

Studium Generale organiseert in samenwerking met  
*Research Profile Asian Modernities and Traditions*  
(AMT):

WELCOME TO THE  
**ASIAN**  
CENTURY

*Hoe Aziatische  
popcultuur  
het westen bereikt*

# WELCOME TO THE ASIAN CULTURE

Er wordt recentelijk veel gespeculeerd of de 21ste eeuw inderdaad de Aziatische eeuw wordt. Zowel binnen als buiten de academische wereld zijn we geïnteresseerd in wat voor nieuwe uitdagingen dit met zich meebrengt. Azië en Aziatische cultuur zijn al eeuwen onder ons, vaak in die mate dat ze niet langer als dusdanig worden opgemerkt. De laatste decennia echter leren velen in het Westen Azië vooral kennen door populaire cultuuruitingen als manga, de Koreaanse wave, Chinese kung fu en Bollywood films. Anders dan een nationale geschiedenis of de 'power play' van politiek en economie, verschaft de entertainmentindustrie in Azië ons een beeld van dynamische culturele verandering. Wat leert populaire cultuur ons over de culturele verhouding tussen Oost en West? Hoe kunnen wij streven naar een nieuw soort 'gelettertheid' in dit soort populaire tradities? En wat zegt de enorme populariteit van Aziatische pop onder Westerse jongeren? Is dit een schoolvoorbeeld van de aanstaande 'Azianisering' van het Westen of hebben we hier eerder te maken met een nieuw soort globale pop esthetiek? Deze serie laat zien en horen hoe vandaag de dag Aziaten, jong en oud, via populaire muziek, film, internet en bijbehorende levensstijlen op alledaagse wijze omgaan met moderniteit in een bepaald deel van de wereld. Maar, ook hoe vaak grensoverschrijdende artiesten en hun publiek in verschillende contexten vragen op roepen over wat nu 'traditie' en 'goede' smaak behelst en wat als sociaal wenselijk wordt aangemerkt. Kijk en luister met ons mee, de Aziatische eeuw belooft opwindend te worden.

woensdag 18 april 2012

**Tussen Oost en West, klinkt Islamitische Pop: religieus entertainment in Moslim Zuidoost Azië**

Bart Barendregt, universitair docent Instituut Culturele Antropologie/Ontwikkelingssociologie, Universiteit Leiden en onderzoeker bij het KITLV-KNAW

Eind tachtigerjaren en op de golf van een Islamistische reveil zoeken Zuidoost Aziatische moslims naar de antidota voor oprukkend Westers seculier entertainment die volgens velen een jongere generatie corrumpeerde en in de handen van breidelloos consumerisme dreef. *Nasyid*, een eeuwenoude sufi traditie gevoed door Middenoosters moslim verzet werd daarbij getransformeerd in een populair muzikale vorm waarbij men het beste uit Oost en West combineert; a cappella gezongen hymnen en sociaal maatschappelijke kritiek worden gekoppeld aan het hippe, mondaine en laatste modieuze geluid van globale pop, waarbij de Moslim pop artiest niet slechts predikt of onderwijst maar in raad en daad model staat voor een utopische Islamitische samenleving.

De hoogtijdagen van *nasyid* vielen in de periode 2000-2005 toen de entertainmentindustrie in zowel Indonesië en Maleisië volop de ruimte gaven aan het genre. Maar ook vandaag de dag blijft de muziek een onontbeerlijk element in de identiteitskit van Islamitische studentactivisten in grotere steden als Jakarta, Bandung of Kuala Lumpur. In een notendop toont *nasyid* ons hoe Moslim artiesten en hun fans in Zuidoost Azië de delicate balans verkennen tussen Oost en West, tussen pop, politiek en piëteit, zonder dat dit een noodzakelijke contradictie hoeft te zijn in een levensstijl die funky is maar bovenal syriah.

woensdag 25 april 2012

**Films en fans: van Kollywood tot Beverwijk**

Roos Gerritsen, PhD student Instituut Culturele Antropologie/Ontwikkelingssociologie, Universiteit Leiden

