. Niektórzy twierdzą, iż społeczeństwo uświadomiło sobie potrzebę otaku. Dzięki technicznej fantazji i wiedzy są cenionymi i poszukiwanymi pracownikami. Ostatecznie pokolenie otaku znakomicie wpasowało się w japoński kapitalizm. Można to też ująć odwrotnie: po raz kolejny potwierdziła się zasada, że underground jest znakomitą poletką doświadczalnym systemu kapitalistycznego. Hackerzy wyrastają ze stylu życia otaku, stają się profesjonalistami, i w końcu zakładają rodziny. Niektórzy krytycy próbują przedstawić alternatywne znaczenie otaku. Według nich jest to styl egzystencji w postmodernistycznym społeczeństwie – pozytywna ale pozbawiona głębszego sensu asymilacja z mediami. Tsuzuki twierdzi:

„Otaku to rodzaj zaangażowania, undergroundowy sposób zmieniania poglądu na świat. Samo konsumowanie nie satysfakcjonuje otaku. Oni chcą zmieniać życie i programy. Są bardzo zaangażowani. Przemysł idoli chce konsumentów, a otaku spełnia z nawiązką to życzenie. Co prawda ja sam nie jestem zwolennikiem tezy o klasycznej konfrontacji pokoleń, ale muszę przyznać, że otaku posiadają umiejętność alternatywnego spojrzenia.”

Opinia Yamazaki jest bardziej ambiwalentna. Jego zdaniem są oni zarówno niedocenieni jak i przeceńniani. W pewnym sensie są typowymi Japończykami.

„To nie są outsiderzy-wyrzutki ale outsiderzy na pół etatu. Zastanawiam się, czy otaku stworzą nową kulturę. Jest to rodzaj eksperymentu, ale wydaje mi się, że tylko otaku mogą to zrobić. Czy mają w sobie wyrotowy potencjał? Mam nadzieję, że tak. Mam nadzieję, że staną się prawdziwymi shinjinri, nowym rodzajem Japończyków, ludźmi postmodernizmu.”

Na koniec kilka pytań: czy można żyć poza samym sobą i jednocześnie być normalnym, być rozproszonym w cyberprzestrzeni a mimo to mieć poczucie wartości życia? Czy w postmodernistycznych mediach może pojawić się element wyrotowy? Niestety, adresat naszych pytań nie odpowiada. Centrum komunikacji samo się nie komunikuje, jest ślepym zaułkiem. Pytany o definicję, samozwańczy otaku odpowiada: „Pytanie: kim jest otaku? jest jak pytanie: co to jest satori? Nie można na nie odpowiedzieć, ponieważ właściwością satori jest to, iż nie można go opisać.” I kiedy ta sentencja dźwięczy w ciszy, która zwykle nastaje po wzmiance o tym, co nienazywalne, autor cichutko wymyka się z tego artykułu...

Tłumaczenie: Beata Maciejewska

ZA: Norbert Bole, Friedrich A. Kittler, Christoph Tholen (red.),

Computer als Medium, Fink Verlag, Monachium 1993

Internet: www.is-in-berlin.de/@grass/Texts/otaku.d.html