

Tussen Kunst en Kitchu

Over kitsch, pop en camp in de hedendaagse Japanse kunst van
Takashi Murakami



Afb. 1. Takashi Murakami, *Flower Matango*, 2006, gemengde materialen, 315x204.7x263 cm, presentatie tijdens Murakami Versailles 2010.

S. Hoogervorst | 4133765

Bachelor Eindwerkstuk Kunstgeschiedenis | Universiteit Utrecht

Begeleider: mw. dr. I. van Rijn

2^o beoordelaar: mw. S. van der Meulen PhD

Augustus 2017 | Utrecht

Samenvatting

Hoewel er in het Westen veel onderzoek is gedaan naar het begrip ‘Kitsch’, blijkt dit niet het geval te zijn voor de gebieden buiten dit domein. Wegens de Japanse focus op de Westerse wereld en de aanzienlijke invloed van het Westen op dit land, leek Japan het ideale startpunt voor een onderzoek naar het bestaan van kitsch buiten het Westen. Echter, om een interculturele vergelijking te maken is het raadzaam om deze gebieden niet als dichotomie te beschouwen en tegen elkaar af te zetten, maar om interculturele fenomenen in beide gebieden te analyseren. In dit onderzoek is gekozen voor een bestudering van de fenomenen kitsch, pop en camp in Japanse hedendaagse kunst. Dit werd gedaan aan de hand van de volgende onderzoeksvraag: *Hoe uit het (Westerse) begrip van kitsch, pop en camp zich in de hedendaagse Japanse kunst van Takashi Murakami?*

Het literatuuronderzoek is gedaan middels teksten van relevante kunstfilosofen en – critici. Hierbij is enerzijds de manifestatie van kitsch, pop en camp in het Westen, en anderzijds het bestaan van soortgelijke fenomenen in Japan onderzocht. Takashi Murakami diende hierbij als casus om te onderzoeken in welke mate deze fenomenen tot uiting komen in hedendaagse Japanse kunst.

Uit het onderzoek kwam duidelijk naar voren dat de definitie van kitsch hoofdzakelijk bestaat uit karakteristieken die hun oorsprong hebben in de Romantiek en de Industriële Revolutie. Doordat voornamelijk kunstcritici uit de hoge cultuur kitsch als bedreiging zagen voor de kunst heeft kitsch een negatieve connotatie toegeschreven gekregen. Vanaf de jaren ’60 werd de kunst echter steeds meer gedemocratiseerd en de pop- en massacultuur werd opgenomen in de kunst. Door een verandering in waardering en context konden kitschobjecten door middel van de camp-houding later ook in het museum bewonderd worden.

Voor het bestaan van kitsch, pop en camp in Japan kunnen verschillende argumenten aangedragen worden die wel of niet getuigen van het bestaan hiervan. Waar de massaal geproduceerde Ukiyo-e het Westerse kitschbegrip tegenspreken, kunnen Westerse karakteristieken van pop juist wel terug herkend worden in de Otaku-cultuur. Kitsch bleek voornamelijk een Westerse houding die op Niet-Westerse gebieden zoals Japan toegepast kan worden. Door de Amerikaanse bezetting en bijbehorende nieuwe visuele hiërarchie kunnen bepaalde (niet-)kunstwerken tot kitsch gemaakt worden, terwijl diezelfde objecten eerder een kunststatus zouden hebben in Japan. Ook buiten het Westen blijkt de Westerse invloed dus doorslaggevend te zijn bij het bepalen en ontwikkelen van kitsch.

Bij de bestudering van deze fenomenen in het werk van Murakami bleek vooral het fenomeen pop van toepassing te zijn. Wanneer er echter van wordt uitgegaan dat kitsch door de postmoderne popcultuur verweven is, is het onvermijdelijk dat kitsch-elementen verbonden kunnen worden aan het werk van Murakami en de Japanse (pop)cultuur.

Hoewel een aantal toonaangevende Japanse theoretici in het onderzoek zijn behandeld, zou het wenselijk zijn om meer diepgaand onderzoek te doen naar de verwikkeling van pop en kitsch binnen de Japanse (pop)cultuur. Hiermee kunnen nieuwe inzichten worden verkregen in de Japanse perceptie van kitsch en kan eventueel de Westerse kitschhouding tegenover de Japanse cultuur beter geduïd worden.

Inhoud

Samenvatting	2
Inleiding	4
1. De weg van kitsch naar camp in de Westerse wereld	7
1.1 Het Westerse kitschbegrip	7
1.2 Massacultuur in beeld	11
1.3 Camp: de postmodernistische brug tussen kunst en kitsch.....	12
2. De Japanse omgang met kitsch, pop en camp	16
2.1 Massaproductie in de Edo periode.....	16
2.2 Verwesterlijking en Japonisme.....	18
2.3 Pop, Kawaii en Otaku na de Tweede Wereldoorlog	19
2.4 De zoektocht naar een postmoderne Japanse identiteit door middel van Superflat	22
2.5 Angst voor de Westerse kitschperceptie.....	23
3. Kitsch, pop en camp in het werk van Takashi Murakami	26
3.1 Bouwen aan een Japanse identiteit	26
3.2 Commercie, emotie en sentiment	27
3.3 Theatrale pop	28
Conclusie	30
Bronnenlijst	32
Literatuur	32
Overige Bronnen.....	33
Lijst van afbeeldingen	33

Inleiding

Kitsch is een alom bekende term in de Westerse wereld. Hoewel verschillende soortgelijke woorden bestaan in verschillende Europese talen, is het de enige term voor slechte smaak die internationale allure heeft gekregen. De betekenissen die de term toegewezen heeft gekregen lopen sterk uiteen. Vooral critici als Clement Greenberg, Theodor Adorno en Hermann Broch zijn verantwoordelijk voor het beeld dat men tegenwoordig veelal van kitsch heeft. Kitsch wordt voornamelijk gezien als tegenhanger van kunst, en wordt zelfs regelmatig als anti-kunst beschouwd. Over het algemeen heeft de term dan ook te kampen met een negatieve connotatie. Ook de notie van slechte smaak wordt vaak aan kitsch gekoppeld.¹ Door deze verschillende negatieve connotaties is het zodoende niet vreemd dat kitsch door velen wordt beschouwd als bedrieglijke tegenhanger van kunst.

Juist door deze negatieve opvatting speelt kitsch een belangrijke rol bij het bepalen van de waarde van kunst. Het begrip is van toepassing op alle kunstdisciplines – van beeldende kunst tot opera en literatuur – en kan vanuit verschillende facetten bestudeerd worden. Zo kan kitsch onder andere vanuit een sociologisch, ethisch en economisch perspectief geanalyseerd worden. Ondanks dat het een relatief jong begrip is, heeft het dus al snel een aanzienlijke invloed gehad op het domein van de kunst en daarbuiten.

Hoewel kitsch wel degelijk te maken heeft met massacultuur en populaire smaak, waren het de Pop Art kunstenaars die deze elementen in hun werken opnamen. Vanaf de jaren '60 diende de popcultuur volop ter inspiratie voor deze kunstenaars. Hiermee waren zij de eersten die bijna letterlijk gebruik maakten van de consumentencultuur.²

Tijdens de Pop Art periode werd het verschil tussen hoge en lage cultuur verkleind en werden de eerste stappen gezet voor de democratisering van kunst. In het postmoderne tijdperk werd deze ontwikkeling verder uitgebreid. Door middel van de zogenoemde camp-houding kon kitsch nieuw leven ingeblazen worden.³ Met Jeff Koons als een van de bekendste voorvechters kon kitsch voor het eerst serieus in het museum bewonderd worden. Kitsch werd plots tot kunst verheven.

Hoewel de meeste kitsch, pop of camp-kunstenaars uit het Westen komen, steken steeds vaker kunstenaars van buiten het Westen de kop op.⁴ Compleet in de lijn van Warhol, Koons en Hirst wordt de Japanse Takashi Murakami vaak aangedragen als kunstenaar die de postmoderne kitsch-koers voortzet.⁵ Zo is hij bijvoorbeeld na Koons en Vohler geselecteerd om in 2010 deel te nemen aan de moderne kunsttentoonstelling in Versailles (afb.1).⁶

Door het gebruik van de Japanse popcultuur en eenzelfde Koons-achtige stijl wordt Murakami's werk geregeld omschreven als oppervlakkig en kitscherig. Met zijn opvallende persona, Hiropon Factory (later Kaikai Kiki co.) en veelvuldig gebruik van moderne media

¹ Gillo Dorfles, *Kitsch: The World of Bad Taste*, New York 1970, p. 12.

² Ruth Holliday en Tracey Potts, *Kitsch! Cultural Politics and Taste*, Manchester 2012, p. 21.

³ Matei Calinescu, *Faces of Modernity: Avant-Garde, Decadence, Kitsch*, Durham 1977, pp. 229-231.

⁴ Hierbij kan natuurlijk de kanttekening gemaakt worden dat onze Westerse focus op de kunstgeschiedenis voornamelijk gericht is op het Westen, in plaats van het zogenoemde 'Niet-Westen'.

⁵ Jack Bankowsky, *Pop Life: Art in a Material World*, Londen 2009, p. 9.

⁶ Ivo Bonacorsi, *Murakami and Versailles*, Website Domus, <<http://www.domusweb.it/en/art/2010/09/15/murakami-and-versailles.html>> (10 mei 2017).

wordt hij zelfs de Japanse Warhol genoemd.⁷ In plaats van ‘slechts’ kunstenaar te zijn, heeft hij zichzelf verheven tot merk. Dit merk is niet alleen zichtbaar in de kunst, maar ook in onder andere de muziekindustrie, huishoudbranche en mode in alle lagen van de samenleving. Door gebruik te maken van alle mogelijke media heft hij – misschien meer dan welke voorganger dan ook – het verschil tussen hoge en lage cultuur, maar ook tussen verschillende disciplines op.⁸ In zijn manifest noemt hij zijn stijl ook wel *Superflat*.⁹

Door de nadruk te leggen op commerciële doeleinden en een ‘fabriek’ te openen waar zijn artikelen aan de lopende band door ingehuurde kunstenaars worden gemaakt, maakt Murakami de grens tussen kunst en kitsch ogenschijnlijk klein.¹⁰ Wegens zijn gebruik van elementen uit de popcultuur kan Murakami’s stijl echter ook als latere vertakking van de Pop Art gezien worden. Onder meer hieruit kan een duidelijk verband worden gelegd met voorgaande Westerse, op de grens van kitsch opererende, pop- en camp-kunstenaars. Toch is het onduidelijk of Murakami in zijn eigen land ook als kitscherig of pop omschreven zou worden.

Hoewel er veel onderzoek is gedaan naar kitsch in het Westen, geldt dit niet voor andere delen van de wereld. Literatuur over het bestaan van kitsch buiten het Westen is niet of nauwelijks beschikbaar. Wegens zijn focus op en beïnvloeding door het Westen, met name door de Verenigde Staten, lijkt Japan het ideale startpunt voor een onderzoek naar kitsch buiten het Westen.¹¹

Wanneer men het domein van Global Art Studies in acht neemt kan men al gauw concluderen dat de scheiding tussen het Westen en Niet-Westen een achterhaalde dichotomie is.¹² Hoewel het in de literatuur niet altijd expliciet wordt uitgelicht, is er gedurende de gehele kunstgeschiedenis sprake geweest van wederzijdse beïnvloeding tussen Westerse en Niet-Westerse culturen. Uit dit gegeven kan logischerwijs worden opgemaakt dat de strikte scheiding tussen ‘Westen’ en ‘Niet-Westen’ niet meer gemaakt kan en mag worden. In een alsmaar globaliserende wereld is het daarom raadzaam om de kunstgeschiedenis als globaal fenomeen te benaderen.

Vanuit die gedachte zal ik het bestaan van een soortgelijk begrip als kitsch in Japan niet onderzoeken door de Westerse en Japanse cultuur tegen elkaar af te zetten. In plaats daarvan zal de toepassing van het fenomeen kitsch in beide gebieden worden onderzocht. In dit onderzoek wordt dan ook de toepassing van kitsch in de hedendaagse Japanse kunst, en dan voornamelijk in het werk van Murakami, geanalyseerd. Omdat bij deze kunstenaar ook pop en camp van belang zijn zullen ook deze fenomenen worden meegenomen in de analyse. Het onderzoek gebeurt aan de hand van de volgende hoofdvraag: *Hoe uit het (Westerse) begrip van kitsch, pop en camp zich in de hedendaagse Japanse kunst van Takashi Murakami?* In het literatuuronderzoek zal het oeuvre van Murakami dienen als casus om te onderzoeken hoe

⁷ A. Cruz, ‘DOB in the land of Otaku’, in: Cruz, A., e.a., *Takashi Murakami: The meaning of the nonsense of the meaning*, New York 1999, p. 14.

⁸ Alex Danchev, *100 Artists’ Manifestos. From the Futurists to the Stuckists*, Londen 2011, p. 430.

⁹ Takashi Murakami, *Superflat Manifesto*, Tokyo 2000, pp. 141-151.

¹⁰ Bankowsky 2009 (zie noot 5), p. 77.

¹¹ Roland Kelts, *Japanamerica: How Japanese pop culture has invaded the U.S.*, Basingstoke 2007, pp. 4-5.