De Indiase filmindustrie behoort tot de meest omvangrijke filmindustrieën ter wereld. Niet alleen in het aantal films dat er geproduceerd wordt, maar ook in de verstrekkende circulatie en consumptie. Mondiaal is vooral Bollywood, gelegen in Mumbai, bekend. Maar door India's verscheidenheid aan talen heeft bijna elke linguïstische regio haar eigen filmindustrie, acteurs, regisseurs en publiek. De Tamil filmindustrie, ook wel Kollywood genoemd, is één van deze regionale film-

industrieën met een potentieel publiek van ongeveer 75 miljoen Tamil-sprekers in India, Sri Lanka en een wereldwijde diaspora.

Deze lezing gaat in op de consumptie en circulatie van Tamil films in India en daarbuiten. Kollywood heeft een opmerkelijke geschiedenis waarin haar acteurs en regisseurs nauwe banden met de politiek onderhouden. Wat hebben deze banden betekend voor de inhoud van films? En wat doet het publiek met deze samenvloeiing van film en politiek? Ik zal vooral ingaan op de aanwezigheid van de duizenden fan clubs die zijn ontstaan voor Kollywood acteurs. Aan de hand van hun praktijken zal ik laten zien hoe door participatieve filmcultuur en politieke praktijken verbeelding en identiteitsvorming in het dagelijks leven tot uiting komen. Daarnaast zal deze lezing ook ingaan op de internationalisering van Kollywood en andere Indiase filmindustrieën. Wat maakt hen populair in Nigeria of bijvoorbeeld Macedonië? En wie kijken er naar deze films? Hoe is het 'lokale' van regionale filmproducties zo globaal geworden?

woensdag 9 mei 2012

**Popcultuur uit Hongkong: het gevoel van Wong Kar-wai**  
[Anne Sytske Keijser, docent aan de opleiding Chinastudies, Universiteit Leiden](#)

Wong Kar-wai (Shanghai, 1956) geniet zowel in Azië als in het Westen een cultstatus. Waaraan heeft Wong die status te danken? In Hongkong vestigde hij zijn naam met de gangsterfilm *As Tears Go By* (1990). In het Westen raakte hij bekend na *Chungking Express* (1994), over twee politieagenten met liefdesverdriet. Wongs grote doorbraak kwam met *In the Mood for Love* (2000), over liefde, gemiste kansen en het verstrijken van de tijd, tegen de achtergrond van het Hongkong van de vroege jaren zestig van de vorige eeuw. Wong Kar-wai's films gaan niet zozeer om een plot als wel om een gevoel. Hoe maakt Wong dat gevoel zichtbaar op film?

woensdag 16 mei 2012

**Schattigheidscultuur, het 'meisjes'-fenomeen en populaire cultuur in hedendaags Japan**  
[Ivo Smits, hoogleraar Letteren en Culturen van Japan, Universiteit Leiden](#)

Sinds het einde van de vorige eeuw wordt de Japanse populaire cultuur gedomineerd door een ogenschijnlijk ongreepbaar en elastisch fenomeen dat 'schattigheid'

(kawaii) genoemd wordt. Verpersoonlijking van Japanse 'schattigheid' zijn de 'meisjes', of shōjo; zij vormen een groep die niet zozeer door leeftijd als wel door sociaal-cultureel gedrag gedefinieerd wordt. Voor het gemak associëren critici de verregerende identificatie met consumptiegoederen van de Japanse jongerencultuur vaak met een doelloze 'leegheid' die zowel economisch als cultureel bepalend zou zijn voor de laat-twintigste en vroeg-eenentwintigste eeuw. Het zelfbeeld dat de shōjo hebben valt onder meer op door het ideaal van 'schattigheid'; shōjo cultiveren de smaak van 'cute' (kawaii). Een tweede karakteristiek is de schijnbare seksloosheid van het shōjo-universum; shōjo hebben geen mannen nodig. Shōjo consumeren niet alleen, zij produceren ook. Literatuur is maar één onderdeel van de culturele uitingen van het shōjo-fenomeen. Ook strips, televisie, Internet en theater vertellen hun verhaal. Inmiddels heeft de Japanse 'cuteness' ook de wereld van de kunst bereikt. Dit college behandelt beeld en zelfbeeld van de shōjo als manifestatie van Japanse 'coole' schattigheid en hun invloed op de hedendaagse cultuur van Japan.

