

Södertörns högskola
Konstvetenskap

Relationen mellan Takashi Murakami och den neoliberal ekonomin

-konst som varor, varor som konst

Sharif Shawky

B-uppsats, vt 2006
Handledare: Dan Karlholm

Innehållsförteckning	Sida
Syfte och problemformulering	3
Forskningsläge	3
Material	3
Metod/tillvägagångssätt	3
Motivering av ämnesval	4
Kap 1. Presentation av konstnären och hans företag	5
Kap 2. Den neoliberala ekonomin under 1990-talet	8
Kap 3. Konst som varor, varor som konst	9
Kap 4. Mr DOB som konst/vara	12
Slutdiskussion	14
Sammanfattning	14
Källor och litteratur	15
Bildförteckning	16

Syfte och problemformulering

Denna uppsats är tänkt att belysa parallellerna mellan Takashi Murakamis konstnärskap och den japanska ekonomiska stagnationen under 1990-talet. Till en början ville jag jämföra tre olika verk, med avsikt att visa på en ev. förändring i Murakamis konstnärskap, men jag har inte hittat information kring detta. Jag vet att han utbildat sig inom den traditionella nihonga tekniken men jag har inga belägg för att han någonsin haft en utställning med sådana verk. Därför ser jag det som omöjligt att göra en komparativ studie mellan verken. Jag vill därför lägga vikten på att undersöka, som jag beskrev ovan, hur Murakami interagerar med och blir en del av den neoliberala ekonomin samtidigt som han behåller sin legitimitet som konstnär.

Forskningsläge:

Det finns i dag ingen samlad text som tar upp interaktionen mellan Takashi Murakamis konstnärskap och den neoliberala ekonomin. Det finns nätpublikationer och fanzine som beskriver och berör lätt hans konstnärskap, samt ett fåtal bokpublikationer som är i få upplagor och svåra att få tag på. Den enda kritiska källa till hans konstnärskap som jag hittat är Julian Stallabrass "art incorporated", där det endast står ett par rader, samt en nätpublikation som mer handlar om en av hans utställningar

Material:

Jag har inget specifikt huvudmaterial utan jag kommer att ta del av ett flertal nätartiklar, några artiklar, en bok som ger mig kunskap om den ekonomiska bakgrunden i Japan samt två bokpublikationer som givits ut i samband med hans utställningar som är de mest omfattande av mina källor.

Metod/tillvägagångssätt:

Jag kommer i följande kapitel ta upp olika företeelser eller verk som alla har koppling till Murakamis konstnärskap och den neoliberala ekonomin under 1990-talet. Jag börjar med att presentera den strategi och den bas som Takashi Murakami bygger upp för att skapa sig ett namn och mer därtill genom en presentation av honom och företaget Kaikai Kiki Co. Ltd. Därefter beskriver jag i korthet den tid och miljö som Murakami formas av och träder in i. Sedan diskuteras hur Murakami lyckats göra konst till varor och varor till konst. Avslutningsvis visar jag ett exempel på det.

Motivering av ämnesval:

För att säga det kort: Murakami förbryllar mig och gör mig konstant förvånad.

Det finns absolut inga gränser inom hans konstnärskap vare sig ekonomiska eller moraliska. Vad han än gör så motiverar och moraliserar han det utifrån sitt perspektiv, så till den grad att han verkar komma undan med i stort sett vad som helst. Jag vill arbeta mig fram till en förståelse av hans konstnärskap.

Jag har svårt att förvänta mig något utav detta arbete, mer än att jag och andra skall få en djupare förståelse för Murakami, på gott och ont. Eftersom allt verkar flyta på så obehindrat för honom så är det svårt att hitta kritik mot honom. Jag har som sagt endast två källor och de är extremt bristfälliga, resten får jag stå för.

Jag måste erkänna att jag varit väldigt ambivalent inför det han gör och det är i denna ambivalens som jag finner inspirationen till att ta mig an Murakami.

För mig är inte hans konst i sig, ur ett estetiskt perspektiv, något jag finner intressant. Utan det är mötet mellan livet utanför Murakami och hans konst som fascinerar mig väldigt mycket, samt hans beslut som leder till dessa. Hur mycket jag än ställer mig kritisk till det han gör så är det ofrånkomligt att Murakami faktiskt gör någon nytta.

