

Freek Vossenaar

Kijken in de ziel van Japan

INKIJKPAGINA'S

Uitgeverij Balans

‘What alternative is there to the media’s “Us” versus “Them”? The danger is that if it is used to prop up this “righteous” position of “ours” all we will see from now on are ever more exacting and minute analyses of the “dirty” distortions in “their” thinking.

Without some flexibility in our definitions we’ll remain forever stuck with the same old knee-jerk reactions, or worse, slide into complete apathy.’

– Haruki Murakami, *Underground: the Tokyo Gas Attack and the Japanese Psyche* (2001)

Inhoud

1. Het tijdperk van Super Mario	9
2. Is er zo'n land, zijn er zulke mensen?	14
3. Gastvrijheid, harmonie en de angst voor het vreemde	26
4. <i>Thank you, keep the change</i> : de valkuilen van de taal	47
5. Alles draait om vrouwen	65
6. De keizer is een god, is een man	94
7. Kroonjuweel van de cultuur: de Japanse keuken	109
8. Boeren en platteland: de leegloop	126
9. Tokio, een groeiende stad in een krimpend land	138
10. Walvis, de nationale kost	152
11. De aardchok en het gebroken vertrouwen	166
12. Goden en geesten, geloof en bijgeloof	192
13. De juiste fightingspirit	208
14. Het werk moet gedaan worden	232
15. Popcultuur: hoe 'cool' is schattig Japan?	242
16. Nooit meer oorlog	262
17. Japan 2030	282
Nawoord	300
Geraadpleegde literatuur	302

Het tijdperk van Super Mario

Op 21 augustus 2016 vond in Rio de Janeiro de slotceremonie van de Olympische Spelen plaats. Tijdens de wervelende show in een volgepakt Maracanã-stadion kreeg Tokio ruim aandacht als gastheer van de volgende Spelen. Na de intocht van de feestende atleten, als de happening ongeveer een uur en vijftig minuten bezig is, krijgen de Japanse organisatoren de gelegenheid zich te presenteren. En dat doen ze op geniale wijze, wat mij betreft zelfs een onvergetelijke manier. Het hoogtepunt wordt ingeleid met een korte video. We zien succesvolle Japanse sporters tegen de achtergrond van toeristische hoogtepunten in Tokio, terwijl ze worden aangevoerd door culturele iconen zoals stripheld Captain Tsubasa, een als cheerleader acterende Hello Kitty, de robotkat Doraemon en een racende Pac-Man. De sleutelscène in de video begint als de Japanse premier Shinzo Abe weggrijdt van het Japanse parlement in Tokio en constateert dat hij niet op tijd in Rio de Janeiro kan zijn. Dan wordt hij digitaal omgevormd tot Super Mario, springt hij in de wijk Shibuya in een buis die de aarde doorboort en jawel – einde video – daar springt hij in het midden van het stadion ineens tevoorschijn in een Super Mario-outfit, met cape en rode pet. Het stadion en de sociale media ontploften zowat.

Ik heb die scène nog een paar keer op YouTube teruggekeken. De gouverneur van Tokio, mevrouw Koike, staat in een traditionele kimono op een podium. Dat past bij haar rol, en bij de braafheid die je van een officiële Japanse delegatie zou verwachten. Maar zodra de video begint, presenteert Japan zich van een andere kant. De swingende muziek en het gebruik van culturele symbolen zijn fantastisch, en ronduit meesterlijk is het optreden van Abe zelf: de

saai gedegen politicus die zich voor de gelegenheid kleedt in het kostuum van een populaire videogameheld, en zo de metaforische en fysieke verbinding legt tussen de Japanse populaire cultuur en de overheid. De show onderbouwt op een weergaloze manier het imago van een moderne en cultureel rijke natie, hip en dynamisch, met bovendien aandacht voor seksuele diversiteit door in de video het beroemde voguende koppel AyaBambi als danseressen op te nemen. Geen elitaire kunstuitingen die ontoegankelijk zouden zijn geweest voor een wereldwijd publiek, maar een flitsende show die duidelijk maakt dat Japan hip en cool is, met een premier aan het hoofd die weet hoe hij zijn land moet verkopen.

Dat was aan premier Abe inderdaad goed besteed. Al sinds zijn aantreden in 2012 positioneerde hij zich moeiteloos als een nationale redder. Als eerste premier van Japan geboren in de naoorlogse periode, wilde hij – de kleinzoon van een minister in oorlogstijd die ooit door de geallieerde mogendheden was gearresteerd – de terugval van Japan naar internationale irrelevantie een halt toeroepen. Stimuleringspakketten en een overuren draaiende geldpers maakten een einde aan decennia van deflatie en verslagenheid. De economische wederopstanding ging gepaard met een directe boodschap aan het Japanse volk. ‘Japan is terug’ was Abes slogan. De natie had alle reden om haar zelfrespect te hervinden en haar ruggengraat te tonen, het was tijd voor vaderlandsliefde en patriottisme. Een grotere assertiviteit zou Japan een verantwoordelijke en strategische speler maken op het geopolitieke toneel, en de rijke historie en de unieke cultuur zouden overal bewonderd worden.