*Bij Leiden University Press verschijnt in 2012 de bundel 'Hello Kitty & Gothic Lolita's', onder redactie van Ivo Smits en Katarzyna Cwiertka, met als thema Japanse schattigheid.*

woensdag 23 mei 2012

**Remix, Recycle, and History in YouTube Local Practices**

[Nuraini Juliastuti, PhD student Asian Modernities & Traditions, Universiteit Leiden](#)

Megamix Militia is a collaborative project designed to problematize cultural production practices within the intersections of media technology convergence and increasing control of copyright regime. The first compilation of Megamix Video Militia collects remixed videos that are already being distributed in YouTube by Indonesian users. The first part of the series is made to examine the creative behaviour of internet users. Youtube has become one of the most popular video distribution services in the world as well as among local users. Its growing role as a contemporary documentation system also makes it gaining in popularity as a kind of new museum. Easier access to upload and watch audiovisual materials via Youtube is provided especially after the use of smart phone technology has become

widespread in the general society. While most of the content generated is thematically dominated by humour or comedy, in terms of forms, the kind of approach that the users have been applying, ranging from politically-fused jokes to slapsticks, is far from singular. Dubbing has been one of the prominent techniques in remixing already existing works. Using the above example, I will explore both the nature of cultural production and discourses that are locally triggered by these practices. Playfulness and fun that are inherent in new technologies development raise a question: is remix a strategy to cope with local problems? The next questions are where is the limit of such remix practices and what aspects have made them possible? How can it be mobilized towards more critical social understanding?

woensdag 30 mei 2012

**Van wave naar wave:**

**Koreaanse populaire cultuur in de wereld**

Remco Breuker, hoogleraar Koreastudies,  
Universiteit Leiden

Zuid-Koreaanse populaire cultuur is wereldwijd een hot commodity. Koreaanse tv-drama's, films en popmuziek veroverden Japan en China al jaren geleden en in het Midden-Oosten zijn Koreaanse soapacteurs bekende verschijningen op de televisie. Ook Europa en Amerika beginnen nu langzaam maar zeker de aantrekkingskracht van de hedendaagse Zuid-Koreaanse popcultuur te voelen.

Deze *Korean Wave* is niet zonder precedent. Al in de veertiende eeuw klaagden Chinezen in Beijing over de alomtegenwoordigheid van Koreaanse liedjes, mode en kapsels. In de jaren dertig van de vorige eeuw veroverde danseres Ch'oe Sünghŭi kortstondig de harten van Japanners, Europeanen en Amerikanen met haar door Koreaanse tradities geïnspireerde ballet en brak ze het hart van *heart throb* Robert Taylor. En de hausse aan Kung Fu films onder leiding van Bruce Lee in de jaren zeventig en tachtig was niet mogelijk geweest zonder de vele Zuid-Koreaanse acteurs, regisseurs en producenten die vaak onder de Chinese versie van hun naam wereldberoemd werden.

De Koreaanse popcultuur is dichterbij en bekender dan we vaak weten. Waarin schuilt de aantrekkingskracht van de verschillende golven Koreaanse populaire cultuur? En brengt deze laatste golf wat anders dan de eerdere waves?

**Tijd:**

Woensdagavonden  
19.30 tot 21.00 uur

**Plaats:**

zaal 003  
Lipsiusgebouw (1.175)  
Cleveringplaats 1  
Leiden

**Toegang gratis, iedereen welkom!**

**Informatie/organisatie:**

Studium Generale Universiteit Leiden  
Postbus 9500  
2300 RA Leiden  
y.leunissen@sea.leidenuniv.nl  
071 527 7283 / 7295 / 7296  
www.studiumgenerale.leidenuniv.nl