

Манга кафе као алтернативни вид библиотечке праксе

Ана Дошен
Универзитет Сингидунум
Факултет за медије и комуникације, Београд
ORCID 0000-0002-6831-4749
ana.dosen@fmk.edu.rs

Сажетак

Први манга кафе основан је у Јапану крајем седамдесетих година 20. века. Оригинални концепт малог библиотечког фонда у кафићу којим би се посетилац задржао дуже од испијања једног пића развијан је током неколико деценија, а данас широм земље има их више хиљада, укључујући и оних са двадесетчетворочасовним радним временом. Циљ овог рада је да укаже на значај ових алтернативних библиотечких простора који додатно популаришу читалачке праксе. Феномен манга кафеа сагледава се из културолошке перспективе специјализованог јавног места које, поред функције читаонице, пружа и потенцијално уточиште онима који су ван токова социјалне сигурности.

Кључне речи: манга, манга кафе, Јапан, школска библиотека, јавна библиотека, читање, *kashihonya*

Увод

Изразите читалачке навике Јапанаца уочљиве су и мање перцептивним туристима – чита се у јавном превозу, у редовима за чекање за улазак у ресторане или установе културе, у парковима или књижарама.¹ Са популацијом од готово 124 милиона становника, Јапан има нешто више од 42 хиљаде библиотека различитог типа – националних, јавних, школских, академских и специјализованих, а број њихових активних чланова износи 29% од свеукупног становништва.² Иако повремене вести о тренду затварања књижара широм земље због веће исплативости онлајн пословања³, као и смањењу броја деце читалаца и дужине дневног читања у тој старосној групи⁴, могу навести на погрешан закључак да је у Јапану читање у „кризи“, комерцијални резултати манга тржишта такво становиште негирају. Према *Јапанској асоцијацији издавача и уредника часописа и књија* и *Институту за истраживање публикација*, из године у годину са растом од 2,5%, домен манга продукције остварује све већи успех који се изражава у вредности од 693,7 милијарди јена и 43,5% у укупном уделу публикација.⁵ Кјото међународни

¹ О развоју јапанске читалачке културе и импресивним бројкама тржишта у пољу издаваштва видети: Данијела Васић, „Развој писмености и културе читања у Јапану“, *Читалиште: научни часопис за теорију и праксу библиотекарства* број 41 (новембар 2022): 45–61. doi: 10.19090/cit.2022.41.45-61.

² Francis A. Alix, "The History and Current Challenges of Libraries in Japan", *SLIS Connecting* Vol. 10: Iss. 1, Article 9 (2021), doi: 10.18785/slisc.1001.09, available at: <https://aquila.usm.edu/sliscconnecting/vol10/iss1/9>.

³ Поред тога у Цукоби 2022. године отворена је књижара *Coach&Four*, једна од највећих у земљи, са преко пола милиона доступних наслова.

⁴ Yuko Shimada, "Around half of children surveyed in Japan read no books at all", *Mainichi*, 21 October 2023, Accessed 21 August 2024. <https://mainichi.jp/english/articles/20231021/p2a/00m/0na/010000c#:~:text=The%20results%20showed%20that%20children,%22zero%20minutes%22%20per%20day>.

⁵ Nippon.com, "Japan Comic Sales Reach Record High of ¥693 Billion in 2023", 1 April 2024, Accessed 26 August 2024, <https://www.nippon.com/en/japan-data/h01940/>.

манга музеј (京都国際マンガミュージアム, *Kyōto Kokusai Manga Myūjiamu*), отворен 2006. године, поред сталне поставке и специјалних изложби, нуди и манга зид са више десетина хиљада наслова доступних за читање свим заинтересованим корисницима. Интересантан је податак о разлици у понашању и очекивањима домаћих и страних посетилаца музеја – већина оних који долазе са Запада је усмерена на изложбе са идејом да ће научити нешто о мангама, док је фокус Јапанаца на разгледању и претраживању полица, чиме се музеј једним делом приближава моделу библиотеке.⁶ Треба узети у обзир да 20% страних посетилаца музеја од укупно 300 хиљада годишње сасвим сигурно није у прилици да чита доступне манге због непознавања језика.