Toerisme was in de ogen van Abe een belangrijke motor voor economische groei. Voor een natie die eeuwenlang een zelfgekozen isolement had gekoesterd was dat een opmerkelijke verandering. Volgens Abe zou de komst van miljoenen toeristen ook een belangrijke impuls kunnen geven aan rurale streken, waar door de vergrijzing weinig perspectief was voor jonge mensen. In 2013 was de toewijzing van de Olympische Spelen van 2020 aan Japan een vroege bekroning van de imagocampagne. In 2012 ontving Japan acht miljoen buitenlandse toeristen, in 2020 zouden dat er veertig

miljoen moeten worden. Zoals de Spelen in Tokio van 1964 de wederopbouw na de Tweede Wereldoorlog markeerden, zo zouden de Spelen van 2020 het postmoderne Japan in de schijnwerpers zetten. COVID-19 zette een forse streep door de rekening; buitenlandse toeschouwers zijn vanwege de pandemie niet welkom op het feest.

De internationale aantrekkingskracht van Japan is er echter niet door verminderd. Heel de wereld eet sushi en de Japanse keuken is overal immens populair. De personages die naast Super 'Shinzo' Mario in de video in Rio verschenen, zijn een gigantisch mondiaal succes. De tv-serie van Captain Tsubasa is in meer dan vijftig landen uitgezonden. Doraemon, de mollige robotkat, is populair in Azië en het Midden-Oosten en heeft sinds zijn creatie bijna vijftig jaar geleden honderden miljoenen strips en filmtickets verkocht, met als hoogtepunt een film die in 2015 in China in 5500 zalen in première ging. Hello Kitty is sinds haar eerste optreden in 1974 een vriendin van miljoenen mensen geworden en heeft een franchise-waarde van miljarden dollars. De bekendheid van Pac-Man en Super Mario is wellicht nog groter.

In augustus 2020 werd Abe de langst dienende premier van het land. Een paar dagen na het bereiken van deze mijlpaal moest hij vanwege gezondheidsredenen terugtreden. Aan een tijdperk kwam een einde. De stabiliteit die hij het land heeft geboden door acht jaar op zijn post te blijven, was op zich al een grote verdienste. Zonder twijfel was Abe een visionaire en kundige politicus die fundamentele wijzigingen heeft aangebracht in de ontwikkeling van Japan, tegen een onzekere internationale achtergrond. Hij was de meest consequente politicus van Japan – en misschien wel van het continent – in de jaren dat hij er aan het roer stond. Zijn voortijdige vertrek heeft voorkomen dat hij een onbetwiste opvolger kon klaarstomen om zijn erfenis veilig te stellen. In de zes jaar voordat Abe aantrad in 2012, passeerden zes mannen door de draaideur die het Japanse premierschap is. Ze waren eigenlijk niet meer dan zaakgelastigden, en zijn opvolger Yoshihide Suga zal er ook zo een zijn. Als er na 1989 al nationale leiders waren met een visie op de toekomst van het land – misschien alleen Junichirō

Koizumi in het begin van de eeuw – dan hadden ze niet het vernuft of de tijd om die te verwezenlijken. Met het tijdperk Abe werd dat allemaal anders.

Hoezeer de mondiale perceptie van Japan ook mag zijn veranderd in de afgelopen jaren, de centrale gedachte van dit boek is dat Japan met het tijdperk Abe het hoogtepunt van aanzien heeft beleefd. Een langer premierschap van Abe zou dat ook niet hebben kunnen veranderen. ‘Japan is terug’ is hoopvolle retoriek om het volk moed in te praten. Structurele en culturele belemmeringen verhinderen dat Japan zich weet aan te passen aan de uitdagingen van de toekomst. Tradities die de heiligverklarde harmonie moeten beschermen, staan vooruitgang in de weg. Een beetje wrang is het wel, dat de rijke cultuur en tradities, van die typische uithangborden waarmee Japan buitenlandse bezoekers lokt en zich internationaal profileert, de werkelijke struikelblokken zijn op de weg naar vernieuwing. De economie verjongen door structurele hervormingen door te voeren, de gelijkheid van vrouwen bewerkstelligen, de vergrijzing een halt toeroepen en de komst van buitenlandse werknemers faciliteren zijn onderwerpen waarvan Abe en bureaucraten het belang onderkenden. De stapel beleidsplannen om deze ontwikkelingen te keren is groot genoeg. Van de uitvoering is echter niet veel terechtgekomen. Te groot, te moeilijk of te omstreden. Dit boek gaat over al die belemmeringen in de ontwikkeling, en over de consequenties die ze hebben voor de toekomst.

Kijken naar die structurele en culturele belemmeringen is ook uren naar het verleden, naar eeuwenlang isolement en oude feodale praktijken die niet willen wijken. Japan worstelt opzichtig met de naoorlogse grondwet die door de Amerikaanse bezettingsmacht is opgesteld. De relaties met omringende landen als China en Zuid-Korea ontwikkelen zich moeizaam. Zelfs in de waardering van het bewierookte toerisme komt de verkrampde relatie met het buitenland terug. En naast alle vragen over de sociale en economische ontwikkeling sluimert nog steeds de existentiële onzekerheid die is ontstaan na de aardbeving en de tsunami in 2011. Het maakt mijn optimisme over een voorspoedige toekomst niet groter.