¹² Wilfried van Damme, ‘Introducing World Art Studies’, in: K. Zijlmans en W. van Damme, *World Art Studies: Exploring Concepts and Approaches*, Amsterdam 2008, pp. 26-28.

hedendaagse Japanse kunstenaars omgaan met de begrippen van kitsch, pop en camp. Het maken van een interculturele vergelijking is daarbij van cruciaal belang.

Allereerst zal het nodig zijn om een theoretisch kader te vormen. In het eerste hoofdstuk staat de analyse van de fenomenen van kitsch, pop en camp in de Westerse wereld dan ook centraal. Dit wordt onderzocht aan de hand van de belangrijkste bijdragen aan het debat door verschillende theoretici. Omdat het Westerse debat over de definitie van kitsch ongeveer van vergelijkbare grootte is als het filosofische debat over de definitie van kunst, zal dit sterk afgebakend besproken worden. Om een grove definitie van kitsch te vormen wordt slechts kitsch in de beeldende kunst besproken. Vervolgens worden ook de definities van pop en camp geanalyseerd.

Daaropvolgend wordt in het tweede hoofdstuk ingegaan op de Japanse cultuur en in hoeverre men in Japan kan spreken van soortgelijke begrippen als kitsch, pop en camp. Hierbij zullen voornamelijk Japanse fenomenen besproken worden die het bestaan van kitsch, pop of camp in dit land wel of niet aantonen. Daarbij zal worden gekeken naar een tijdsbestek vanaf de Edo periode tot aan het hedendaagse Japan.

Vervolgens zal worden onderzocht hoe deze termen terugkomen in het werk van Takashi Murakami. Hierbij zal zijn concept Superflat kort worden besproken. Daarna zullen de elementen van kitsch, pop en camp in zijn werk worden geanalyseerd. Hierbij zal zijn werk als casus dienen om een antwoord te kunnen formuleren op de hoofdvraag.

Het onderzoek wordt voornamelijk gebaseerd op kunstfilosofische en historische teksten over kitsch en de Japanse cultuur. Waar mogelijk worden, in plaats van algemene overzichtswerken die deze teksten (deels) behandelen, primaire teksten van relevante filosofen en theoretici geraadpleegd. Bovendien is het van belang om bewust te zijn van het Westerse perspectief van waaruit dit onderzoek wordt geschreven. De consequentie hiervan is dat het onderzoek berust moet worden op een beperkte hoeveelheid voornamelijk Westerse literatuur, alvorens een conclusie getrokken kan worden over de Japanse cultuur en het werk van Murakami. De uitkomst zal dus geen compleet beeld geven van de gehele hedendaagse Japanse kunst en is slechts een interpretatie van de onderzochte literatuur. Het onderzoek wordt uiteraard beëindigd met een conclusie waarin de hoofdvraag wordt beantwoord en suggesties voor verder vervolgonderzoek uiteen worden gezet.

1. De weg van kitsch naar camp in de Westerse wereld

Om soortgelijke fenomenen als kitsch, pop en camp in de Japanse hedendaagse kunst te kunnen analyseren is het allereerst van belang om de manifestatie van deze begrippen in de Westerse wereld uiteen te zetten. Zoals eerder besproken is kitsch, net als kunst, een begrip zonder klaarblijkelijke definitie. Omdat het kunstfilosofische debat rond kitsch nog altijd gaande is, wil ik vooral benadrukken dat het niet mijn doel is de oplossing op het vraagstuk te geven. Echter, om een theoretisch kader te kunnen schetsen worden in dit hoofdstuk de belangrijkste kunstkritische bijdragen over kitsch, pop en camp besproken.

1.1 Het Westerse kitschbegrip

Hoewel de term kitsch al een internationaal bekende status heeft verworven, is de term relatief jong. Halverwege de negentiende eeuw werd de term vooral gebruikt door kunstenaars en kunsthandelaars in Duitsland om goedkope kunst aan te duiden.¹³ Kitsch wordt over het algemeen gezien als een bijna direct gevolg van de Romantiek en moderniteit. De Romantiek wordt daarom veelal aangedragen als kitschtijdperk, waarin ook zijn negatieve connotatie is ontstaan. Pas in de loop van de twintigste eeuw werd kitsch een internationaal gangbare term.

De opkomst van kitsch kan door verschillende ontwikkelingen verklaard worden. Allereerst speelt de Romantiek een centrale rol in de esthetiek van kitsch. Men was geïnteresseerd in schoonheid en decoratie.¹⁴ Tijdens de Romantiek werd de originaliteit, scheppingsdrang en houding van de kunstenaar steeds belangrijker. Zij werkten in een kosmische, ofwel kitscherige stijl. Als tegengeluid op een alsmaar moderniserende cultuur werd de nadruk gelegd op het gevoel en nostalgie. Dit uitte zich in een esthetisch escapisme. De werkelijkheid werd vervangen door sentimentele clichés. Om deze nostalgie gemakkelijk te bevredigen, werd schoonheid als primair doel voor de kunst gesteld. Dit wordt gezien als belangrijke veroorzaker van de aantrekkingskracht van kitsch

Daarnaast speelt de industriële revolutie een aanzienlijke rol wanneer het aankomt op technieken die massacultuur, kitsch en de reproductie van kitsch mogelijk maakten.¹⁵ Doordat voorwerpen goedkoop en in groten getale gereproduceerd konden worden, werden deze objecten ook toegankelijk voor de werkende middenklasse. Als uitweg van het dagelijks leven en als teken van sociale status ging de middenklasse de elite imiteren, onder andere in consumptiegedrag, en kochten aristocratisch-uitziende, quasi-luxe producten in de vorm van kitschvoorwerpen. De commercie speelde volop in op het emotionele sentiment en de behoefte aan luxe van deze groep. In tegenstelling tot de onbekende kunst, boden zij een prettig, herkenbaar product: kitsch.¹⁶ Door de mogelijkheden die de industrie bood op gebied van goedkope reproductie behoorde kitsch al snel tot de cultuur van de middenklasse.

Wanneer het aankomt op de reproductie van kunst en cultuur, kan er in deze periode al snel gesproken worden van een cultuurindustrie. Door kunstwerken van de hoge cultuur te

¹³ Calinescu 1977 (zie noot 3), pp. 234, 237.

¹⁴ Hermann Broch, "Notes on the Problem of Kitsch", in: Gillo Dorfles, *Kitsch: The World of Bad Taste*, New York 1970, pp. 50-52.

¹⁵ Holliday en Potts (zie noot 2), p. 6.

¹⁶ S. Dresden, *Souvenir: Een beschouwing over kunst en kitsch*, Den Haag 1963, pp. 25-26.

reproduceren en zo toegankelijk te maken voor de lage cultuur, werd de hoge cultuur als het ware onteerd van zijn status. Doordat voorheen aristocratische objecten nu goedkoop gereproduceerd in het gemiddelde huishouden opgenomen waren, werden kitsch reproducties veelal minderwaardig bevonden.¹⁷ Men keek neer op het gemakkelijke plezier van de theatrale, overdreven kitsch-cultuur, die tevens verantwoordelijk werd gesteld voor de banalisering van de cultuur.¹⁸ Omdat de hogere klassen vooral verantwoordelijk zijn geweest voor de overlevering van literatuur en recepties van kunst, is het mogelijk dat de basis voor de negatieve connotatie van kitsch hier tot stand is gekomen.

De hedendaagse negatieve connotatie van kitsch heeft veelal te maken met de kunstwaarden die ten tijde van het Modernisme aan kitsch zijn toegekend. De belangrijkste kunstcritici die toonaangevend zijn geweest voor het (negatieve) imago van kitsch zijn dan ook veelal sterk verbonden met het Modernisme. Een voorbeeld hiervan is Clement Greenberg.

In zijn artikel *Avant-Garde and Kitsch* vergelijkt Greenberg kitsch met een soort parasiet die zich voedt op de bestaande cultuur.¹⁹ Bestaande culturele conventies worden door kitsch ‘uitgekozen’ en omgevormd tot iets waar de massa zich tot aangetrokken voelt. Hier verzet Greenberg zich sterk tegen.²⁰

In tegenstelling tot kunst kan kitsch gemakkelijk begrepen worden door de massa. De toeschouwer haalt hier gemakkelijk voldoening uit. Tevens schaaft Greenberg onder kitsch niet slechts bepaalde objecten, maar de gehele popcultuur. Dit noemt hij ook wel de ‘plastic culture’: de cultuur van de massa. Deze kitsch- of massacultuur beschouwt Greenberg ook wel als het kwaad. Dit idee van het kwaad zet hij nog een tandje bij door kitsch in verband te brengen met bijvoorbeeld de strategieën van Adolf Hitler om de massa te besturen. Hoewel dat gegeven voor dit onderzoek niet relevant is, illustreert het wel goed de negatieve lading die kunstcritici als Greenberg aan kitsch toeschrijven.

In tegenstelling tot Clement Greenberg stelt Hermann Broch in zijn artikel *Notes on the Problem of Kitch* niet dat kitsch het kwaad of slechte kunst is, maar beschouwt het voornamelijk als een tegenhanger van kunst.²¹ Hier kan echter tegenin worden gebracht dat Broch zich in de rest van zijn artikel over het algemeen ook erg negatief uitlaat over kitsch. Kitsch wordt besproken als een aparte categorie die geen enkel raakvlak heeft met kunst. Terwijl hij moderniteit associeert met het hedendaagse en vernieuwing, staat kitsch voornamelijk voor de middelmaat, reproductie en banaliteit. De kunstenaar die enkel schoonheid nastreeft, zoals bij de Romantische esthetiek van kitsch het geval is, houdt zich niet bezig met kunst, maar enkel met kitsch. Deze Romantische esthetiek ziet hij dan ook als een van de belangrijkste veroorzakers van de aantrekkingskracht van kitsch.

Volgens Broch zou kunst voorheen een ethisch, open systeem zijn dat goed gedrag van zijn kunstenaars verwacht. Het esthetische systeem van kitsch is daarentegen gesloten en legt de nadruk op schoonheid. Kitsch opereert als een anti-systeem dat het systeem van kunst imiteert. Waar kitsch zich baseert op imitatie en gebruik maakt van vaste conventies en

¹⁷ Calinescu, 1977 (zie noot 3), p. 248.

¹⁸ Holliday en Potts 2012 (zie noot 2), pp. 11-16.

¹⁹ Clement Greenberg, “Avant-Garde and Kitsch”, in: Gillo Dorfles, *Kitsch: The World of Bad Taste*, New York 1970, pp. 116-126.

²⁰ Greenberg 1970 (zie noot 19), p. 116.

²¹ Broch 1970 (zie noot 14), pp. 50-64.

clichébeelden, ziet Broch het kunstwerk als het resultaat van de artistieke ontwikkeling en innerlijk van de kunstenaar. Kitsch is oppervlakkig, terwijl kunst een diepere laag heeft. Door het herkenbare van clichés is kitsch gemakkelijker te begrijpen voor de massa, en dus beschouwd als kitsch.

De theorie van Broch lijkt vooralsnog vooral negatieve uitspattingen te doen en weinig toe te voegen aan de toch al bekende feiten over kitsch. Echter, wanneer het aankomt op aantrekkelijkheid en sentiment blijkt het artikel wel degelijk relevant voor het onderzoek. Om zo veel mogelijk consumenten aan te trekken worden kitschobjecten zo aantrekkelijk mogelijk gemaakt. Om dit te bewerkstelligen maken kitsch-kunstenaars gebruik van sentimentele, nostalgische elementen. Sentimentele beelden worden vaak als mooier ervaren dan het daadwerkelijk was, waardoor de aantrekkelijkheid wordt vergroot.²² Hierbij kan opgemerkt worden dat sentimentaliteit ook in verschillende kunststromingen aan de orde komt. Daarbij merkt Broch dan ook terecht op dat het verschil tussen kunst en kitsch in dit geval ligt in het gebruik van clichés.

Het element van commercie en massale productie wordt ook besproken door Gillo Dorfles.²³ Door het uitvoerig meenemen van de opinies van Greenberg en Broch, en het veroordelen van kitsch omdat het de kunstzinnige inhoud zou 'vervalsens', kan Dorfles worden geschaard bij de critici met een negatieve perceptie van kitsch.

Bij het bepalen van kunst en kitsch neemt Dorfles eenzelfde denkwijze aan als Broch, namelijk dat de artistieke inhoud van kunst bij kitsch ontbreekt. Kitschobjecten moeten goedkoop geproduceerd worden voor een grote groep consumenten, terwijl kunst veelal met het doel gemaakt wordt om uniek te zijn en blijven. Daar voegt hij aan toe dat kitschobjecten wel door vakmannen of kunstenaars ontworpen kunnen zijn, maar door de machinale vervaardiging en massale verkoop toch tot kitsch gerekend moeten worden. Hier kan echter de kanttekening bij geplaatst worden dat zowel kunst als kitsch tegenwoordig op grote schaal via massamedia wordt verspreid, waardoor het in dit opzicht steeds lastiger wordt om een onderscheid tussen kunst en kitsch te maken. Het aspect van reproductie valt in de huidige kunstwereld dus gedeeltelijk weg. Hoewel men zich er bij een online afbeelding van Da Vinci's *Mona Lisa* bewust van is dat het niet het daadwerkelijke kunstwerk is, wordt het werk wel degelijk als kunstwerk en niet als kitsch beschouwd. Er gaat immers een artistiek idee en kunsthistorische relevantie achter schuil. Echter, wanneer de afbeelding op bijvoorbeeld een mok of t-shirt wordt geprint en massaal wordt verkocht, is het kitsch.