Поред формираних свих типова библиотека, манга кафеи (漫画喫茶, *mangakissa*) су интересантан јапански феномен који додатно промовише културу читања и шири интересовање за медиј стрипа. Циљ овог рада је да се укаже на значај таквог специјализованог типа кафеа, који се може разумети као алтернативни библиотечки простор где се изнајмљено дело не износи ван, већ активно чита у оквиру објекта. Додатни фокус је и на објашњењу како је у карактеристичним друштвено-економским околностима, примарна функција читаонице овог јавног простора временом довела до тога да се манга кафе конфигурише и као прибежиште за појединце који су ван токова социјалне сигурности.

Манга кафе – уточиште и ескапистички простор забаве и новог вида социјализације

Од првог манга кафеа отвореног у Нагоји 1979. године, са идејом да се посетиоцима у кафићу омогући и „библиотечки манга фонд“ како би се задржали дуже од времена неопходног за испијање једног пића, током неколико деценија овај првобитан концепт се додатно развијао и еволуирао.⁷ Модел манга кафеа се може разумети у извесном смислу као наставак „књижара за изнајмљивање“ (貸本屋, *kashihonya*)⁸ које су биле посебно популарне након Другог светског рата. Иако су корисници ових књижара били свих старосних доба, манге за децу су доминирале у популарности, јер су дечја одељења у јавним библиотекама тог доба била ретка.⁹

Николас Будон (Nicolas Beudon) указује на предност манга кафеа у односу на библиотеку – непотпуне манга серије у библиотекама извор су бескрајне „фрустрације читалаца“¹⁰. Чак и када није реч о наслову који је на позајмици, библиотекари се у набавци често одлучују само за неколико бројева дуге серије или генерално инклинирају краћим серијалима. Брзина читања манги ближа је оној која се односи на дневну штампу (а не књигу), па сходно томе логика праћења актуелних издања (често у сарадњи са издавачима постоји могућност „читања унапред“) и читања на лицу места уместо позајмљивања, намеће манга кафе као ефикаснију платформу од библиотеке. Будон не сматра манга кафе нужно директним конкурентом библиотека „чији су циљеви много шири и енциклопедијски“, већ их тумачи у кључу бољег разумевања специфичности манга формата као медија у протоку који мобилише трансмедијалну машту и који је укоренен у креативним заједницама.¹¹ Поред вишедеценијске популарности

⁶ Jaqueline Berndt, „Manga x Museum in Contemporary Japan“, in *Manhwa, Manga, Manhwa: East Asian Comics Studies*, ed. Jaqueline Berndt (Leipzig: Leipzig University Press, 2012), 141.

⁷ „Manga Cafes: From Reading Spot to Relaxation Space“, *The Japan Forum Newsletter* No. 33, June 2004.

⁸ Пракса изнајмљивања књига и часописа због високе цене у Јапану је позната још од 17. века.

⁹ Yasuyo Inoue, „Manga as a study aid at school libraries“ (World Library and Information Congress: 77th IFLA General Conference and Assembly, San Juan, Puerto Rico, 13–18 August 2011), 3.

¹⁰ Nicolas Beudon, „Les ‘cafés mangas’: Une concurrence riche d’enseignements“, *Bulletin des Bibliothèques de France* 57 (4) (2012): 56.

¹¹ Ibid.: 58.

манги, још увек је готово половина школских библиотека без ових колекција, те се манга кафеи успостављају као пријемчиви и адекватни простори за тинејџере.¹² Осим буџетских ограничења, школске библиотеке су под притиском строжије селекције искључиво „примереног“ и „одговарајућег“ садржаја, а „едукативне“ манге нису једино што буди заинтересованост ове старосне групације.