Presentation av konstnären och hans företag

Takashi Murakami lever och arbetar i Asaka, Saitama och New York. Han är född 1962 i Tokyo. 1986 tar Murakami examen i Nihonga måleri vid Tokyo National University of Fine Arts and Music, Japan och 1988 MA, vid Tokyo National University of Fine Arts and Music, Japan. 1993 PhD, vid Tokyo National University of Fine Arts and Music, Japan.

Takashi Murakamis konstnärskap sammankopplas ibland med pop-konstnären Andy Warhol och mer samtida konstnärer som Damien Hirst. Det finns tydliga paralleller men det som definitivt är unikt för Murakami är att han marknadsför sig själv som konstnär, sina verk och varor, som han för övrigt inte särskiljer, då han är för massproduktion av konsten. Han är inte bara konstnär, han är även producent, organisatör, curator, teoretiker, entreprenör och VD för företaget Kaikai Kiki Co. Ltd. Vad han visar oss uppenbarligen är att konst kan fungera som ett konglomerat för kreativitet, produktion, distribution, ekonomi, teori, marknadsföring och samtidigt ha ett samtida uttryck som fungerar med ett fixerat mål.

Murakami säger i en intervju: "I wanted to be commercially succesfull". Han lägger sen till: "What I have done so far was to make a living. And I was highly strategic about what kind of paintings I should make for that purpose. Even this interview could be considered good for business"¹ Det kan tolkas som att Murakamis målorienterade hållning i dessa ord skulle betyda att han saknar genuint intresse av att utveckla sin konst, men så är inte fallet. Detta är mer ett resultat av hans analys av konst marknaden. Han säger i samma intervju: "Only those artists who have an ability in marketing can survive in the art world. Damien Hirst is a good example."

Senare:

I conducted research about the art market. There are examples of what an artist should do at a certain age. If someone wants to survive in any field, he or she should conduct about the field he or she belongs to. But most people don't bother.²

För att själv följa sina egna ord och sin vunna kunskap om marknaden så valde Murakami att lämna Japan, då Japan för honom inte var centrum i den västerländska samtida konstscenen. Han satte upp ett trestegsprogram för sin egen karriär:

¹ Takashi Murakami i en intervju med Mako Wakasa, 24 februari 2000 i Murakamis studio i Brooklyn, New York, © 2001, Journal of Contemporary Art, Inc.
Citerat från <http://www.jca-online.com/murakami.html> den 12 maj 2006.

² Ibid.

1. First gain recognition on site (New York). Furthermore, adjust the flavouring to meet the needs of the venue. 2. With this recognition as my parachute, I will make my landing back in Japan. Slightly adjust the flavourings until they are Japanese. Or perhaps entirely modify the works to meet Japanese tastes. 3. Back overseas, into the fray. This time I will make a presentation that doesn't shy away from my true soy sauce nature, but is understandable to my audience. At present, I've made it through the first gate in pretty good form.³

Det är uppenbart att Murakami strävar efter framgång och erkännande inte bara i väst utan även på hemmaplan. De medel han vet att han har till förfogande är "...Japanese art history, manga, anime, otakudom, J-pop culture, post-war history and imported accounts of contemporary art."⁴ För att befästa och öka förståelsen av sin konst för det japanska folket och skapa förståelse för ny japansk samtidskonst för västvärlden skapade han sin egen teori "The Super Flat Manifesto", som i princip binder samman gammal Japansk konst med samtidskonst och vidare med västerländsk samtidskonst och avslutas i ett konstaterande att Super Flat teorin är ett fenomen som inte bara är japanskt, utan globalt och att "The world of the future might be like Japan is today-super flat."⁵