De oplossing voor dit probleem tracht Dorfles direct te geven. Hij stelt dat het belangrijkste element bij de identificatie van kitsch de rol is die het object speelt en de manier waarop de toeschouwer het bekijkt. Een duur porseleinen beeldje hoeft op zichzelf geen kitsch te zijn, maar zijn rol op de schoorsteenmantel maakt het kitsch. Zo worden gereproduceerde kunstwerken door slechte visuele representatie en nieuwe context ontdaan van hun kunstaura en tot kitsch gemaakt. Anderzijds kan een kitsch-object door context ook tot kunst verheven worden (zie 1.3). Ook Matei Calinescu bespreekt dit fenomeen van context in zijn onderzoek.²⁴ Hoe kitsch met zijn 'vervalsensende' inhoud dan toch als kunst gezien kan worden bespreken

²² Broch 1970 (zie noot 14), p. 73.

²³ Dorfles 1970 (zie noot 1), pp. 22-31.

²⁴ Calinescu 1977 (zie noot 3), p. 257.

beiden echter niet. Ook gaan alle critici vooral in op de conceptuele inhoud van kitsch, maar worden uiterlijke kenmerken van kitsch nauwelijks besproken.

In tegenstelling tot voorgaande critici poogt Thomas Kulka de negatieve connotatie van kitsch juist te verklaren.²⁵ Daarbij worden kunst en kitsch op een soortgelijk niveau geplaatst, die beiden op een verschillende manier om hun esthetiek gewaardeerd kunnen worden. Men kan op eenzelfde manier van kitsch genieten als men dat bij kunst doet. Kulka beschouwt kitsch dan ook niet als artistiek inferieur ten opzichte van kunst, maar net als Broch als aparte categorie. Een verklaring voor de negatieve beschouwing van kitsch door de culturele elite legt hij in de aantrekkingskracht van kitsch. Doordat kitsch populair is bij een groot publiek stelt Kulka dat het in dat opzicht een concurrent is voor kunst.

Tevens buigt Kulka zich over de uiterlijke kenmerken van kitsch. De onderwerpen van kitsch, voornamelijk clichématige voorstellingen, zijn allen sterk emotioneel geladen. Hierdoor beleeft de toeschouwer snel een emotionele reactie. Dit element is niet aanwezig bij abstracte beeldende kunst. Figuratieve kunst lokt veelal wel een emotionele respons uit bij het publiek, waardoor kitsch-elementen ook figuratief vormgegeven moeten zijn om succesvol te zijn als kitsch. Tevens moet het onderwerp realistisch, aantrekkelijk, sentimenteel en universeel herkenbaar zijn. Omdat kitsch vasthoudt aan vaste formules en schoonheid, zal het nooit ontwikkelende avantgardistische vormen aannemen. Hier legt Kulka dan ook een tweede verklaring voor het neerkijken op kitsch door de culturele elite. Een derde verklaring voor de negatieve connotatie legt hij bij de imiterende aard van kitsch.

Een niet eerder besproken element die minder van belang is voor dit onderzoek, maar bij het analyseren van kitsch niet buiten beschouwing gelaten mag worden, is de Romantische klassenverdeling die essentieel lijkt te zijn voor het bestaan van kitsch. Zonder kunst toegeschreven aan de hoge cultuur, kan kitsch van de lagere cultuur immers niet bestaan. De groeiende populariteit van kitsch wordt tevens door onder andere Greenberg, Broch en Dorfles gezien als bedreiging van de hoge cultuur in de samenleving.

In de onderzoeken van deze critici wordt de kitschconsument nog steeds verbonden aan de lagere klasse, terwijl kunstliefhebbers veelal uit de elite voortkomen. De term lijkt dus gebonden te zijn aan sociale context en vooral te kunnen bestaan vanuit een perspectief van de hogere klasse. Volgens Gary Tedman heeft deze perceptie vanuit Marxistisch oogpunt geleid tot een grotere polarisering tussen hoge en lage klassen.²⁶ De lagere klasse zou door kitsch de illusie krijgen dat zij deel zijn van de leidende hogere klasse, waardoor de hogere klasse zich bevestigd voelt in zijn status. In plaats van kitsch pleit Tedman voor een esthetische standaard waarin geen equivalent van kitsch bestaat.

Echter, het omverwerpen en herstructureren van de esthetische hiërarchie lijkt een opgave die onmogelijk behaald kan worden. Wat klassenonderscheid betreft zou het daarom wenselijker zijn om, in plaats van te spreken van hoge (elite) en lage (massa) cultuur, een onderscheid te maken in het zijn van een wel-of-niet liefhebber van kitsch. Omdat kitsch afhankelijk is van context en het publiek, en ook de elite wel eens kitsch aankoopt, lijkt de klassenonderscheiding die kitsch toegewezen krijgt al jaren achterhaald.

²⁵ Thomas Kulka, 'Kitsch', *British Journal of Aesthetics* 28 (1988) nr. 1 (winter), pp. 18-27.

²⁶ Gary Tedman, 'Origins of Kitsch', *Rethinking Marxism* 22 (2010) nr. 1 (januari), p. 66.

Alle theorieën bijeengenomen is het niet verwonderlijk dat er geen eenduidige definitie van kitsch bestaat. Omdat kitsch afhankelijk is van smaak, met name slechte smaak, is de definitie hiervan gebonden aan onze veranderende normen en waarden over kunst. Het begrip is daardoor gebonden aan tijd en trends. Men kan van hedendaagse en recente kunst spreken van kitschelementen, maar over een langere periode is het ingewikkelder om een werk als kitsch te beoordelen. Toch zijn er een aantal constanten aan te dragen die vaak als kenmerken van kitsch worden gezien. Een aantal daarvan, zoals reproduceerbaarheid, nadruk op esthetiek, en goedkope materialen lijkt nog altijd voort te komen uit de Romantische periode.

Uit bovenstaande theorieën kunnen een aantal definiërende constanten opgemaakt worden. Allereerst is het onmiskenbaar dat critici uit de kunstwereld kitschobjecten zien als producten die de uiterlijke kenmerken van kunst gemeen hebben, maar de artistieke inhoud missen. De inzet, intentie en stijl van de kunstenaar is karakteristiek voor kunst. Waar kunst op de wereld reflecteert en een indruk achterlaat, toont kitsch een oppervlakkige, verfraaide en sentimentele wereld.

Het esthetische doel om aantrekkelijkheid van kitsch te garanderen uit zich dan ook in het gebruik van sentimentele voorstellingen, die zich in de praktijk onthullen als clichés. Kitschobjecten zijn daardoor gemakkelijk te begrijpen voor het grote publiek. Deze kenmerken van kitsch zijn onlosmakelijk verbonden met de consumptiecultuur en komen voort uit de Romantische periode. Kitsch-objecten moeten goedkoop en industrieel gefabriceerd worden, veelal in goedkope namaakmaterialen, zodat men het goedkoop kan aanschaffen en de fabrikant geen luxe materialen hoeft aan te kopen. Het element van schijn komt daar uit voort, aangezien het vaak om objecten gaat die pretenderen iets anders te zijn, zij het in materiaal of vorm.²⁷

Tevens is context belangrijk bij het bepalen van kitsch. Zoals Dorfles en Calinescu aangeven, bepaalt de context waarin een voorwerp wordt geplaatst of het als kitsch of kunst aangezien wordt. Hierdoor kan kunst worden aangezien als kitsch, maar kan kitsch anderzijds ook tot kunst verheven worden.

1.2 Massacultuur in beeld

Tijdens de Romantiek, of volgens Broch de periode van kitsch, werden ook kitsch-achtige objecten voor de laagste klassen gemaakt. Deze werden daarentegen nooit tot kitsch gerekend, maar tot populaire smaak.²⁸ Populaire smaak werd in vergelijking tot de hoge cultuur nooit als inferieur beschouwd, terwijl dat bij kitsch wel zo was. Zoals toegelicht in het voorgaande paragraaf is de toepassing van de term kitsch dus afhankelijk van context en de toeschouwer.

Hoewel kitsch hier niet gelijk werd gesteld met populaire smaak, zijn beiden onlosmakelijk verbonden met massacultuur. Vanaf de jaren '60 van de twintigste eeuw werd massacultuur volop opgenomen in de kunst, ook wel bekend als de Pop Art. Tijdens dit decennium ontstond verzet tegen het concept van Modernisme zoals die was ontwikkeld door Greenberg.²⁹ Kunstenaars gingen in tegen de elitaire Modernistische cultuur en wilden bijbehorende kunst van zijn voetstuk halen. Dit werd gedaan door de kunst te democratiseren.

²⁷ Dresden 1963 (zie noot 16), p. 12.

²⁸ Calinescu, 1977 (zie noot 3), pp. 243, 248.

²⁹ Janica Kleiman, *Banality as Saviour: Kitsch, Camp, Postmodernisme en het werk van Jeff Koons*, Groningen 1991, pp. 52-54

Het verschil tussen de avant-garde en populaire cultuur werd verkleind door beide stijlen en genres met elkaar te vermengen.

Door producten uit de massacultuur te gebruiken in het verzet tegen elitaire kunst werd het verschil tussen hoge en lage cultuur steeds kleiner. De Pop Art kan hierbij als een van de eerste kunststromingen aangedragen worden die tegen het Modernisme in ging door de massacultuur als inspiratiebron voor hun kunst te nemen.³⁰ In bijvoorbeeld de wereldberoemde zeefdrukken van Warhol werden massacultuur-iconen als Marilyn Monroe en Campbell Soup letterlijk opgenomen in de beeldende kunst. Voor het eerst werd massacultuur in een kunstcontext geplaatst en werd de lagere klasse als doelgroep gekozen. Omdat Pop Art kunstenaars een uniek werk wisten op te bouwen van uit context gehaalde elementen uit de massa- of popcultuur, werden deze werken wel degelijk beschouwd als kunst.³¹

Over de definitie van Pop (Art) is aanzienlijk minder discussie dan kitsch. Veel critici zijn het met elkaar eens over de inhoud van pop. De wereldwijde beweging verwierf zijn bekendheid voornamelijk door het gebruiken van (iconen uit de) massacultuur in het werk.³² Men streefde niet naar een realistische weergave van de werkelijkheid, maar gebruikte populaire iconen uit de media in de breedste zin van het woord – van filmsterren tot stripboeken en populaire gebruiksobjecten – om hun persoonlijke concept uit te dragen. De nadruk lag hierbij voornamelijk op de commercie.

Omdat pop een globale beweging was maakte men gebruik van lokale iconen en media, waardoor de eindproducten wereldwijd in stijl sterk uiteenliepen. Over het algemeen kan een werk waarin herkenbare elementen uit de populaire, commerciële massacultuur (letterlijk) zijn overgenomen, herkend worden als pop. Ook het gebruik van grafische technieken die vergelijkbaar zijn met die van populaire, commerciële media is kenmerkend. Men maakte voornamelijk gebruik van platte, versimpelde en uitgesneden beelden in felle, kunstmatige kleuren. Deze werden geregeld opgenomen in collages of afgebeeld in combinatie met tekst.

1.3 Camp: de postmodernistische brug tussen kunst en kitsch

Tijdens het postmodernisme werd de democratisering van de kunst verder uitgebouwd. Om de massa te bereiken kozen kunstenaars als Koons en Prince voor het gebruik van kitsch-elementen in hun kunstwerken. Men bouwde voort op het verleden om meer begrijpelijk en aantrekkelijker te worden voor het publiek. De grens tussen hoge en lage cultuur, tussen kunst en kitsch, werd hiermee opgezocht en kitsch werd letterlijk het museum in gebracht. Dat kitsch gedurende het Postmodernisme weer populair kon worden is onder andere te danken aan de commercialisering van de cultuur en de herwaardering van overdadige versiering en ornament in de postmoderne esthetiek.

³⁰ Om deze reden wordt de Pop Art door verschillende auteurs toegeschreven tot camp (zie 1.3). Daarbij wordt Warhol als leider van de Amerikaanse camp gezien. Kleiman 1991 (zie noot 29), pp. 34-36.

³¹ Sommige (Pop) kunstenaars gingen uiteindelijk compleet commercieel werken, waardoor zij hun status als zijnde hoge cultuur verloren. Het werk werd snel gedegradeerd tot kitsch. Hier kan echter tegenin gebracht worden dat zij door de combinatie van commercie en kunst het ultieme voorbeeld van de samenkomst van hoge en lage cultuur zijn. Holliday en Potts 2012 (zie noot 2), p. 18.

³² Jessica Morgan, "Political Pop: An Introduction", in: Jessica Morgan en Flavia Frigeri, *The World Goes Pop*, New Haven 2015, pp. 15.

