

# Birgitte Kirkhoff Olsen

## Call at me

“Call at Me” er titlen på Anne Marie Plougs udstilling af sine nyeste malerier. De forestiller forskellige typer japanske piger med påskrevne telefonnumre. Telefonnumrene er gode nok: hvis du prøver et af dem, kommer du igennem til en vaskeægte massagepige eller eskortpige i Tokyo.

Billederne refererer til bestemte reklamer for eskortpiger, der sættes op i byens telefonboks – og titlen “Call at Me!” er en opfordring til at gøre noget ved sagen. Den specielle ordlyd er typisk for det japansk-engelske, der begejstret benyttes i japanske reklamer - de opfinder og sammensætter meningsløse slogans (som f.eks. “Let’s go sports for the spirit city”), kun fordi det lyder godt. Glem alt om mening eller sammenhæng. På samme måde er vi fascineret af deres skrifttegn: de ser fantastiske ud og er enormt dekorative. Det er udtrykkets sanselige materialitet (lyden, synet), der feticheres. Indholdet er ligegyldigt, så længe udtrykket er eksotisk, fremmed og flot.

Udtrykkets vilkårlighed er netop det fænomen, der kendetegner postmodernismen. Udtrykkene kan sammensættes frit, og det er konteksten, der bidrager med betydningen. Postmodernismen blev indvarslet med popkunsten, hvor reklamens og massekulturens sprog blev adopteret af finkulturen. “Pop” stammer fra “populær, populus”, befolkning - det er folkets smag. Anne Marie Plougs malerier er halvfemsernes popkunst, for hun blander velkendte udtryk fra massesamfundets reklamer, playstation og tegneserier. Og det er dér, det japanske kommer ind, for der er vel næppe noget samfund i verden, som er mere kommercialiseret, kitschet, teknologiseret og moderne?

Faktisk har Japan været moderne i omkring 130 år. I 1860’erne blev Japan åbnet mod Vesten, og århundreders national isolation var brudt. Allerede ved Verdensudstillingen i England i 1862 var der udbredt begejstring over den japanske kunst og design. Edmond de Concourt skrev i 1884: “When I said that Japonisme was in the proces of revolutionizing the vision of the European peoples, I meant that Japonisme brought to Europe a new sense of colour, a new decorative system, and, if you like, a poetic imagination in the invention of the objet d’art, which never existed even in the most perfect medieval or Renaissance pieces”. Intet kunne være tættere på sandheden.

Japanske træsnit inspirerede de europæiske kunstnere så meget, at de (Manet, Whistler, Monet, Degas, Seurat, van Gogh, Gauguin, Toulouse-Lautrec, Signac, Art Nouveau-bevægelsen, Klimt og Matisse) udarbejdede et helt nyt dekorativt skemata, som bar kunsten ind i modernismen.

Men Vesten har også haft kolossal indflydelse på den japanske kunst og den japanske samfundsstruktur. Landet er blevet kapitaliseret i en grad, der overgår vores sidste rest af protestantisk mådehold. Alt er til salg: skolepigers brugte bind og snavsede trusser sælges i automater og visse vestlige mærkevarer udsættes for en nærmest psykotisk idoldyrkelse. Ring til en luder, mens du alligevel står i telefonboksen! Den japanske underholdnings- og forlystelsesindustri er eksploderet i quiz-shows (hvor deltagerne ydmyges på de mest sadistiske måder, f.eks. blev en række tabere i et show kørt ud til havnen, sat ind i en stor glasboks og filmet live, mens de rædselsslagne blev sænket ned i vandet), prostitution, spillehaller, tamagotchier.

Inden for musikindustrien har japanerne været forud i nogle år - og i dag er udbudet af japansk punk, heavy metal og elektronisk musik vokset, der findes 9 symfoniorkestre i Tokyo, og endelig er der popmusikkens Pizzicato Five, Fantastic Plastic Machine og Boom Boom Satelites. Popmusikken har været udbredt i Japan et godt stykke tid før Europa. Den første popsangerinde, der fik folk til at gå i massepsykose (i 1956 døde ti under en koncert) var Hibari Misora. Hun slog igennem med “Tokyo Boogie-Woogie” i 1948, og bevarede sin plads på toppen indtil sin død. Dengang blev der afholdt

en koncert med et levende orkester, hendes stemme i højttalerne og så ellers en tom scene. Denne gribende begivenhed skal ses i lyset af den blomstrende japanske karaoke-industri (kara - tom, oke - orkester), som tog rigtigt fart i slutningen af 70'erne, og som idag holder 6 mill. japanere syngende hver dag efter arbejde.

Karaoke kom til Sams Bar for adskillige år siden, nu også i selskab med sushien, Sony Playstation og mangategneserierne. Der produceres årligt 6 billioner publikationer i Japan, hvoraf manga tegner sig for de 2,1 billioner (hvis man stablede dem oven på hinanden ville det svare til 180 km, og lagde man dem ved siden af hinanden i lige linie, ville man kunne gå på dem tværs gennem Europa). Det er da massekultur, der er til at forstå! Men man skal ikke tage fejl af det: måske bliver det atter Japan, der forløser den vestlige kunst og løfter os ind i år 2000. I hvert fald har den vestlige og østlige kultur virket som et spejl for hinanden i dette århundrede: hvor vi til vores overraskelse kan se den skrupelløse kapitalistiske selvfremstilling i Tokyos bybillede, kan de japanske prostituerede nu se sig som kunstværker i et lille københavnsk galleri.

Birgitte Kirkhoff Olsen