För att skapa sig basen Hiropon Factory, som senare blev Kaikai Kiki Co. Ltd., där hans verk skulle uppstå började Murakami 1989 värva unga konststudenter som volontär arbetare. De fick endast lunch som betalning, tanken var att när Studio 1, som den först hette, i Asaka, Saitama öppnade 1991 skulle den först skapa hans verk för att sedan promota de yngre artisternas verk. På detta sätt banar Murakami väg för hans teoretiska super flat plan, då volontärernas konstnärskap i detta nya sammanhang agerar som Murakamis ambassadörer. Från början var de sju och bara fem år senare var de uppe i mer än 40 arbetare. Här kan man jämföra med Warhols Factory som förespråkade fri konst och fri kärlek, medan Murakamis Hiropon Factory fokuserade på en sak: att marknadsföra, producera och sälja Murakamis konst och övriga artiklar. Samtidigt fick assistenterna snabbkurser i de tekniska färdigheterna som krävdes för arbetet (Tex. airbrush, tejp tekniker mm), tillgång till information om den internationella konstscenen, utländska kontakter och kanske till och med fick vara med på en av Murakamis egen kurerade utställningar.⁶

Uppenbarligen var Murakamis tro på att han först måste bli erkänd i New York för att kunna nå framgång i sitt hemland stark, eftersom han beslöt sig 1996 i enlighet

³ Brehm, Margrit. *The Japanese Experience-Inevitable*. Published by Hatje Cantz Verlag. 2002. s. 36-40

⁴ Ibid.

⁵ Ibid.

⁶ Brehm, Margrit. *The Japanese Experience-Inevitable*. Published by Hatje Cantz Verlag. 2002. s. 54-55

med sin strategi att öppna en Hiropon Factory i New York. Denna fabrik koncentrerade sig på den europeiska och amerikanska marknaden. Även här var det japanska studenter på kortbesök som var arbetskraften. Samma sak gällde i New York, att sälja och skapa utställningar i Murakamis regi. Till detta producerade och såldes även affischer, vykort, T-shirts, mjukdjur, nyckelringar, musmattor och andra varor, alla med Murakamis motiv på. Det var i detta sammanhang som "Mr DOB" kom till och däri uppstod en ekonomisk boom som gav möjligheter till expansion i framförallt Japan samt ett införande av ett lönesystem för heltidsarbetarna.

Det var med Murakamis soloutställning "KAI KAI KI KI: Super flat" i en specifik Issey Miyake butik, år 2000, som övergången till Kaikai Kiki Co. Ltd föddes. Där låg nu fokus på effektivisering och expansion. 2002 öppnade ytterligare en produktionsfacilitet i Paris, samt en hemsida där varor säljs. Även ett införande av stämpelklockor gjordes för att hålla koll på arbetarna. Det är på huvudkontoret i Asaka som all marknadsföring och distribution sker, medan de övriga fabriker står för produktionen, precis som vilket företag som helst.⁷



Arbetarna vid Kaikai Kiki som slutför målningen som hänger i Foundation Cartier pour l'art contemporain i Paris. Fotot är taget den 26 juni 2002.

⁷ Brehm, Margrit. *The Japanese Experience-Inevitable*. Published by Hatje Cantz Verlag. 2002. s. 54-55

Den neoliberal ekonomin under 1990-talet

I Japan, liksom Skandinavien och övriga socialistiska regeringar i Europa fanns under 1980-talet en reglerad ekonomi, där staten, framförallt i Skandinavien, genom institutioner reglerade ekonomin och "skyddade" nationens ekonomi från yttre investeringar. Ekonomin var alltså i stort sett stängd för andra länders investeringar, men öppen för export till andra länder. När sedan under 1990-talet aktie- och landpriserna ökade markant i Japan till ohållbara priser så sprack bubblan och det ekonomiska miraklet sedan 1950-talet var nu ett minne blott. Efter att aktiemarknaden kraschade följde en ekonomisk stagnation och högre arbetslöshet. Japan hamnade i en svår deflationscykel och samtidigt steg arbetslösheten och osäkerheten inför framtiden, som medförde att folk började hålla i sina pengar och spara dem, vilket ledde till ytterligare minskad tillväxt. Problemet låg inte hos exportmarknaden, där många japanska företag fortfarande var framgångsrika, utan mer på den inhemska marknaden. Regeringen försökte svara med ökade offentliga utgifter och lägre räntor men mötte svårigheter med att återstarta tillväxten. Detta medförde en hård kritik mot de reglerande institutionerna som framförallt kritiserades för att inte släppa in utländskt kapital som skulle kunna ge upphov till nationell stimulans. Vacklande ekonomisk tillväxt och synande av korrupta relationer mellan företag, banker, politiska partier och byråkrater gav upphov till en misstro inför välfärdsstaten. Både inom Japan och utifrån kom påtryckningar om att införa en marknadsekonomisk neoliberal modell, som även pressades ytterligare och gjordes oundviklig pga. globaliseringen.