Het meest markante voorbeeld van het gebruiken van kitsch-elementen ter inspiratie voor kunst is *Seated Ballerina* (2017, afb. 2) van Jeff Koons. De vorm heeft Koons letterlijk overgenomen van het kitsch-beeldje van de Oekraïense kunstenares Oksana Zhnikrup. Door het beeld te vergroten, in een ander materiaal uit te voeren en te polijsten, wordt de kitsch-esthetiek toch tot kunst gemaakt. Het is hierbij echter niet zo dat het kitschobject zelf het museum in wordt gebracht, maar slechts een interpretatie hiervan.



Afb. 2. Links: porseleinen kitsch-beeldje door Oksana Zhnikrup, verdere details onbekend. Rechts: Jeff Koons, *Seated Ballerina*, 2017, nylon, precieze afmetingen onduidelijk, 140 cm hoog, Rockefeller Center, New York.

Het ironische gebruik van kitsch wordt ook wel *camp* genoemd. De term werd in de jaren '60 ontwikkeld door Susan Sontag. In haar artikel *Notes on Camp* schetst Sontag een aantal 'regels' voor het herkennen van camp.³³ Volgens Sontag moet camp vooral worden gezien als tegendraadse levenshouding om kunstwerken te beoordelen.³⁴ Het is een esthetische gevoelswaarde waarbij slechte smaak, of kitsch, ironisch mooi wordt gevonden. Als tegenhanger van moralistische elitaire kunst, wordt de Romantische (en misschien kitscherige) esthetiek waarbij nadruk ligt op schoonheid bij camp voortgezet. Hoewel kitsch erg op kunst kan lijken, wordt het echter ook bij camp niet als kunst gewaardeerd. Tevens is ook niet ieder kitschvoorwerp camp. Alleen binnen de context van camp kunnen bepaalde kitschobjecten in aanzien stijgen. Volgens Dorfles spreekt men in dat geval van cultureel elitair kitsch.³⁵

Camp wordt onder andere gekenmerkt door extravagantie, overdadigheid, kunstmatigheid, slechte smaak en overdreven sentimentaliteit.³⁶ Deze elementen kunnen ook bij kitsch herkend worden. De camp-persoon kiest bewust voor de waardering van kitsch omdat hij weloverwogen van het valse sentiment wil genieten. Hieruit kan worden afgeleid dat het klassenverschil en de esthetische hiërarchie tussen hoge en lage cultuur intact is gebleven. De elitair kunstliefhebber distantieert zich van de kitschconsument. Hij vermaakt zich met kitsch en begrijpt het als camp.³⁷

In de praktijk zijn kitsch en camp echter zelden goed te onderscheiden. Volgens Sontag moet de kunstenaar het object bij zowel kitsch als camp met een serieuze intentie maken, anders

³³ Susan Sontag, *Notes on "Camp"*, plaats onbekend 1964, via Monoskop, <https://monoskop.org/images/5/59/Sontag_Susan_1964_Notes_on_Camp.pdf> (15 mei 2017), p. 277.

³⁴ Sontag, 1964 (zie noot 33), p. 277.

³⁵ Dorfles 1970 (zie noot 1), p. 36.

³⁶ Sontag, 1961 (zie noot 33), pp. 275-280.

³⁷ Kleiman 1991 (zie noot 29), p. 29.

kan het publiek het object niet ‘serieus’ als camp ervaren.³⁸ Zodra de kunstenaar bewust bezig is met het produceren van camp, verliest het zijn kracht. Iets wordt pas camp als het op een camp-manier bekeken wordt, en dus door het publiek geparodieerd wordt in plaats van de kunstenaar. In deze bewust parodiërende houding van het publiek ligt ook het verschil met daadwerkelijke kitsch. Men is zich er bewust van dat het bij kitsch om slechte smaak gaat, maar gebruikt het als iets om zich mee te amuseren. Het is daarom ook wel zelfbewuste kitsch.³⁹

De stelling van Sontag dat de camp-kunstenaar zijn werk met een serieuze intentie moet maken komt goed naar voren bij de Amerikaanse Thomas Kinkade. Met zijn over de top kitschaandoende landschappen, zoals bijvoorbeeld *Sunset on Lamplight Lane* (2005, zie afb. 3), doet het werk al snel als camp aan. Naar eigen zeggen probeert Kinkade echter een mooi, prettig gevoel uit te dragen, in plaats van een ironische, amusante vorm van kitsch.⁴⁰ Uit dit feit, en dat zijn werken commercieel en in grote oplage via het internet verkocht worden, kan zijn werk echter ook slechts als kitsch beschouwd worden. Binnen de kunstwereld wordt hij dan ook vaak bekritiseerd om zijn kitscherige stijl en commerciële insteek. Wanneer zijn werken echter in de juiste museale context worden geplaatst, kunnen deze ook worden beschouwd als camp. Hieruit blijkt dat kitsch en camp in de praktijk erg dicht bij elkaar liggen.



Afb. 3. Thomas Kinkade, *Sunset on Lamplight Lane*, 2005, olieverf op doek, afmeting en plaats onbekend.

Volgens Dorfles is camp, net als kitsch, afhankelijk van presentatie.⁴¹ Een kitschvoorwerp kan een artistieke connotatie toegeschreven krijgen wanneer deze in de juiste artistieke omgeving wordt geplaatst. Zo valt een kitschobject in een moderne vormgeving onder camp. Dit betekende echter niet dat een kitschobject in het museum als hoogwaardige kunst gewaardeerd werd. Kitsch-elementen die in de kunst zijn opgenomen worden gewaardeerd als kunstwerk, terwijl kitschobjecten op zichzelf niet als zodanig worden beschouwd. Hoewel kitsch bij camp dus de omslag heeft gemaakt naar een elitair publiek, lijkt het nog altijd niet serieus genomen te worden als kunst.

³⁸ Sontag 1961 (zie noot 33), p. 282.

³⁹ A.A. van den Braembussche, *Postmodernisme. Een intertekstueel woordenboek*, plaats onbekend 2007, p. 51.

⁴⁰ Biografische gegevens over Thomas Kinkade verkregen via <<https://thomaskinkade.com/artist/biography/>> (1 juni 2017).

⁴¹ Dorfles 1970 (zie noot 1), p. 291

Desondanks blijkt camp een aantal overeenkomende kenmerken met kitsch te hebben. Bij beiden staat de Romantische esthetiek centraal met schoonheid als ultieme doel. Verder wordt ook bij camp gebruik gemaakt van overdreven sentimentaliteit. Kitsch, pop en camp hebben als gezamenlijk raakvlak dat zij allen met industriële vervaardiging en massacultuur te maken hebben. Waar het eerder gebruikelijk was voor de kunstenaar om zelf zijn kunstwerken te vervaardigen, maken pop- en camp-kunstenaars als Warhol en Koons gebruik van een werkplaats waar kunstenaars ingehuurd worden om de kunstwerken in groten getale te produceren. Dit geldt uiteraard niet voor de gehele groep kunstenaars, maar is wel een opvallende ontwikkeling.

2. De Japanse omgang met kitsch, pop en camp

Hoewel de letterlijke vertaling van kitsch in het Japans *Kitchu* is, slaat dit woord vooral op de Westerse omgang met kitsch. Om te kunnen analyseren of kitsch, pop en camp in het werk van Murakami voorkomen, is het van belang om te onderzoeken hoe deze fenomenen in de Japanse samenleving voorkomen. Er kunnen verschillende aanwijzingen aangedragen worden die wel of niet spreken voor het bestaan van kitsch, pop en camp in Japan. Dit wordt onderzocht aan de hand van de in het eerste hoofdstuk besproken karakteristieken van Westerse kitsch, pop en camp. De nadruk zal daarbij liggen op enerzijds de kunstwaarde van massaal geproduceerde werken, en anderzijds de omgang met popcultuur en commercie.

2.1 Massaproductie in de Edo periode

Japan kent een lange historie van een strenge, gedisciplineerde cultuur. Kunst werd vooral gemaakt voor religieuze doeleinden en werd, net als in het Westen, in opdracht gemaakt van de aristocratie en Boeddhistische en Shintoïstische geestelijken.⁴² Het culturele leven werd door hen vormgegeven en men gaf vooral opdracht voor traditionele schilderkunst, kalligrafie en (Boeddhistische) beeldhouwkunst. Bij deze kunst werd schoonheid wel nagestreefd, maar was dit niet het hoogste doel. Simpelheid en eenvoud stonden daarentegen hoog in het vaandel. Overigens werd abstractie daarbij meer gewaardeerd dan natuurgetrouwheid.

Om het Boeddhistische verhaal uit te beelden werd veelvuldig gebruik gemaakt van houtsnijkunst.⁴³ Verder gebruikte men deze techniek om boeken snel en in veelvoud te produceren. Andere culturele uitingen kwamen slechts in de laagste klassen voor, in plaats van de militaire bovenlagen van de samenleving.

De periode vanaf waar het relevant is om een Japans begrip van kitsch te onderzoeken is die van de Tokagawa cultuur, ook wel bekend als de Edo periode (1600 tot 1867). Het is de bij uitstek toonaangevende periode bij het verklaren van de consumptie- en popculturen van de jaren '80 en '90 van de twintigste eeuw. Daarbij kan de Edo periode worden aangedragen als basis voor het Japanse Postmodernisme.

In de Edo periode werden steden het centrum van kunst en cultuur.⁴⁴ Gecultiveerde stedelingen namen de leiding van de aristocratie en geestelijken over en domineerden de kunstcultuur. Beïnvloed door de zelfopgelegde isolatie van Japan konden tradities nieuw leven in worden geblazen en verbeterd. Uiteindelijk werden deze tradities echter geparodieerd en opgenomen in de stadse cultuur. De traditionele religieuze ondertoon in de kunst nam af en kunst en architectuur werd steeds ingewikkelder, decoratiever en kleurrijker. Door het verliezen van zijn spirituele inhoud werd de beeldhouwkunst een tweederangs kunstdiscipline.⁴⁵ Andere kunstvormen, zoals keramiek en *Mingei* (volkskunst), werden juist weer populair bij de rijkere bovenlaag.

Hoewel bijvoorbeeld sculptuur in aanzien gedegradeerd was wegens het verlies van de spirituele geest, bleef religie wel degelijk een belangrijke factor bij het creëren van kunst. Zoals

⁴² Milton Walter Meyer, *Japan: A Concise History*, Lanham 2009, p. 116.

⁴³ Departement van Aziatische kunst, *Art of the Edo Period*, Website Metropolitan Museum of Art, New York 2003, via <http://www.metmuseum.org/toah/hd/edop/hd_edop.htm> (17 mei 2017).

⁴⁴ Meyer 2009 (zie noot 42), p. 116.

⁴⁵ Meyer 2009 (zie noot 42), p. 117.

eerder gezegd maakte men in het Edo tijdperk naast eenvoud en simpelheid gebruik van decoratieve elementen. Hoewel het voor de hand ligt om de komst van decoratie te verklaren door te stellen dat de opdrachtgever net als in Europa streefde naar luxe en schoonheid door middel van decoratie, was dit in Japan niet het geval. Decorerende elementen hadden nooit slechts een esthetische functie, maar bleven vaak een onderliggende symbolische of spirituele waarde behouden.⁴⁶ Daarnaast was er nog altijd geen overdaad aan decoratie vergelijkbaar met bijvoorbeeld Europese Rococo, maar bleef eenvoud centraal staan.⁴⁷

Een traditionele techniek die tijdens het Edo tijdperk werd heruitgevonden was de houtsnede. Dankzij een nieuwe technologie in 1765 werd het mogelijk om prints te maken in uiteenlopende kleuren.⁴⁸ Deze zogenaemde *Ukiyo-e* werden aanvankelijk in opdracht gemaakt van rijke opdrachtgevers, maar werd later ook gemaakt voor de commerciële markt. Wegens zijn populariteit wordt deze vorm van houtsnede tegenwoordig gezien als de meest representatieve kunstvorm voor de Edo periode. In het Westen is dit in het algemeen waarschijnlijk de meest bekende Japanse kunstvorm.

In *Ukiyo-e* werden vaak impressies van het seculiere, stedelijke leven gegeven. Er werd daarbij vaak gekozen voor populaire onderwerpen als plezierhuizen en *Kabuki* theaters.⁴⁹ De afbeeldingen waren tweedimensionaal en werden afgezet tegen een simpele, ongedefinieerde achtergrond. In de loop der tijd veranderde de onderwerpkeuze met trends mee en koos men steeds vaker voor de afbeelding van expliciete seksuele handelingen. Aan het einde van de negentiende eeuw werd juist gekozen voor dramatische historische gebeurtenissen. De populairste afbeeldingen werden in groten getale gemaakt en verspreid onder de bevolking.

Uit deze grote oplage en massale verspreiding blijkt dat de grens tussen kunst en massaal geproduceerde (kunst)objecten in Japan erg klein was. De *Ukiyo-e* prints werden bijna machinaal vervaardigd door niet enkel een kunstenaar, maar ook een uitgever, houtsnijder en printer.⁵⁰ Hoewel deze prints eerder zeer vulgair werden gevonden en slechts als illustratie werden gezien, verkreeg de *Ukiyo-e* kunst in de loop van een paar decennia wel degelijk zijn status als hoogstaand kunstwerk. Omdat de Industriële revolutie pas aan het einde van de 19^e eeuw zijn intrede deed in Japan, valt deze manier van vervaardigen nog niet onder industriële vervaardiging, en dus geldt dat kenmerk van kitsch hierbij nog niet.