Крајем деведесетих година 20. века било је отворено више стотина манга кафеа широм земље, са колекцијама од по пет до петнаест хиљада наслова. За разумевање овог типа кафеа неопходно је осврнути се на *оџаку* заједницу као значајног чиниоца у уобличавању и афирмацији тог културолошког феномена. Припадник *оџаку* културе јесте појединац који има изразито интересовање за манге, аниме, видео-игре и компјутерске технологије. У широј употреби од осамдесетих година 20. века, термин *оџаку* у извесној мери означава аутсајдерску позицију у односу на стандардне друштвене интеракције оних који се окупљају на интернет мрежи или специјализованим конвенцијама на основу афинитета и ентузијазма за наведене производе попкултуре. Успостављање нових облика интерперсоналне комуникације, утемељене у пасији за и критичком односу према поменутих дериватима супкултуре, генерисало је и популаризацију иновативних простора попут манга кафеа. Изразите конзумеристичке праксе *оџаку* заједнице не ограничавају се искључиво на домен усамљеничког колекционарства, већ стварају и урбане амбијенте у којима се такви појединци осећају прихваћено. Адекватан пример јесте токијски Акихабара квартал, комерцијални центар електричне и електронске опреме у послератном периоду, који је деведесетих година прошлог века постао значајно место *оџаку* културе, где је поред продаје артикала из домена аниме, манга и видео-игара, било могуће учествовати у *косплеју* или опуштати се у манга кафеима. Символички прелаз из виртуелног света (специјализованих форума и платформи) у реални у којем би се уживало у фикцији, додатно је утицао на учвршћивање осећаја припадности *оџаку* заједници.¹³

Развијајући идеју о новој категорији простора у мегалополисима Источне Азије, посебно Јапана, Хорхе Алмазан Кабаљеро (Jorge Almazán Caballero) и Јошихару Цукамото (Yoshiharu Tsukamoto) предлажу термин „простор дивидуалног“ који подразумева архитектурални спој комерцијалног и приватног.¹⁴ У контексту ова два домена, трансформација јавног простора је омогућила мрежу места која су постала интегрална у свакодневном животу грађана – манга кафеи, караоке, љубавни хотели, *kenko land* (земља благостања/здравља)¹⁵. Ослањајући се на поделу на три простора (први – дом, други – посао, трећи – јавни где се индивидуа осећа припадником заједнице) и идеју фрагментисаног урбаног живота због скупљених услова становања, аутори места дивидуалног дефинишу као „комерцијалне објекте који омогућавају тренутан приступ јавности у несупервизован и потпуно опремљен лични простор, наплаћујући кориснику ниску цену у кратким временским интервалима“¹⁶. Реч је о локацијама за које није неопходна резервација и која особље не надгледа и контролише видљиво, већ где је појединац непосредно праћен као „узорак и податак“ у делезовском кључу атомизованог друштва.

¹² Inoue, “Manga as a study aid at school libraries”, 7.

¹³ Fan Jichen, “Construction and Production of Urban Otaku Cultural Spaces – The Case of Akihabara Japan”, *Journal of Sociology and Ethnology* 6 (3) (2024): 85, doi: 10.23977/jsoc.2024.060313.

¹⁴ Jorge Almazán Caballero and Yoshiharu Tsukamoto, “Tokyo Public Space Networks at the Intersection of the commercial and Domestic Realms Study on Dividual Space”, *Journal of Asian Architecture and Building Engineering* 5 (2) (2006): 301, doi: 10.3130/jaabe.5.301.

¹⁵ Поред традиционалних јавних купатила са термалним изворима (温泉, *onsen*) и сауна (銭湯, *sentō*), настају и огромни центри за релаксацију и забаву. *Kenko Land* установе нуде двадесетчетворочасовну услугу и поред купаоница и сауна, могуће је преноћити у капсула собама или користити просторије за читање манги, *тејминг* и сурфовање интернетом.

¹⁶ Almazán Caballero & Tsukamoto, “Tokyo Public Space Networks at the Intersection of the commercial and Domestic Realms Study on Dividual Space”: 302.

Манга кафе са издвојеним сепареима, боксовима и собама пружа приватност у домену јавног окружења, чиме је могуће избећи интеракцију са другима, уколико је нежељена. На тај начин дихотомија јавно-приватно постаје суштински неодржива, јер се оваквом хибридном концепцијом и сама идеја колектива/колективног дестабилизује. Отуда се и корисник манга кафеа може тумачити не само као фигура савременог номада, већ индивидуе којој није својствена целовитост и јединство. У оваквој лиминалној зони приватног комфора у јавности, корисник је ослобођен разликовања у контексту друштвеног статуса (или класе), јер се окупљање анонимних заснива на афинитету и препуштању доколици. Поред тога, у овом простору, редуктивност архитектуралног решења које се огледа у задовољењу најосновнијих потреба и једноставности дизајна ентеријера надомешћује се обиљем садржаја који је у понуди. Упркос скромном квалитету објекта, комерцијални успех овог дивидуалног простора заснива се на мноштву и слободи избора који се пружају кориснику.¹⁷