Japan har därför under en ökad press, kommit att tillåta en större mobilitet av kapitalet och ett minskat inflytande över en reglering av finansmarknaden. Utländskt kapital har strömmat in i Japan och som exempel på det kan nämnas Renaults uppköp och rationalisering av ett svagt Nissan. Efter 1996 års sk. "big bang" som innebar en total avreglering av bank och finansväsendet så har Japanskt kapital nått en högre frihet, även inträdet av utländskt finansiellt intresse i landet möjliggjordes. Konkurer och rationalisering följde ytterligare i takt med att de nationella institutionerna förlorade sitt beskydd.⁸

Den neoliberal ekonomin spred och befäste sig över världen under 1990-talet. I vissa av dessa territorier, Tex. Skandinavien och Japan, fungerade konsten i många fall som en sorts förespråkare för neoliberalism. Detta fick sitt uttryck i kritik mot den bekväma men kvävande socialdemokratin genom frågor kring frigörande identitetspolitik, konsumtion, vulgaritet och dekadenta nöjen. Sådana verk var nyttiga,

⁸ Fulcher, James. *Capitalism, A Very Short Introduction*. Oxford University Press. 2004 S. 77,78.

då de öppnade upp för tidigare undertryckta perspektiv men samtidigt fick de en mer eller mindre tydlig funktion som förespråkare för privatisering.

De flesta konstnärer tenderar att vara lite ambivalenta inför konsumtionskulturen. Det finns en viss fascination men också nervositet över den. Fascination, då konsumtion alltmer har blivit en kulturell företeelse som inkluderar inte bara varan utan även användandet och förbrukandet av bilder och ljud. Nervositet, eftersom produktionen av dessa varor är så omfattande och överflödiga, samt att de är närvarande överallt. Dessutom uppstår frågan: om varor blivit kultur, vilken roll och plats har då konsten?

Varor blev under 1990-talet mindre funktionella objekt och mer flyktiga kulturella rörelser och företeelser inom ett sofistikerat, självrefererande spel.⁹

Konst som varor, varor som konst

Det är här Takashi Murakami kommer in i bilden. Murakami utexamineras som doktor precis under denna instabila tid i Japan. Han har varit med om det socialistiska välfärdssamhället och hamnar mitt i dess fall. Han besitter uppenbarligen en tro inför den neoliberala ekonomin. Skillnaden mellan honom och många andra konstnärer är att han inte är ambivalent inför konsumtionskrafterna, snarare tvärtom, då han förespråkar för massproduktion. För honom är varor konst och konst varor.¹⁰ Frågan måste ställas varför Murakami ser varor som konst och konst som varor. Murakamis verk är mer eller mindre en exakt avbild av ett konsumtionsföremål och man kan tolka detta som att det är just det som är själva responsen på ett samhälle som är dominerat av dessa. För att återgå till nervositeten som många konstnärer känner inför konsumtionsvarans hot mot konsten så kan Jean Baudrillards användande av termen "absolute merchandise" skapa rysningar, när han påstår att den enda lösningen för konsten att ge sig på kommersialiseringen av varor är att konsten blir mer en vara än varan själv. För Murakami gäller som sagt att han inte ser någon skillnad på sin konst och sina varor. Hans mål enligt honom själv är att tala till och om det japanska samhället genom att skapa och distribuera verk som är förstådda av alla.¹¹

⁹ Stallabrass Julian. *Art Incorporated*. Oxford University Press. 2004. s. 73-76.

¹⁰ Takashi Murakami i en intervju med Mako Wakasa, 24 februari 2000 i Murakamis studio i Brooklyn, New York, © 2001, Journal of Contemporary Art, Inc.
<http://www.jca-online.com/murakami.html> den 12 maj 2006.