Hoewel de werken dus in groten getale en in alle lagen van de samenleving werden verspreid, verloren *Ukiyo-e* hun kunstwaarde niet. Uit de omgang met *Ukiyo-e* blijkt dat ook kunst in grote oplagen geproduceerd kan worden, en niet automatisch gedegradeerd hoeft te worden tot kitsch. Het feit dat *Ukiyo-e* prints dus als kunst worden beschouwd in plaats van kitsch, spreekt het Westerse kitschbegrip tegen. Misschien wel het bekendste *Ukiyo-e* voorbeeld is *De grote golf van Kanagawa* van Hokusai (1829-1832, afb. 4). Hoewel deze afbeelding in de loop der jaren oneindig gereproduceerd is – en wordt –, heeft de afbeelding

⁴⁶ Joshua S. Mostow, "Museum as Hometown: What is "Japanese Beauty"?", in: David W. Edgington, *Japan at the Millennium: Joining Past and Future*, Vancouver 2004, p. 227.

⁴⁷ Wanneer men Europese en Japanse kunst en architectuur uit deze periode met elkaar vergelijkt, blijkt hoe ver deze twee uit elkaar liggen. Waar Europa wordt gedomineerd door onder andere de overdadige decoratie uit de Barok, blijken eenvoud en simpelheid nog altijd de boventoon te voeren in Japan.

⁴⁸ Departement van Aziatische kunst, *Woodblock Prints in the Ukiyo-e Style*, Website Metropolitan Museum of Art, New York 2003, via <http://www.metmuseum.org/toah/hd/ukiy/hd_ukiy.htm> (17 mei 2017).

⁴⁹ Meyer 2009 (zie noot 42), p. 117.

⁵⁰ Meyer 2009 (zie noot 42), p. 118.

zijn kunstwaarde nog altijd niet verloren en wordt het ook in het Westen niet als kitsch beschouwd.



Afb. 4. Katsushika Hokusai, *De grote golf van Kanagawa*, 1829-1832, houtsnede, 26x38 cm, in collecties van verschillende musea.

2.2 Verwesterlijking en Japonisme

Naast de Edo periode is vooral de periode na de Tweede Wereldoorlog van belang geweest voor de ontwikkeling van de Japanse postmoderne cultuur. Hoewel in mindere mate, is de Meiji periode (1867-1912) in de tussentijd ook relevant geweest voor de veranderende verhouding tussen Japan en het Westen. Zoals eerder gesteld hebben culturen elkaar gedurende de gehele kunstgeschiedenis wederzijds beïnvloed. Tijdens de Meiji periode werd Japan steeds meer opengesteld voor het Westen.⁵¹ Door de export van vele Japanse objecten werd het land een ware inspiratiebron voor Westerse kunstenaars. Aan het einde van de 19^e eeuw was het Japonisme dan ook een groeiende trend in Europa. Anderzijds werden ook Westerse trends, zoals het Modernisme, naar Japan overgebracht. Met de komst van de Eerste en Tweede Wereldoorlog werd de verwesterlijking van Japan echter op een lager pitje gezet.

Kunstkriticus Karatani Kōjin probeert de aantrekkingskracht van Japan en het Japonisme in de Europese negentiende eeuw te verklaren.⁵² Volgens Karatani vonden Westerlingen in Japan de uitkomst voor hun Romantische zoektocht naar een ontsnapping aan de moderniteit. Hoewel Japan wel degelijk aan het moderniseren was, leek het in vergelijking tot de Europese moderniteit nog erg achter te liggen en traditioneler te zijn. Het Japonisme was ingebed in het Romantische escapisme, waardoor het in populariteit kon stijgen.

Joshua S. Mostow beweert daarentegen dat het Japonisme niet een overname van Japanse elementen was, maar een kitschificering van de Japanse cultuur in de Westerse kunst.⁵³

⁵¹ Buiten koloniale context. Mostow 2004 (zie noot 46), p. 231.

⁵² Kōjin Karatani, 'One spirit, two nineteenth centuries', in: Masao Miyoshi en Harry Harootunian, *Postmodernism and Japan*, Durham 1989, pp. 259-272.

⁵³ Mostow 2004 (zie noot 46), pp. 233-234.

Waar Japan elementen uit andere (Westerse) culturen feilloos overneemt, heeft het Westen er moeite mee om dit ook andersom te doen. Door de eenvoud van Japanse kunst wisten Westerlingen volgens Mostow niet in welke context Japanse kunst gebruikt moet worden. Hierdoor wordt het in de Westerse kunstcontext geplaatst, en wordt de Japanse cultuur tot kitsch gemaakt. Hier kan echter tegenin worden gebracht dat men ook onderscheid kan maken tussen autonome Japanse objecten die tot kitsch worden gemaakt en Japanse elementen die wel degelijk als kunst worden beschouwd en ter Westerse inspiratie dienen, zoals bijvoorbeeld in de Japonistische kunstwerken van Van Gogh.

2.3 Pop, Kawaii en Otaku na de Tweede Wereldoorlog

Na de Tweede Wereldoorlog moderniseerde en verwesterlijkte Japan snel verder.⁵⁴ Onder de hoede van de Verenigde Staten raakte het land in een stroomversnelling waarbij de consumentencultuur drastisch veranderde. Hoewel het de Verenigde Staten waren die verantwoordelijk waren voor de nucleaire aanval op Hiroshima en Nagasaki, werden zij toch door veel Japanners omarmd. Met de komst van de Amerikaanse bezetters werd het land bevrijd van de onderdrukkende militaire staat die het decennia lang was geweest.⁵⁵ Daarnaast streefden de Verenigde Staten naar een nieuw Japan met een progressieve en pacifistische democratie. Bij het omvormen naar een democratische staat maakte men gebruik van teksten die gemakkelijk begrepen konden worden door het volk, en die vol stonden met sentimentele beeldtaal. Gezien het sentimentele karakter van kitsch zouden deze teksten daarom ook herkend kunnen worden als kitscherige literatuur.

Tijdens de naoorlogse bezetting door de Verenigde Staten herstelde de Japanse economie zich snel. Rond 1955 werd het ontwikkelen van de economische groei zelfs de grootste prioriteit. Hierdoor stegen ook de inkomens. ‘The American Dream’, compleet met luxegoederen als wasmachines, televisies en koelkasten, werd met de Amerikaanse bezetting steeds toegankelijker voor het gemiddelde Japanse huishouden.⁵⁶ Onder andere deze economische groei en de ontwikkeling in massamedia maakten het voor de Japanse popcultuur mogelijk om zich sterk te ontplooiën.

Hoewel de Japanse exportproductie in de jaren '50 en '60 gekenmerkt werd door industriële producenten als Toyota en Sony, werd ook vooral de Japanse popcultuur omarmd in het buitenland.⁵⁷ Na het uitbrengen van de film *Godzilla* in de Verenigde Staten in 1956 werd de Japanse popcultuur ontdekt in het Westen. Vooral *Manga* (stripboeken) en *Anime* (animatiefilms) werden dankzij de Amerikaanse bezetting steeds populairder buiten Japan. Vanaf de postmoderne periode ontwikkelden zowel Manga als Anime zich als interculturele vermenging van Japanse animatie gebaseerd op Ukiyo-e met Amerikaanse meegebrachte

⁵⁴ J. Thomas Rimer, *Since Meiji: Perspectives on the Japanese visual arts, 1868-2000*, Honolulu 2011, pp. 261-263.

⁵⁵ Ondanks zijn oorlogsmisdaden kreeg keizer Hirohito Shōwa van de Verenigde Staten de autoriteit om te blijven regeren. Zijn Goddelijke status werd echter herzien en zijn macht werd ingeperkt tot slechts een symbolische functie. Tot zijn dood in 1989 bleef hij regeren als symbool van een democratische natie. Thomas Rimer 2011 (zie noot 54), p. 266.

⁵⁶ Thomas Rimer 2011 (zie noot 54), pp. 261, 272-273.

⁵⁷ Thomas Rimer 2011 (zie noot 54), pp. 278-279.

Disney cartoons.⁵⁸ Vooral na het barsten van de op het binnenland gerichte economische bubbel in 1991 werd de Japanse popcultuur wereldwijd steeds populairder en kreeg het een nieuwe impuls als belangrijkste exportproduct van het land.

Met de Amerikaanse levensstijl kwam ook de Pop Art naar Japan.⁵⁹ Pop kunstenaars combineerden de eigen grafische historie van de Edo periode met invloeden van de Pop Art uit de Verenigde Staten. In de jaren '60 was grimmigheid kenmerkend voor de Japanse popindustrie. De angst voor een nieuwe nucleaire aanval en industriële vervuiling werden vaak als onderwerp gekozen.⁶⁰ Dit werd gecombineerd met stilistische elementen van de Amerikaanse Pop Art. Men koos voor populaire beelden uit zowel de Amerikaanse als Japanse cultuur. Een voorbeeld hiervan is het werk *Sphinx in Alamo* (1966, zie afb. 5) van Tateishi Kōichi. In het werk draagt het Japanse fenomeen Godzilla de kroon van het Vrijheidsbeeld. Hierbij moet opgemerkt worden dat 'Pop Art' in Japan werd gezien als een Amerikaans fenomeen.⁶¹ Japanse kunstwerken werden zelden tot deze stijl gerekend. In plaats daarvan werd de Japanse Pop Art beschouwd als anti-kunst.



Afb. 5. Tateishi Kōichi, *Sphinx in Alamo*, 1966, olieverf op doek, afmetingen onbekend, collectie Museum of Contemporary Art, Tokyo.

⁵⁸ Door de samenkomst van tekst en afbeelding in Ukiyo-e konden Manga en Anime al in een vroeger stadium ontstaan. Beiden komen voort uit de Ukiyo-e techniek en werden hierdoor ook voor de oorlogen al gelezen. Hoewel deze niet als autonoom kunstmedium worden beschouwd, komen beide media dus wel voort uit een traditioneel kunstmedium. Pas in de postmoderne periode ontwikkelden beide media zich dankzij Amerikaanse invloeden tot de vorm waarin ze zich nu bevinden. Thomas Rimer 2011 (zie noot 54), p. 280.

⁵⁹ Ikegami Hiroko, ““Drink More?” “No, Thanks!”: The Spirit of Tokyo Pop”, in: Darsie Alexander en Bartholomew Ryan, *International Pop*, tent. cat. Minneapolis (Walker Art Center) 2015, p. 166.

⁶⁰ Door de grote groei van de Japanse economie raakten de lucht, grond en wateren sterk vervuild, wat tot veel dodelijke ziektes heeft geleid. Vanaf 1970 werden verschillende wetten aangenomen om verdere vervuiling tegen te gaan, maar de vrees voor ziekten bleef een diep gewortelde angst in de samenleving. Thomas Rimer 2011 (zie noot 54), pp. 274-277.

⁶¹ Hiroko 2015 (zie noot 59), p. 166.

Kunstkriticus Ishiko Junzō benoemde het opnemen van de Amerikaanse (pop)cultuur in de Japanse kunst destijds als de komst van kitsch in Japan.⁶² Onder meer tijdschriftcovers, tegelschilderingen, winkelborden, en luciferdoosjes werden door Ishiko geïdentificeerd als nieuwe kitsch. De uitsluiting van deze (niet-)kunstvormen van het domein van de kunst illustreerde de nieuwe, door het Westen geïmporteerde visuele hiërarchie. Waar kitsch in het Westen als de negatieve, minderwaardige tegenhanger van kunst wordt beschouwd, werden de plots kitsch-genoemde Japanse objecten eerder gezien als resultaat van de rijke grafische cultuur van de Edo periode waarin massacultuur en massaproductie toch al centraal stonden.⁶³ Door deze nieuwe hiërarchie werden deze soorten objecten plots gedegradeerd in hun visuele status.

Sinds de Japanse modernisering in de verwestersijkende Meiji periode, is kitsch volgens Ishiko constant verweven geweest in de ontwikkeling van de Japanse cultuur.⁶⁴ Japanse kitsch is daardoor altijd een vermenging geweest van Japan en het Westen, en dan voornamelijk de Verenigde Staten. Om toch een eigen identiteit te behouden kozen vele Japanse ‘Pop’-kunstenaars ervoor om Japanse motieven en grafiek terug te laten komen in het werk. Hierdoor werd Japanse kunst gecombineerd met pop-‘kitsch’ en evengoed geaccepteerd als kunst.⁶⁵

Tijdens de jaren '80 sloeg de eerdere grimmigheid om naar een popcultuur waarin de nadruk lag op schattigheid, ook wel *Kawaii* genoemd. In onder andere Anime, Manga, reclames, mode en kunst stond schattigheid centraal en greep men terug naar de kindertijd. Dit bleef echter niet beperkt tot de media, maar werd door vele Japanners omarmd als levensstijl. De fans van Manga en Anime staan ook wel bekend als *Otaku*.⁶⁶ Deze cultuur werd door de Japanse overheid benut om een commercieel en speels imago te vormen. Ook buiten Japan werd de Otaku-cultuur erg populair.