У новом миленијуму број манга кафеа прешао је две хиљаде, а фондови доступних примерака превазилазе више десетина хиљада. Регистрација је обично неопходна уз лични документ, а ценовник варира у односу на тип услуге за коју се посетилац одлучи. Бројни кафеи су лоцирани у близини железничких и метро станица, како би они који закасне на последњи воз, уместо на улици, могли да дочекају јутро читајући манге или сурфујући интернетом.¹⁸ У многим интернет кафеима (ネットカフェ, *netto kafe*) манге су такође доступне и због тога се често ове две врсте кафеа узимају као синонимне. Ентеријер манга кафеа такође је временом мењан и није униформно дизајниран – од карактеристичног кафића, преко просторија са великим столовима типичних за читаонице, до засебних кабина/сепареа. Са двадесетчетворочасовним радним временом, они данас нуде и могућност преноћишта, а управо овакав тип простора често је боравиште радника млађе популације који на овом месту проналазе уточиште, односно кров над главом. Услуга која се пружа наплаћује се према временској одредници – иницијалних пола сата износи од 150 до 400 јена, а додатни минути такође имају извесну тарифу. Пакети који укључују вишесатни боравак су јефтинији и тако је, у зависности од локала, могуће платити до 3500 јена за дванесточасовни боравак. Поред услуга читања на лицу места, манга кафеи нуде и могућности играња видео-игара, бесплатне сокове и чајеве, а у појединим су доступни татамији и кабине за туширање. Осим атрактивности локалном становништу, манга кафеи фигурирају и као туристичка атракција Јапана, преваходно у последњој деценији, са процватом *јуџијуб* влогера који публици презентују властито искуство посете.

Тренд манга кафеа превазишао је границе Јапана, а овакви простори су отворани и у Источној Азији, Северној Америци и широм Европе. Ипак, концепти манга кафеа ван Јапана варирају и прилагођени су логици одрживости и исплативости у односу на локалну културу. У Београду је 2021. године отворен аниме кафе *Панда* који више одговара форми класичног кафеа са тематским одређењем. У овом простору се организују и различити догађаји који промовишу јапанску поп културу, али број доступних манга наслова од неколико десетина је изузетно скроман. Имајући у виду процват манга издаваштва у Србији у последње две године, не би било изненађујуће да ће овај кафе увећати колекцију и додатно се приближити јапанском концепту.

¹⁷ Ibid.: 307.

¹⁸ „Избеглице (интернет/манга) кафеа“ јесте јапански постмиленијумски феномен који се односи на нови вид бескућништва. Припаднике ове друштвене групе не треба схватати искључиво као оне који живе на улици, већ као оне који не могу да приуште ренте социјалних станова/соба, док су у процесу тражења (новог) посла. Неизвесна новчана ситуација, узрокована тржиштем рада и другачијом перспективом нових генерација којима устаљени модел доживотног рада у истој компанији није прихватљив, упућује ове људе на привремени смештај у кафеима. Послови без пуног радног времена пружају знатно више слободног времена, али и диктирају услове живота где се овакви кафеи успостављају као одговарајући смештај.

Закључак

Јапански концепт манга кафеа нуди мултифункционалан простор са примарном идејом афирмације читалачких навика, насупрот претежно конвенционалном моделу библиотека, чија су структурална допуна и креативна алтернатива. У поређењу са библиотекама, манга кафе омогућава корисницима приступ актуелним насловима и дугим серијалима који често нису доступни у традиционалним библиотечким фондовима. Поред тога, развој манга кафеа је уско повезан са феноменом *отаку* културе, која је допринела популарности таквих места, посебно у урбаним срединама. Као својеврсна читаоница и комерцијални простор, успева да комбинује јавну и приватну функцију, чиме омогућава својим корисницима нове облике социјализације, али и приватности.