¹¹ Cruz Amanda, et al. *Takashi Murakami: The Meaning of the Nonsense of the Meaning*. Published by the authors and the Center for Curatorial Studies Museum, Bard College. 1999. s. 15-18.

Man kan ifrågasätta denna kanske naiva strategi. Martha Rosler beskriver situationen inom videokonsten: hon menar att inget passar den medvetna industrin bättre än att ha konstnärer som leker med representationsmedlen, dess gränser och samtidigt skapar nya strategier som kan användas för ny djärvare marknadsföring.¹²

Min egen tolkning av Takashi Murakamis beslut och förkärlek till att använda sig av "absolute merchandise", tror jag bottnar i en naiv tilltro till kapitalismen och dess mekanismer. Det som jag finner intressant hos Murakami är just tilltron till att hans verk skulle kunna effektivt operera inifrån kapitalismen. Många andra konstnärer har en mer marxistisk hållning och kritiserar konsumtionssamhället utifrån, genom att synliggöra dess mekanismer. Det paradoxala är att Murakami kritiserar konsumtionssamhället samtidigt som han använder sig av det och dessutom driver ett företag som är kapitalismen i miniatyr. Det är som att kapitalismen har trängt sig in i konsten till den grad att konsten blivit/är kapitalismen. Tidigare har kapitalismen påverkat genom sponsring och köp av verk, men nu när konsten i sig blivit vinstdrivande så har konsten fått ett nytt ansikte. Ett ansikte som kan illustreras genom att återgå till Hiropon Factory som jag nämnde i föregående kapitel. I dagens samhälle kanske det låter som väldigt generöst med de förmåner som arbetarna vid Hiropon Factory fick, men i längden dumpas arbetskraftens möjligheter och betalning och det räcker att en människa i det sammanhanget faller ur med inte mycket kvar i sina händer för att hela apparaten förlorar sin legitimitet.

Denna arbetskraftssituation skulle man kunna tolka som ett utsugande, som följer kapitalismens struktur, eftersom det bytesvärde som arbetskraften skapar är mer än vad den själv kostar.¹³ Mervärdet av detta faller helt i Murakamis händer och man kan fråga sig om det värde som utfaller i gengäld med en viss uppmärksamhet för assistenternas konst motsvarar det mervärdet som tillfaller Murakami.

För att legitimera Murakamis konstnärskap och verksamhet blir jag tvungen till att se Murakamis bild av kapitalismen och konsumtionssamhället som en enda stor rullande "maktboll" som inte går att stoppa utifrån, utan endast från insidan, vilket är ett scenario som jag förhåller mig väldigt skeptisk till.

Murakamis konst uttrycker enligt honom själv hopplöshet. Hopplöshet inför vad kan man fråga sig när all hans konst ser väldigt glad ut.

¹² Stallabrass Julian. *Art Incorporated*. Oxford University Press. 2004. s. 77.

¹³ Kjörup, Søren. *Människovetenskaperna*. Studentlitteratur. 1999. s. 288-289.

If my art looks positive and cheerful, I would doubt my art was accepted in the contemporary art scene. My art is not Pop art. It is a record of the struggle of the discriminated people.¹⁴

Att Murakamis konst är accepterat på konstscenen har ingenting med uttrycket att göra i min mening. Mycket av hans konst ser glad ut. Anledningen till acceptansen på konstscenen handlar mer om skapandet av en teori.¹⁵ Vilka är de diskriminerade som Murakamis konst slåss för? Otaku är folket som Murakami tillägnar sitt engagemang för. De är besatta fans av diverse pop kulturfenomen, mestadels av anime och manga. De tillhör en signifikant subkultur i Japan, där mangapublikationer har en stor marknad med tillhörande varor. Den stereotypa otaku är en ung datanörd som lever för obskyra animetrivialiteter. De tillfredställer deras (mestadels sexuella) fantasier genom manga och anime karaktärer och har en väldigt liten kontakt med tjejer i deras egen ålder. Murakami sympatiserar och försvarar dem men anser sig själv inte vara en av dem. Han anser att de är rena dillitanter som aldrig skapar någonting. Samtidigt som han uttrycker: "I am one of the people who are categorized as otaku... I like to immerse myself in thinking and talking about things in the fantasy world that have no role in society whatsoever."¹⁶

Tillsist visar Murakami sin hopplöshet, genom att hans konstnärskap och konst aldrig visar på något alternativ än att bli en del av kapitalismen för att endast knappt kunna hoppas på en framtida förändring.