Hoewel er in de literatuur buiten de studie van Ishiko zelden wordt gesproken over de verschillen tussen kunst en kitsch in de Japanse postmoderne periode, worden er wel drie houdingen benoemd waarmee het verschil in kwaliteit van Otaku-werken zou moeten kunnen worden onderscheiden.⁶⁷ Allereerst wordt *Iki* gezien als de houding waarbij de toeschouwer afstand neemt van het betreffende object.⁶⁸ *Tsū* is het oog van de connaisseur die objecten van goede kwaliteit herkent. Ten slotte kan men door middel van *takumi* de gebruikte techniek analyseren en daardoor gemakkelijk imiteren. In het geval van *Tsū* lijkt het logisch dat het bestaan van minder kwalitatieve kunst een vereiste is om kwalitatieve werken te kunnen

⁶² Junzō Ishiko en Bijutsukan Fuchū-shi, *The World of Ishiko Junzō: From Art via Manga to Kitsch*, tent. cat. Fuchū (Fuchū Art Museum) 2011, pp. 4-10.

⁶³ Junzō Ishiko, *Thoughts on Vulgarly: Aesthetics of Japanese Common Folks*, Tokyo 1971, pp. 25-27.

⁶⁴ Ishiko 1971 (zie noot 63), p. 67.

⁶⁵ In dit geval is dit kitsch volgens de door Ishiko geschetste Westerse visuele hiërarchie, in Japanse termen zouden deze elementen niet tot kitsch gerekend worden.

⁶⁶ De term Otaku werd voor het eerst genoemd in 1982. Otaku refereert vooral naar de fantasierijke fans van Anime, Manga en andere afbeeldingen uit de moderne media. Net als camp is het een houding waarmee culturele producten bekeken kunnen worden. Zij worden gezien als iets unieks voor Japan. Otaku en Kawaii zijn vaak met elkaar vervlochten en hoewel zij inhoudelijk van elkaar verschillen, worden ze vaak wel gezamenlijk genoemd. Etienne Baral, *Otaku: Les enfants du Virtuel*, Parijs 1999, p. 22.

⁶⁷ Er vanuit gaande dat Anime en Manga in Japan als kunst gezien worden aangezien ze hun wortels hebben in de grafische *Ukiyo-e* prints.

⁶⁸ Harry Harootunian, ‘Cultural politics in Tokugawa Japan’, in: Sarah Elizabeth Thompson en Harry Harootunian, *Undercurrents in the Floating World: Censorship and Japanese Prints*, New York 1991, pp. 23-24.

herkennen. Hierdoor kan het niet volledig uitgesloten worden dat in Japan ook een notie van slechte kunst of kitsch bestaat.

Bovendien speelt de commercie een grote rol bij Otaku. Manga en Anime, maar ook gerelateerde merchandise wordt massaal geproduceerd en verkocht in binnen- en buitenland. Hierbij is aantrekkelijkheid voor de consument van groot belang. Volgens theoreticus Azuma Hiroki maakt men bij Otaku-producten gebruik van *moe yōso*: begerlijke elementen om verlangen op te wekken bij de consument.⁶⁹ Hierdoor worden de objecten voor de consument aantrekkelijker om te kopen. Dit zal mede hebben bijgedragen aan de populariteit van Otaku.

2.4 De zoektocht naar een postmoderne Japanse identiteit door middel van Superflat

Zoals eerder besproken kwam met de bezetting van de Verenigde Staten de Japanse identiteit onder druk te staan.⁷⁰ Om de authentieke Japanse cultuur voort te zetten keek men in de postmoderne tijd voornamelijk terug naar de Edo periode. Deze periode werd als basis gezien voor de Otaku-cultuur, die met zijn Manga en Anime voornamelijk berust op Edo Ukiyo-e prints. Deze referenties naar de Edo Periode werden ook in de beeldende kunst omarmd. Zo refereerden de Pop Art kunstenaars van de jaren '60, maar ook de latere Superflat kunstenaars als Takashi Murakami, Yoshimoto Nara en Chiho Aoshima expliciet naar Ukiyo-e prints uit de Edo periode.

Met Murakami als onbetwistbare leider wordt onder Superflat een heel scala aan hedendaagse kunstenaars geschaard, waarvan de meesten zich berusten op pop elementen uit



Afb. 6. Yoshimoto Nara, *Slash with a Knife (In the floating world)*, 1999, kleuren Xerox print, 34.7 x 25.8 cm, collectie en plaats onbekend.

⁶⁹ Hiroki Azuma, *The Animalizing Postmodern: Japanese society seen from the Otaku*, Tokyo 2001, p. 66.

⁷⁰ Marc Steinberg, *Otaku Consumption, Superflat Art and the return to Edo*, plaats onbekend 2010, pp. 460-462.

de Otaku-cultuur.⁷¹ Superflat kunstwerken zijn vooral te herkennen aan hun ‘platheid’. Geïnspireerd door Ukiyo-e prints worden deze werken eveneens gekenmerkt door tweedimensionaliteit, een ondefinieerbare ‘platte’ achtergrond en buiten proportionele figuurtjes. Niet zelden worden Ukiyo-e prints letterlijk gebruikt als uitgangspunt voor Superflat werken. Zo ook bij het werk *Slash with a Knife (In the floating world)* (1999, afb. 6) van Yoshimoto Nara. Hierbij wordt echter niet daadwerkelijk gebruik gemaakt van houtsnede, maar voornamelijk van moderne technieken en media.

Aan de traditionele werken werden moderne pop elementen toegevoegd, zoals bestaande en zelfontworpen Manga, Anime en Kawaii figuurtjes. Door de tweedimensionaliteit lijken de moderne elementen moeiteloos in de Ukiyo-e stijl te passen.⁷² Men maakt hierbij gebruik van het Westers Postmodernistische appropriation, waarbij Edo als database dient van waaruit elementen worden overgenomen. Het heden werd getekend door middel van de Edo periode, waarmee een brug wordt geslagen tussen het verleden en heden.

2.5 Angst voor de Westerse kitschperceptie

Langzaam maar zeker verschijnt er tegenwoordig steeds meer verzet tegen de Otaku- en Kawaii-cultuur. Zo maken verschillende critici zich zorgen over het imago dat Japan naar buiten brengt.⁷³ Door het aanstellen van Kawaii-symbolen Hello Kitty en Doraemon als culturele ambassadeurs van Japan en de algemene nadruk op schattigheid zijn zij bang dat Japan door de rest van de wereld als kinderachtig en oppervlakkig gezien wordt.⁷⁴ Door het gebruik van cartoonkarakters als boegbeeld presenteert het land zich volgens hen als ultiem kitschparadijs. Wanneer van de uitspraak van Greenberg wordt uitgegaan dat popcultuur kitsch is, kan het in zekere zin kloppen dat Japan om zijn popcultuur wordt gezien als kitsch. Wanneer ook het onderzoek van Ishiko in acht wordt genomen, waarbij de Japanse (pop)cultuur door de Amerikaanse bezetting onlosmakelijk verward is geraakt met Westerse kitsch, is het een logische consequentie dat er kitsch-elementen in de Japanse popcultuur aanwezig moeten zijn.

Volgens Azuma ontwikkelde Japan tijdens de Amerikaanse bezetting een minderwaardigheidscomplex waarin de eigen cultuur werd weggedrukt.⁷⁵ In de naoorlogse postmoderne periode zoekt men juist weer naar datgene wat Japan voor de komst van de Verenigde Staten definieert. Omdat Otaku met zijn Manga en Anime in principe voortbouwt op de Japanse Edo cultuur, wordt dit aangepakt als middel om terug te kijken naar het ‘traditionele’ Japan. Hier plaatst Azuma de kanttekening bij dat men niet terugkijkt naar het ‘echte’ Edo, maar dat dit wordt gedaan vanuit een veramerikaniseerde blik. Men verlangt op sentimentele wijze terug naar een quasi-Japan, ontstaan vanuit Amerikaans oogpunt. In plaats van vast te houden aan de Edo periode door middel van Otaku, stelt hij dat men moet kijken naar de invloed van Amerikaanse subculturen op de Japanse naoorlogse cultuur. Alleen door

⁷¹ Steinberg 2010 (zie noot 71), p. 450.

⁷² Steinberg 2010 (zie noot 71), p. 465.

⁷³ Christine R. Yano, ‘Wink on Pink: Interpreting Japanese Cute as It Grabs the Global Headlines’, *The Journal of Asian Studies* 68 (2009) nr. 3 (Augustus), p. 684.

⁷⁴ Doraemon werd in maart 2008 aangesteld als “cartoon culturele ambassadeur” door het Ministerie van Buitenlandse Zaken in Japan. In mei van dat jaar werd Hello Kitty aangesteld als de officiële ambassadeur voor toerisme. Yano 2009 (zie noot 73), p. 685.

⁷⁵ Azuma 2001 (zie noot 69), pp. 29-32.

het verleden los te laten bij het samenstellen van een typisch Japans imago kan het land een eigen, authentieke naoorlogse identiteit ontwikkelen die serieus genomen kan worden.

Ook verschillende hedendaagse Japanse kunstenaars zetten zich af tegen de Kawaii-cultuur.⁷⁶ Door de jaren heen ontstond een overdadige hoeveelheid Kawaii die niet uit het straatbeeld te denken was. Er ontstond een tegenbeweging waarbij zelfs Hello Kitty een moordlustige tegenhanger kreeg, genaamd *Gloomy Bear*.⁷⁷ Ook Superflat kunstenaars zetten zich nadrukkelijk af tegen de Kawaii-cultuur en leggen problematische neveneffecten hiervan bloot. Zij kozen vaak voor een persoonlijk onderwerp en voerden dit uit in een herkenbare Otaku of Kawaii tekenstijl. Voornamelijk de problematische seksualisering die vaak met Kawaii gepaard gaat en persoonlijke verlangens naar bijvoorbeeld de kindertijd worden regelmatig geselecteerd als onderwerp. Zo verandert Yoshimoto schattige Kawaii figuurtjes om in moordlustige kinderen. Dit is te zien bij *Slash with a Knife (In the floating World)* (1999, afb. 6), maar ook bij zijn andere werken als *Nice to see you again* (1996, afb. 7). Door een agressief, ogenschijnlijk schattig figuur af te beelden biedt hij een contrast voor de alsmaar schattige, aantrekkelijke Kawaii-cultuur.



Afb. 7. Yoshimoto Nara, *Nice to see you again*, 1996, acrylverf op doek, 180x150 cm, collectie en plaats onbekend.

Ook bij Murakami komt het pessimisme tegenover Kawaii sterk naar voren. Bij hem lijkt het vaak te gaan over de problematiek die de commercie en het Japanse politieke imago met zich meebrengen. Zo vindt hij dat Japanners te afhankelijk zijn geworden van Kawaii-schattigheid, en daardoor niet meer serieus genomen kunnen worden. Anderzijds lijkt

⁷⁶ Website *Cool Japan*, < <http://cooljapan.volkenkunde.nl/nl/kawaii-0>> (15 mei 2017).

⁷⁷ Yano 2009 (zie noot 73), p. 686.

Murakami in de praktijk het idee van Kawaii uit te buiten in zowel zijn kunst als kunstenaarspersona, wat zijn eigen pessimisme tegen lijkt te spreken.⁷⁸

Het ontstaan van zowel de Otaku- als Kawaii-cultuur als tegenbeweging tegen de gevestigde orde, als de hedendaagse reactie daarop, kan gezien worden als parallel met de Pop Art en het Postmodernisme in het Westen. Deze stromingen gingen in tegen het gewaardeerde Modernisme en de gevestigde orde door de populaire cultuur in de kunst te gebruiken. Vanaf de bezetting door de Verenigde Staten is de Japanse popcultuur opgenomen in de beeldende kunst. Doordat met deze bezetting volgens Ishiko ook een hernieuwde visuele hiërarchie en kitsch-perceptie mee werden gebracht, werden bepaalde Japanse kunstobjecten plots als kitsch beschouwd. In de door de Verenigde Staten-beïnvloedde ontwikkeling van de Japanse (pop)cultuur zijn kitsch-elementen sindsdien altijd verwekt geweest. Hoewel Japanse kunstenaars kitsch-elementen dus niet expliciet in hun werk benoemen, is het door het gebruik van de popcultuur bijna onvermijdelijk dat hier ook onbewust (vroegere) kitsch-elementen in opgenomen zijn.

⁷⁸ E.C. Shiner, 'Fashion Altars, performance factors, and pop cells: transforming contemporary Japanese art One body at a time', in J. Thomas Rimer, *Perspectives on the Japanese Visual arts, 1868-2000*, Honolulu 2012, p. 183.

3. Kitsch, pop en camp in het werk van Takashi Murakami

Zoals besproken in paragraaf 2.5 maken steeds meer hedendaagse Japanse kunstenaars (kritisch) gebruik van de Kawaii- of Otaku-cultuur. Voornamelijk Superflat kunstenaars opereren op de grens tussen hoge en lage cultuur, maar ook tussen kitsch, pop en kunst. Als grondlegger van Superflat komt Takashi Murakami dan ook het sterkst naar voren in het gebruik van Otaku- en popelementen, maar ook in het gebruik van andere aspecten uit de Westerse Pop Art, zoals het gebruik van een 'Factory' à Warhol.⁷⁹ Door zijn bekendheid staat hij tevens vooraan in de verspreiding van Otaku-elementen buiten de context van Anime of Manga.