На тај начин овај феномен поприма и супкултурне димензије, што га чини вишеструко атрактивним и изван класичног библиотечног домена, са потенцијалом да генерише још један јавни простор у којем се читалачка пракса не изједначава искључиво са солитарном активношћу. Истовремено, манга кафе јесте ескапистички простор, у којем се људи могу изоловати од друштвених притисака и уживати у читању и другим активностима без ометања. За многе појединце који су у несигурној социјалној ситуацији, као што су млади радници и особе без сталног места становања, он пружа важну функцију привременог смештаја. Иновативни модели социјализације и личног простора настали на оваквим локацијама, чине их привлачним како за љубитеље манге, тако и за ширу популацију која тражи алтернативне просторе за релаксацију. Упркос својим комерцијалним аспектима, манга кафе има културолошку вредност и представља витални сегмент популарне културе, посебно у Јапану, али и у другим деловима света где је овај концепт проширен и прилагођен локалном контексту.

Литература и извори:

1. Alix, Francis A. "The History and Current Challenges of Libraries in Japan". *SLIS Connecting* Vol. 10: Iss. 1, Article 9 (2021). doi: 10.18785/slis.1001.09 Available at <https://aquila.usm.edu/slisconnecting/vol10/iss1/9>.
2. Almazán Caballero, Jorge & Yoshiharu Tsukamoto. "Tokyo Public Space Networks at the Intersection of the commercial and Domestic Realms Study on Dividual Space". *Journal of Asian Architecture and Building Engineering* 5 (2) (2006): 301–308. doi: 10.3130/jaabe.5.301.
3. Berndt, Jaqueline. "Manga x Museum in Contemporary Japan". In *Manhwa, Manga, Manhwa: East Asian Comics Studies*. Editor Jaqueline Berndt, 141–150. Leipzig: Leipzig University Press, 2012.
4. Beudon, Nicolas. „Les 'cafés mangas': Une concurrence riche d'enseignements". *Bulletin des Bibliothèques de France* 57 (4) (2012): 54–58.
5. Inoue, Yasuyo. "Manga as a study aid at school libraries". World Library and Information Congress: 77th IFLA General Conference and Assembly, San Juan, Puerto Rico, 13–18 August, 2011.
6. Jichen, Fan. "Construction and Production of Urban Otaku Cultural Spaces – The Case of Akihabara Japan". *Journal of Sociology and Ethnology* 6 (3) (2024): 82–89. doi: 10.23977/jsoc.2024.060313.
7. "Manga Cafes: From Reading Spot to Relaxation Space". *The Japan Forum Newsletter* No. 33, June 2004.
8. Nippon.com. "Japan Comic Sales Reach Record High of ¥693 Billion in 2023". 1 April 2024, Accessed 26 August. <https://www.nippon.com/en/japan-data/h01940/>.
9. Shimada, Yuko. "Around half of children surveyed in Japan read no books at all". *Mainichi* 21 October 2023, Accessed 21 August 2024. <https://mainichi.jp/english/articles/20231021/p2a/00m/0na/010000c#:~:text=The%20results%20showed%20that%20children,%22zero%20minutes%22%20per%20day>.
10. Vasić, Danijela. „Razvoj pismenosti i kulture čitanja u Japanu". *Čitalište: naučni časopis za teoriju i praksu bibliotekarstva* broj 41 (novembar 2022): 45–61. doi: 10.19090/cit.2022.41.45-61.

Manga Cafés as an Alternative Form of Library Practice

Summary

The first manga café was established in Japan in the late 1970s. The original concept of a small library collection in a café, where visitors could stay longer than just the time it takes to drink one beverage, has been developed over several decades. Today, there are thousands of such cafés across the country, many of which are open 24 hours a day. This paper aims to highlight the significance of these alternative library spaces, which further promote reading practices. The phenomenon of manga cafés is viewed from a cultural perspective as a specialized public space that, in addition to providing a reading space, also functions as a potential sanctuary to those less socially secure. The trend of manga cafés has spread beyond the borders of Japan, with such spaces opened in East Asia, North America, and Europe. However, the concepts of manga cafés outside of Japan vary and are adapted to the logic of sustainability and profitability to the local culture.

Keywords: manga, manga café, Japan, school library, public library, reading, *kashihonya*

Примљено: 31. августа 2024.

Исправке рукописа: 25. октобра 2024.

Прихваћено за објављивање: 30. октобра 2024.