Det som idag saknas är ett tydligt uppvisande på alternativ innan vi alla glömt det som en gång inte var kapitalism. Det finns något apokalyptiskt i Murakamis konstnärskap. Han är som en kolsvart film som håller på i två timmar utan att ge någon som helst ljusglimt och gör detta med ett färgglatt leende.



¹⁴ Takashi Murakami i en intervju med Mako Wakasa, 24 februari 2000 i Murakamis studio i Brooklyn, New York, © 2001, Journal of Contemporary Art, Inc.
<http://www.jca-online.com/murakami.html> den 12 maj 2006.

¹⁵ Arthur Danto hävdar att konsteorin gör konsten möjlig. Vilket medför att det är möjligt att befinna sig på konstens domän utan att någon konsteori har sagt något om det. Med andra ord fodras det en teori för Murakami för att möjliggöra hans konst som konst, därav skapandet av hans egen teori: Super Flat. Kungl. Konsthögskolan. *Konsten och konstbegreppet*. KAIROS. Raster förlag. 1996. s. 93.

¹⁶ Cruz Amanda, et al. *Takashi Murakami: The Meaning of the Nonsense of the Meaning*. Published by the authors and the Center for Curatorial Studies Museum, Bard College. 1999. s. 18.

Mr DOB som konst/vara

Mr DOB eller DOB är en karaktär som skapades ur Murakamis behov att tala till och nå den japanska publiken. DOB påminner om Walt Disneys "Mickey Mouse", men är egentligen hämtad från en apliknande figur från Hong Kong. DOB föddes i en målning, eller snarare som en simpel liten guld logotyp på ett lila fält (DOB Genesis, 1993).¹⁷ Till Murakamis förvåning blev DOB inte vidare väl bemött. Ambitionen att nå den japanska publiken medförde ett anpassnings åtagande av DOB, till att mer efterlikna andra mer välkända bilder inom manga och övriga japanska serietidningar. Från dessa lånade han sina stora ögon och blev alltid medvetet söt eller barnslig, i enlighet med det japanska kawaii konceptet.¹⁸ Genom användandet av kawaii så har alltså Murakami närmat sig den japanska publiken och mer därtill. Från de mer konventionella tidiga representationerna utvecklades DOB till att bli alltifrån mångögd, bubblande, flytande och uppblåsbar till ett monster med vassa tänder. Han återkommer precis överallt, i klockor, som klockor, målningar, ballonger, mjukdjur, på T-shirts, som boll mm.¹⁹

DOB finns representerad både i institutioner som museum och gallerier och även på några av de skateboard- ramper belägna i vilken Tokyo förort som helst. Med andra ord kan det sägas att DOB har blivit en del av mainstreamkulturen och finkulturen och har då på detta sätt upplöst gränserna mellan båda världar eftersom de uppenbarligen hämtar bilder från samma källa. Det kan dock tilläggas att målgruppen förmodligen skiljer sig i sin konsumtion av DOB²⁰

DOB är alltså ett konstverk samtidigt som han är en vara med registrerat copyright skydd, precis som vilken vara som helst. Med det medföljer det som en upphovsman kan utsättas för, nämligen försvarandet av sitt copyright skydd i ett

¹⁷ McGee, John. *ART Takashi Murakami: Summon Monsters? Open the Door? Heal? Or Die?*. <http://metropolis.japantoday.com/tokyoart/394/tokyoartinc.htm> den 12 maj 2006.