In voorgaande hoofdstukken is uiteengezet hoe kitsch, pop en camp gedefinieerd kunnen worden en hoe deze wel of niet in de Japanse cultuur herkend kunnen worden. Om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden is het van belang om in dit laatste hoofdstuk te onderzoeken hoe deze fenomenen terugkomen in het werk van Murakami.

3.1 Bouwen aan een Japanse identiteit

Hoewel de producten van Murakami uiteenlopen van autonome kunst tot gebruiksobjecten, wordt zijn esthetiek grotendeels beïnvloed door digitale technologie en de Japanse popcultuur, met name Otaku. In zijn werk levert hij kritiek op de ontwikkeling van de naoorlogse Japanse kunstgeschiedenis en de daaruit voortgekomen Otaku-verheerlijking en Kawaii-cultuur.⁸⁰ Zo stelt hij dat Japan te afhankelijk is geworden van Kawaii-schattigheid, en daardoor niet meer serieus genomen kan worden. Hij betoogt dat de geforceerde Westerse invloed een crisis heeft veroorzaakt waarin de Japanse cultuur werd weggedrukt. Zo stelt hij – terecht – dat de binaire scheiding tussen hoge en lage cultuur een Westers gegeven is waar eerder geen sprake van was, en die is meegekomen tijdens de Meiji periode.

Om deze problematiek op te lossen tracht Murakami in tegenstelling tot Westerse avant-gardisten niet om de hoge en lage cultuur te verenigen, maar het Japanse heden en verleden bijeen te brengen door gebruik te maken van herkenbare Japanse historie. Omdat de hedendaagse fenomenen Manga en Anime hun wortels hebben in de Ukiyo-e van de Edo periode baseert hij zich dan ook vooral op dit fragment van de Japanse historie. Het resultaat daarvan zijn kunstwerken die variëren van op Ukiyo-e-geïnspireerde werken met platte, ondefinieerbare achtergrond tot Otaku. Deze zijn door hun historie allen zeer Japans en contrasteren daardoor met het Westerse erfgoed.⁸¹ In zijn manifest benoemt hij deze stijl tot Superflat.⁸²

Ook de consumptie- en productiecultuur uit de Edo periode wordt door Murakami gebruikt. De productie van zowel kunstwerken als gebruiksartikelen door ingehuurde kunstenaars in zijn fabriek, de Kaikai Kiki co., kan beschouwd worden als parallel met verscheidene Pop Art kunstenaars, maar ook als een moderne interpretatie van de productie- en consumptiecultuur van de Edo periode. In deze periode was het maken van een kunstwerk vaak een groepsinspanning, in plaats van een individueel product.

⁷⁹ Yano 2009 (zie noot 73), p. 685.

⁸⁰ H. H. Arnason, *History of Modern Art: Painting, Sculpture, Architecture, Photography*, Boston 2013, p. 733.

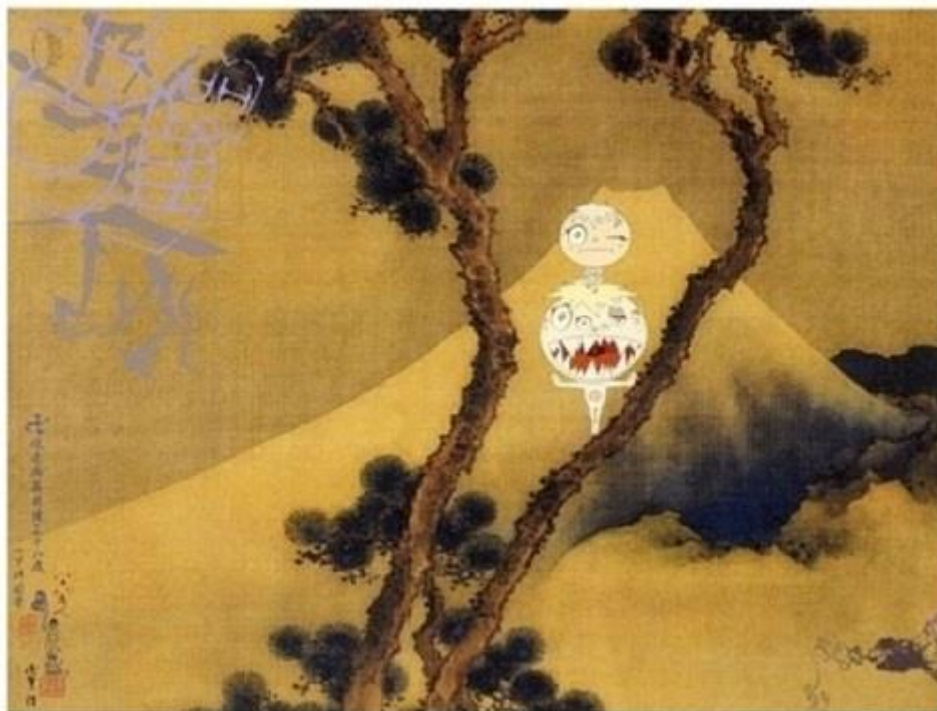
⁸¹ Steinberg 2010 (zie noot 70), pp. 449-451.

⁸² Murakami 2000 (zie noot 9), p. 141.

3.2 Commercie, emotie en sentiment

Hoewel niet expliciet in het manifest vermeld, speelt commercie een grote rol in het werk van Murakami. Door gebruik te maken van herkenbare elementen uit de popcultuur zijn de werken herkenbaar voor de gehele bevolking. De toeschouwer lijkt geen moeite te hoeven doen om het werk te begrijpen. Door het element van herkenning en het gebruik van schattige en aantrekkelijke Kawaii-figuurtjes krijgt de toeschouwer tevens direct een emotionele reactie. Wanneer de kritieken van onder andere Greenberg en Kulka in acht worden genomen kan dit moeiteloze karakter van Murakami's werken worden herkend als kitsch. Echter, wanneer men in het achterhoofd houdt dat Murakami in zijn kunst wel degelijk een concept uitdraagt, valt zijn werk zelfs volgens de redenering van Greenberg en Broch onder de categorie van kunst.

Ook het produceren van zowel autonome kunst als commerciële producten zoals Murakami dat doet verkleint de grens tussen kunst en kitsch. De werking van context lijkt hierbij essentieel. Waar een print in het museum als kunst beschouwd zal worden, kan diezelfde print tot kitsch worden gemaakt wanneer het als poster of in de vorm van een knuffelbeer wordt verkocht. Men kan deze verkleining tussen kunst en kitsch door middel van commerciële producten daarentegen ook interpreteren als terugbrengen van de 'authentieke' Japanse cultuur. In acht genomen dat er in de Edo periode geen sprake was van een visuele hiërarchie, en dat Murakami met zijn werk vooral terug refereert naar diezelfde periode, is dit geen ondenkbare situatie.



Afb. 8. Takashi Murakami, *Manji-Fuji*, 2001, kleurenlaserprint, 9,4 x 12,5 cm, plaats onbekend.

Tevens lijkt de link met het kitsch-element sentimentaliteit redelijk voor de hand te liggen het bij de postmoderne zoektocht naar een authentieke Japanse identiteit. Zoals Broch in zijn theorie stelt wordt de historie waarschijnlijk mooier gemaakt dan het is geweest wanneer iemand hierop terugkijkt en daarnaar verlangt. Het is dan ook aannemelijk, zoals Azuma ook betoogt, dat dit eveneens het geval is bij het streven naar een vereniging van het Japanse heden en verleden. Hoewel dit theoretisch klinkt als een Westers kitsch-element, is dit in de praktijk

bij Murakami zelden als zodanig te herkennen. Het werk *Manji-Fuji* (2001, zie afb. 8) is bijvoorbeeld gebaseerd op een Ukiyo-e van Hokusai, maar krijgt een moderne invulling door het Otaku-figuurtje in de boom. Murakami baseert zich dus op Ukiyo-e prints uit de Edo periode en bouwt hierop voort, maar maakt hier geen sentimentele Japanse voorstelling van. Op theoretisch niveau lijkt dit kenmerk van kitsch dus van toepassing op werken van Murakami, maar in de praktijk is dit minder aan de orde.

3.3 Theatrale pop

Door het veelvuldige gebruik van de Otaku-cultuur, het bij uitstek belangrijkste product van de Japanse popcultuur, is het fenomeen pop onvermijdelijk van toepassing op het werk van Murakami. Hij maakt gebruik van bestaande Otaku (teken)stijlen en ontwikkelt waar mogelijk ook eigen karakters inclusief achterliggend verhaal. In de definitie van pop komt het gebruik van elementen uit de popcultuur op een aantrekkelijke, herkenbare wijze duidelijk naar voren. Ook het imiteren van gebruikte technieken uit de populaire media is een kenmerk van pop die terugkomt bij het werk van Murakami. Door middel van moderne media en Otaku-tekeningen worden de producten vervaardigd.

Tevens kan gesteld worden dat Murakami zelf deel is gaan uitmaken van de Japanse popcultuur. Door het ontwikkelen van interdisciplinaire producten, van autonome kunst tot gebruiksartikelen, is zijn merk zichtbaar in zowel de hoge als lage cultuur. De populariteit van zijn producten geven hem de gelegenheid om deel uit te maken van de popcultuur. Door samenwerkingen met popiconen als Louis Vuitton en Kanye West wordt zijn positie hierin wereldwijd versterkt. Door zijn mondiale populariteit kan Murakami beschouwd worden als intercultureel gevierde kunstenaar.

Bij het analyseren van Murakami's sculpturen valt vooral de overdadigheid hiervan op. In bijvoorbeeld het werk *Flower Matango* (2006, afb. 1) zijn uitbundige bloemen te zien die allerlei kanten op lijken te vliegen. In plaats van Japanse soberheid is vooral de flamboyante aard van Otaku te herkennen. In zijn sculpturen van Anime-figuren legt Murakami de problematische aard van Otaku bloot door deze op een overdreven manier af te beelden. In het werk *Hiropon* (2002, afb. 9) is een vrouwelijke figuur afgebeeld met een overdadig grote boezem. Ze is aan het touwtje springen met iets wat lijkt op melk dat uit haar tepels spuit. Deze overdreven theatraleiteit kan herkend worden als de door Sontag omschreven camp-esthetiek. Ook maakt Murakami zijn werk met de voor camp vereiste serieuze intentie. Echter, omdat de overdreven esthetiek wordt gebruikt om de problematiek van Otaku aan te kaarten en niet puur om schoonheid te creëren, valt dit aspect van camp weg.

Door middel van de camp-houding bij de toeschouwer zouden werken van Murakami als ironisch mooi beschouwd kunnen worden. Dit is daarentegen afhankelijk van context en de houding van de toeschouwer. Tevens zou ieder overdadig kunstwerk om deze reden gezien kunnen worden als camp. Daardoor wordt camp een algemeen toepasbare term en vallen de karakteristieken hiervan weg. Hoewel de camp-houding dus wel op Murakami's werken toegepast kan worden, lijkt het werk zelf niet aan de definitie van camp te voldoen.



Afb. 9. Takashi Murakami, *Hiropon*, 1997, materiaal, afmetingen en collectie onbekend.

Hoewel kitsch en camp niet zozeer toepasselijke fenomenen blijken te zijn bij het werk van Murakami, kunnen wel degelijk een aantal treffende parallellen met pop en Pop Art vastgesteld worden. Onder meer het gebruik van de Japanse popcultuur, moderne media en de commercie kunnen aan pop toegeschreven worden. Daarom is het ook niet verwonderlijk dat de kunstenaar in de lijn van Warhol, Koons en Hirst wordt genoemd. Door het gebruik van een productiefabriek en een zorgvuldig geconstrueerd kunstenaarspersona lijkt de vergelijking met, en benoeming tot, Japanse Warhol zeer passend te zijn. Echter, omdat een dergelijke benoeming doet vermoeden dat Murakami Warhol slechts imiteert en geen eigen bijdrage aan de kunsthistorie levert, doet deze benoeming Murakami geen eer aan. Met een idealistisch concept en de ontwikkeling van Superflat is Murakami niet louter de Japanse Warhol, maar een wereldwijd fenomeen.

Conclusie

Hoe uiten de (Westerse) begrippen van kitsch, pop en camp zich dus in de hedendaagse Japanse kunst van Takashi Murakami? Murakami zelf is van mening dat hij tegen de strikte tweedeling tussen kunst en kitsch strijdt door Japanse tradities in zijn werk centraal te stellen. In tegenstelling tot de Pop Art, die hoge en lage cultuur trachtten te verenigen, baseert Murakami zijn werk op de Japanse kunsthistorie. Dit uit zich onder andere in de voor Superflat kenmerkende platte achtergrond zoals toegepast in Ukiyo-e, en het gebruik van hedendaagse Otaku-elementen.