¹⁸ Kawaii (gullighet) konceptet är en dominerande kraft bland unga japanska män och kvinnor ända upp i trettioårsåldern. Man kan hitta det inom manga, anime, leksaks, sex och reklamindustrin mm. Det finns i princip överallt i den japanska konsument kulturen. En polismyndighet kan Tex. ha en maskot som uttrycker kawaii. Konceptet uttrycks genom ting som är gulliga, söta, vackra och underbara, men är ändå inte bundna till endast dessa egenskaper. Samtidigt skapas en känsla hos konsumenten av något som är dyrbart för honom/ henne med hjälp av dessa uttryck och som dessutom skall ge upphov till en känsla av att vi vill ta hand om objektet och skydda det som är oskyldigt och rent. Hasegawa, Yuko. *Post-identity Kawaii: Commerce, Gender and Contemporary Japanese Art*

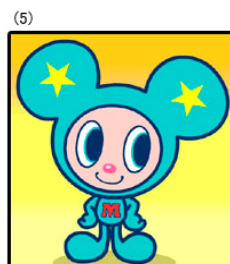
¹⁹ Cruz Amanda, et al. *Takashi Murakami: The Meaning of the Nonsense of the Meaning*. Published by the authors and the Center for Curatorial Studies Museum, Bard College. 1999. s. 16-18.

²⁰ Brehm, Margrit. *The Japanese Experience- Inevitable*. Published by Hatje Cantz Verlag. 2002. s. 15.

rättegångsärende. Som exempel kan nämnas Narumiya fallet som Murakami driver för att de använt sig av en karaktär som konnoterar starkt till DOB.²¹

(Takashi Murakami)
Copyrighted Work "DOB-kun"

Copyrighted work [5] was not considered to bear resemblance. (However, Murakami does not agree with this ruling.)



Om nu DOB är ett konstverk som till det yttre ser ut som vilken produkt som helst så är det svårt att definiera varför just DOB utnämns till att vara ett verk medan andra prylar inte är det. Det enda som jag kan komma fram till är att DOB som symbol representerar något annat än vad övriga varor gör. Som jag nämnde tidigare så blev varorna under 1990-talet och framåt mindre funktionella objekt och mer symboler för ett företag och dess tillfälliga filosofi/säljstrategi. Asada Akira förklarar denna trend:

When this reaches its furthest development,...the product ends up disappearing and the only symbolic images which surround the business, the product, or the brand, remain”²²

Detta tror jag förklarar Murakamis samtliga verk/varors existens. Det är alltså symbolen som överlever i det hav av objekt och tanken är att hans symbol står för, med hans egna ord, det diskriminerade folket otaku. Det som då bör poängteras är att om varje vara/märke är en symbol för något annat så handlar marknadsföringen om att presentera och sälja in det symboliska innehållet i varje vara/märke. Eftersom de flesta företag konstant byter både det symboliska innehållet som de applicerat i deras vara eller märke, för att anpassa sig efter marknadens behov, så blir Murakamis varor/märke en symbol som blir beständig/fixerad i detta hav som är i konstant rörelse. Ett hav som utgörs av rörliga/dynamiska symboler.

²¹ Kaiikai Kiki Co., Ltd. Regarding Narumiya Lawsuit.
http://www.kaiikaikiki.co.jp/regarding_the_amicable_settlement/ den 15 maj 2006.

²² Cruz Amanda, et al. *Takashi Murakami: The Meaning of the Nonsense of the Meaning*. Published by the authors and the Center for Curatorial Studies Museum, Bard College. 1999. s. 17.

Slutdiskussion

Vad jag tror Murakami hittills sålt mest på är det faktum att hans konst är varor. Det intressanta blir då vad Murakami gör den dagen han inte säljer någonting pga. att symbolen konst som vara är uttjatad för marknaden. Kommer han då att som vilket företag som helst anpassa och förändra symbolen för att öka säljstatistiken, eller kommer han att utveckla sitt konstnärskap vidare i nya riktningar. Kanske är det så att hans koncept aldrig kan uppnå stagnation så länge som den rörliga neoliberala ekonomin existerar som dess motpol? Dessa är frågor som jag verkligen ser fram emot att få besvarade. Kanske har han redan frångått sin slitna symbol och skapat en ny? Enda för mig tillgängliga sättet att få svar på det, är genom företaget Kaikai Kiki Co. Ltd. hemsida som skapades just för att marknadsföra Murakamis varor/märke. Denna hemsida som nu är mitt under omkonstruktion!