Concluderend kan vooral worden gesteld dat voornamelijk het fenomeen pop herkend kan worden in het werk van Murakami. Door het (letterlijke) gebruik van, en het onderdeel zijn van de Japanse popcultuur lijkt pop fundamenteel bij het analyseren van Murakami's oeuvre. Kitsch blijkt daarentegen een voornamelijk Westers begrip te zijn, dat dankzij de Amerikaanse bezetting naar Japan is overgebracht. Tijdens de bezetting werd een nieuwe visuele hiërarchie ontwikkeld waarin plots onderscheid werd gemaakt tussen kunst en kitsch, terwijl daar eerder in de Japanse historie geen sprake van was. Echter, omdat de snel ontwikkelende Japanse popcultuur tijdens de bezetting sterk is beïnvloed door de Verenigde Staten, stelt Ishiko dat kitsch sindsdien onlosmakelijk verweven is geweest in de verder ontwikkelende popcultuur. Vanuit een dergelijke theorie is het onvermijdelijk dat er eveneens kitsch-elementen in Murakami's werk opgenomen zijn. Door zich te baseren op de Otaku-popcultuur neemt Murakami indirect en waarschijnlijk onbewust kitsch-elementen over die door de popcultuur verweven zijn. Camp blijkt daarentegen een houding te zijn die vanuit de juiste context op ieder kunstwerk toegepast kan worden. Bij het doorgronden van het werk van Murakami lijkt dit fenomeen dan ook weinig van specifieke toepassing te zijn. Camp is slechts een interpretatie van de toeschouwer en afhankelijk van context.

Hoewel het fenomeen pop duidelijk aangetoond kan worden, lijkt de conceptie van de toeschouwer doorslaggevend bij het bepalen van kitsch of camp in het oeuvre van Murakami. Zoals besproken in paragraaf 2.5 worden Japanse critici zich steeds meer bewust van de Westerse kitschperceptie. Wie het werk van Murakami wil duiden vanuit zijn Westerse kitschblik zal hier dan ook eerder herkenbare 'sentimentele' kitsch-elementen in ontdekken. Hoewel Murakami's eigen concept met diepgaand standpunt voor de Japanse identiteit dus helder en theoretisch goed is uitgewerkt, ziet de onwetende toeschouwer slechts de oppervlakte: kitsch. In het bereiken van zijn concept lijkt Murakami in die zin zijn punt, waarin hij Otaku gebruikt om een diepgaand idee te bewerkstelligen, voorbij te schieten. Anderszijds doet de toeschouwer Murakami ook tekort door het werk simpelweg af te schrijven als kitsch.

Al met al lijkt het fenomeen pop met ingebedde kitsch dus voornamelijk aan de orde te zijn in de Japanse cultuur. Wat betreft vervolgonderzoek zou het interessant zijn om meer diepgaand onderzoek te doen naar de verwikkeling van pop en kitsch binnen de Japanse (pop)cultuur. Hiermee kunnen nieuwe inzichten worden verkregen over de Japanse perceptie van kitsch en kan eventueel de Westerse kitschhouding tegenover de Japanse cultuur beter geduid worden. Ook zou de hernieuwde verhouding tussen kunst en kitsch in het digitale tijdperk een interessante invalshoek zijn voor een onderzoek naar hedendaagse kitsch.

Door de negatieve, bijna denigrerende toon van kitsch kunnen objecten en culturen gauw ontdaan worden van hun hooggewaardeerde kunststatus. Wegens zijn rijke en veelzijdige cultuur zou het daarom onrechtvaardig zijn om elementen uit de huidige Japanse (pop)cultuur simpelweg tot kitsch te veroordelen. Bij het verdiepen in de popcultuur zal men zich verbazen over de veelzijdige historie hiervan. Ook wat betreft het werk van Murakami lijkt de benoeming tot kitsch zijn werk tekort te doen. Door zich te baseren op de Japanse kunsthistorie draagt Murakami meer uit dan slechts een esthetisch oogmerk. Met zijn wereldwijd bekende kunstwerken en grootschalige miljoenen business blijkt Murakami de belichaming te zijn van de Japanse pop op het wereldtoneel. Zijn plek tussen Pop-grootheden Warhol, Koons en Hirst is dan ook een logische vanzelfsprekendheid.

Bronnenlijst

Literatuur

- Arnason, H.H., *History of Modern Art: Painting, Sculpture, Architecture, Photography*, Boston 2013.
- Azuma, Hiroki, *The Animalizing Postmodern: Japanese society seen from the Otaku*, Tokyo 2001.
- Bankowsky, Jack, *Pop Life: Art in a Material World*, Londen 2009.
- Baral, Etienne, *Otaku: Les enfants du Virtuel*, Parijs 1999.
- Braembussche, A.A. van den, *Postmodernisme. Een intertekstueel woordenboek*, plaats onbekend 2007.
- Broch, Hermann “Notes on the Problem of Kitsch”, in: Gillo Dorfles, *Kitsch: The World of Bad Taste*, New York 1970.
- Calinescu, Matei, *Faces of Modernity: Avant-Garde, Decadence, Kitsch*, Durham 1977.
- Cruz, A., ‘DOB in the land of Otaku’, in: A. Cruz e.a., *Takashi Murakami: The meaning of the nonsense of the meaning*, New York 1999.
- Damme, Wilfried van., “Introducing World Art Studies”, in: Kitty Zijlmans en Wilfried van Damme, *World Art Studies: Exploring Concepts and Approaches*, Amsterdam 2008.
- Danchev, Alex, *100 Artists’ Manifestos. From the Futurists to the Stuckists*, Londen 2011.
- Dorfles, Gillo, *Kitsch: The World of Bad Taste*, New York 1970.
- Dresden, S., *Souvenir: Een beschouwing over kunst en kitsch*, Den Haag 1963.
- Greenberg, Clement, “Avant-Garde and Kitsch”, in: Gillo Dorfles, *Kitsch: The World of Bad Taste*, New York 1970.
- Harootunian, Harry, ‘Cultural politics in Tokugawa Japan’, in: Sarah Elizabeth Thompson en Harry Harootunian, *Undercurrents in the Floating World: Censorship and Japanese Prints*, New York 1991.
- Holliday, Ruth en Tracey Potts, *Kitsch! Cultural Politics and Taste*, Manchester 2012.
- Ikegami, Hiroko, “‘Drink More?’ ‘No, Thanks!’: The Spirit of Tokyo Pop”, in: Darsie Alexander en Bartholomew Ryan, *International Pop*, tent. cat. Minneapolis (Walker Art Center) 2015.
- Ishiko, Junzō en Bijutsukan Fuchū-shi, *The World of Ishiko Junzō: From Art via Manga to Kitsch*, tent. cat. Fuchū (Fuchū Art Museum) 2011.
- Ishiko, Junzō, *Thoughts on Vulgarity: Aesthetics of Japanese Common Folks*, Tokyo 1971.
- Karatani, Kōjin, ‘One spirit, two nineteenth centuries’, in: Masao Miyoshi en Harry Harootunian, *Postmodernism and Japan*, Durham 1989.
- Kelts, Roland, *Japanamerica: How Japanese pop culture has invaded the U.S.*, Basingstoke 2007.
- Kleiman, Janica, *Banality as Saviour: Kitsch, Camp, Postmodernisme en het werk van Jeff Koons*, Groningen 1991.
- Kulka, Thomas, ‘Kitsch’, *British Journal of Aesthetics* 28 (1988) nr. 1 (winter).

- Meyer, Milton Walter, *Japan: A Concise History*, Lanham 2009.
- Morgan, Jessica, “Political Pop: An Introduction”, in: Jessica Morgan en Flavia Frigeri, *The World Goes Pop*, New Haven 2015.
- Mostow, Joshua S., “Museum as Hometown: What is “Japanese Beauty”?”, in: David W. Edgington, *Japan at the Millennium: Joining Past and Future*, Vancouver 2004.
- Murakami, Takashi, *Superflat Manifesto*, Tokyo 2000.
- Shiner, E.C. ‘Fashion Altars, performance factors, and pop cells: transforming contemporary Japanese art One body at a time’, in J. Thomas Rimer, *Perspectives on the Japanese Visual arts, 1868-2000*, Honolulu 2012.
- Steinberg, Marc, *Otaku Consumption, Superflat art and the return to Edo*, plaats onbekend 2010.
- Tedman, Gary, ‘Origins of Kitsch’, *Rethinking Marxism* 22 (2010) nr. 1 (januari).
- Thomas Rimer, J., *Since Meiji: Perspectives on the Japanese visual arts, 1868-2000*, Honolulu 2011.
- Yano, Christine R., ‘Wink on Pink: Interpreting Japanese Cute as It Grabs the Global Headlines’, *The Journal of Asian Studies* 68 (2009) nr. 3 (Augustus).

Overige Bronnen

- Bonacorsi, Ivo, *Murakami and Versailles*, Website Domus, <<http://www.domusweb.it/en/art/2010/09/15/murakami-and-versailles.html>> (10 mei 2017).
- Departement van Aziatische kunst, *Art of the Edo Period*, Website Metropolitan Museum of Art, New York 2003, via <http://www.metmuseum.org/toah/hd/edop/hd_edop.htm> (17 mei 2017).
- Departement van Aziatische kunst, *Woodblock Prints in the Ukiyo-e Style*, Website Metropolitan Museum of Art, New York 2003, via <http://www.metmuseum.org/toah/hd/ukiy/hd_ukiy.htm> (17 mei 2017).
- Sontag, Susan, *Notes on “Camp”*, plaats onbekend 1964, via Monoskop, <https://monoskop.org/images/5/59/Sontag_Susan_1964_Notes_on_Camp.pdf> (12 mei 2017).
- *Kawaii betekent schattig toch, of niet?*, via website tentoonstelling *Cool Japan*, <<http://cooljapan.volkenkunde.nl/nl/kawaii-0>> (15 mei 2017).
- Biografische gegevens over Thomas Kinkade verkregen via <<https://thomaskinkade.com/artist/biography/>> (1 juni 2017).

Lijst van afbeeldingen

- Afb. 1. Takashi Murakami, *Flower Matango*, 2006, gemengde materialen, 315 x 204.7 x 263 cm, presentatie tijdens Murakami Versailles 2010, ©2001–06 Takashi Murakami / Kaikai Kiki Co., Ltd. Foto: Cedric Delsaux via ArtAsiaPacific <<http://artasiapacific.com/Magazine/72/MurakamiVersaillesTakashiMurakami>> (1 juni 2017).
- Afb. 2. Links: porseleinen kitsch-beeldje door Oksana Zhnikrup, verdere details onbekend. Rechts: Jeff Koons, *Seated Ballerina*, 2017, nylon, precieze afmetingen onduidelijk, 140 cm hoog, Rockefeller Center, New York. Foto: The Art Newspaper <<http://theartnewspaper.com/news/in-the-frame/jeff-koons-s-ballerina-caught-up-in-a-pas-des-deux-/>> (1 juni 2017).

- Afb. 3. Thomas Kinkade, *Sunset on Lamplight Lane*, 2005, olieverf op doek, afmeting en plaats onbekend. Foto: Thomas Kinkade, <<https://thomaskinkade.com/art/sunset-on-lamplight-lane/>> (1 juni 2017).
- Afb. 4. Katsushika Hokusai, *De grote golf van Kanagawa*, 1829-1832, houtsnede, 26x38 cm, in collecties van verschillende musea. Foto: Japanse Lessen, <<http://japanselessen.nl/wp-content/uploads/2017/04/DP130155.jpg>> (1 juni 2017).
- Afb. 5. Tateishi Kōichi, *Sphinx in Alamo*, 1966, olieverf op doek, afmetingen onbekend, collectie Museum of Contemporary Art, Tokyo. Foto: <<https://gendaibijutsu.files.wordpress.com/2008/02/tigertateishi.jpg>> (27 juli 2017).
- Afb. 6. Yoshimoto Nara, *Slash with a Knife (In the floating world)*, 1999, Xerox kleurenprint, 34.7 x 25.8 cm, collectie en plaats onbekend. Foto: Artnet, <[http://www.artnet.com/WebServices/images/110008711duT0GFg1zSF3CfDrCWvaHBOcjSbD/yoshitomo-nara-slash-with-a-knife-\(in-the-floating-world\).jpg](http://www.artnet.com/WebServices/images/110008711duT0GFg1zSF3CfDrCWvaHBOcjSbD/yoshitomo-nara-slash-with-a-knife-(in-the-floating-world).jpg)> (1 juni 2017).
- Afb. 7. Yoshimoto Nara, *Nice to see you again*, 1996, acrylverf op doek, 180x150 cm, collectie en plaats onbekend. Foto: Artnet, <<http://www.artnet.com/WebServices/images/110031211dpxGGFgneECfDrCWvaHBOcGmv/yoshitomo-nara-nice-to-see-you-again.jpg>> (1 juni 2017).
- Afb. 8. Takashi Murakami, *Manji-Fuji*, 2001, kleurenlaserprint, 9.4 x 12.5 cm, plaats onbekend. Foto: Artnet, <http://www.artnet.com/artists/takashi-murakami/manji-fuji-a-C_o_3W0WuTmCE4im1S3KIw2> (7 juli 2017).
- Afb. 9. Takashi Murakami, *Hiropon*, 2002, materiaal, afmetingen en plaats onbekend. Foto: onbekend, <<https://s-media-cache-ak0.pinning.com/originals/c5/2b/42/c52b424cb29d5c9cc9c8eabf8b6bfb6d6.jpg>> (8 augustus 2017).