Sammanfattning

Med denna uppsats måste jag verkligen betona att jag ökat min förståelse för Takashi Murakami och hans konstnärskap. Gradvis tog jag mig in i hans konstnärskap. Till en början är det väldigt lätt att fastna vid spektakulära uttryck i hans konst och grubblerier kring hur hans varor blivit konst, men glappet däremellan är alldeles för stort för att sådana tankar skall kunna mynna ut i något fruktbart. Men genom att först försöka förstå sig på hans verksamhet mot ljuset av den ekonomiska kontexten framhävdes gradvis detaljerna kring hur hans varor blivit konst. Jag kom fram till att hans konst egentligen handlar om symboler i relation till andra symboler, där spänningen ligger i att Murakamis är beständiga/ fixerade medan de övriga är rörliga/ dynamiska. Utan Murakamis beständiga/ fixerade symboler som retar den så tillsynes naturliga harmonin i det rörliga/ dynamiska hav av övriga ekonomiskt knutna symboler hade jag definitivt inte förstått att dem är rörliga.

Källor och litteratur

Takashi Murakami i en intervju med Mako Wakasa, 24 februari, 2000 i Murakamis studio i Brooklyn, New York, © 2001, Journal of Contemporary Art, Inc.

Citerat från <http://www.jca-online.com/murakami.html> den 12 maj 2006.

Brehm, Margrit. *The Japanese Experience-Inevitable*. Published by Hatje Cantz Verlag. 2002.

Fulcher, James. *Capitalism, A Very Short Introduction*. Oxford University Press. 2004

Stallabrass Julian. *Art Incorporated*. Oxford University Press. 2004.

Cruz Amanda, et al. *Takashi Murakami: The Meaning of the Nonsense of the Meaning*. Published by the authors and the Center for Curatorial Studies Museum, Bard College. 1999.

Kjørup, Søren. *Människovetenskaperna*. Studentlitteratur. 1999.

Danto, Arthur. *Konstvärlden*. 1964. Ur: Kungl. Konsthögskolan. *Konsten och konstbegreppet*. KAIROS. Raster förlag. 1996.

McGee, John. *ART Takashi Murakami: Summon Monsters? Open the Door? Heal? Or Die?*. <http://metropolis.japantoday.com/tokyoart/394/tokyoartinc.htm> den 12 maj 2006.

Hasegawa, Yuko. *Post-identity Kawaii: Commerce, Gender and Contemporary Japanese Art*. Ur: Lloyd, Fran. *Consuming Bodies: Sex and Contemporary Japanese Art*. London, 2002.

Kaikai Kiki Co., Ltd. Regarding Narumiya Lawsuit.

http://www.kaikaikiki.co.jp/regarding_the_amicable_settlement/ den 15 maj 2006.

Bildförteckning

Nedan följer en lista över bilderna i den ordning de presenteras:

Framsida:

Fotograf okänd.

<http://www.seriouswheels.com/2005/2005-Nissan-Pivo-Concept-Takashi-Murakami-1600x1200.htm>

Framsida:

2005-Nissan-Pivo-chan-Smiling-1

http://cache.jalopnik.com/cars/images/nissan_pivo_murakami.jpg

s.7.

Murakami Takashi. TAN TAN BO PUKING

-A.K.A. GERO TAN 2002

Akrylic on canvas mounted on board, 360x720x6,7cm

© 2002, Takashi Murakami.

Installation view with painters from Kaikai Kiki finishing the painting in the Foundation Cartier pour l'art contemporain in Paris while the opening of June, 26, 2002.

© 2002, Fluid.

Ur: Brehm, Margrit. *The Japanese Experience-Inevitable*. Published by Hatje Cantz Verlag. 2002.

s.11.

DOB av Takashi Murakami

<http://users.telenet.be/hmmm/Pics/dob9.jpg>

s.13.

Kaikai Kiki Co., Ltd. Regarding Narumiya Lawsuit.

http://www.kaikaikiki.co.jp/regarding_the_amicable_settlement/ den 15 maj 2006.