Als er één gedachte is die rondgaat in het politieke establishment is het wel dat Japan zich niet moet laten verdringen. Met de unieke identiteit die het heeft moet Japan zijn positie in wereldaangelegenheden versterken, Japan wil meedoen in de wereld. De wensen van de politieke kaste ten spijt, uiteindelijk zijn het de Japanse mensen die hun leven zo goed mogelijk proberen in te richten en hun dromen moeten zien te verwezenlijken – en die dromen liggen steeds dichterbij huis. Ouderen zijn bezorgd over pensioenen en gezondheidszorg, jongeren durven niet groots te dromen. Japan is vooral het land van de vergankelijke kersenbloesem die de weemoed naar voorbije en vooral gelukkiger tijden aanjaagt.

INKIJKPAGINA'S

Is er zo'n land, zijn er zulke mensen?

De eerste westerlingen die Japan bereikten waren Portugese missionarissen, vroeg in de zestiende eeuw. Ze kwamen terug met verhalen over een land dat niemand in Europa zich kon voorstellen. De jezuïet Luís Fróis beschreef Japan in 1585 aan de hand van zeshonderd tegenstellingen. Europeanen waren lang, de Japanners waren klein. Kerken waren hoog, tempels waren laag. Europese vrouwen maakten hun tanden wit, Japanse vrouwen maakten ze zwart. Wij schreven horizontaal en van links naar rechts, zij verticaal en van rechts naar links. Al vanaf die eerste kennismaking werd Japan gezien als een omgekeerde versie van Europa. Toen al weerspiegelden onze observaties het perspectief van onze veronderstelde superioriteit: Japanners waren eerder exotisch dan gewoon, eerder ondoorgrondelijk dan begrijpelijk, schemerig in plaats van licht. Logica en rationaliteit waren van ons; de Japanners hadden geen eigen geschiedenis waaruit de grote en kleine verschillen met Europa verklaard konden worden.

Oscar Wilde legde al in 1889 zijn vinger op de zere plek in zijn essay *The Decay of Lying*: 'De werkelijke mensen die in Japan wonen, lijken op de gewone Engelse bevolking; dat wil zeggen, ze zijn buitengewoon alledaags en er is niets merkwaardigs of buitengewoons aan hen. In feite is heel Japan een pure uitvinding. Er is niet zo'n land, zulke mensen zijn er niet.' Hij wilde ermee zeggen dat het Japan en het Japanse volk zoals het Westen ze denkt te kennen alleen in de westerse verbeelding bestaan.

De manier waarop we naar Japan kijken is de laatste decennia sterk veranderd. Rond de jaren tachtig van de vorige eeuw werd het land vooral gezien als een Aziatisch groeiwonder. Daarbij

viel steeds meer op dat Japan geen gewone liberale handelspartner was, maar kenmerken had van een geleide economie die onder leiding van een krachtige bureaucratie enkel op export was gericht. Van exporteur van simpel textiel was Japan uitgegroeid tot een grootmacht in de scheepsbouw, en het ontwikkelde zich daarna tot gigant in de productie en export van auto's en consumentenelektronica. Japanners verkenden en beheersten nieuwe technologieën, ze introduceerden originele ideeën en verbeterden die van anderen. Zo wisten ze op intelligente wijze de zakelijke en de consumentenmarkt te bedienen. Handelsoverschotten namen navenant toe. Grondstoffen had het land zelf niet, maar wel twee andere essentiële hulpbronnen: alert management en goed opgeleid personeel.

Japanse merknamen werden populair in het Westen, want ze stonden voor innovatie en kwaliteit. Geen consument kon nog om Toyota, Sony, Honda, Panasonic of Nissan heen. Maar ook veel niet-Japanse producenten konden hun apparaten niet maken zonder componenten en materialen die uitsluitend door Japanse bedrijven geleverd werden. Halfgeleidersilicium van Shin-Etsu Chemical bijvoorbeeld, of de precisiekogellagers van Seiko. Door die razendsnelle groei werd het land steeds meer gezien als een gevaar, als een onberekenbare concurrent die de westerse industrie van de kaart zou kunnen vegen. Daarbij werd Japan door alle de-
viezen die met de export waren verdiend een kredietverlener waar met name de Verenigde Staten steeds afhankelijker van werden. 'Japan koopt het centrum van New York op,' schreef *The New York Times* in november 1989, toen Mitsubishi het Rockefeller Center kocht – volgens de krant was dat een waarschuwing dat de Japanse economie inmiddels efficiënter was dan de Amerikaanse.

Hoe de raderen draaiden in het land begreep ondertussen niemand. Japan bleef een ondoorgrondelijk land, met een onbegrijpelijke sociale en economische dynamiek. Karel van Wolferen schreef in 1989 zijn bestseller *The Enigma of Japanese Power* (in Nederland verschenen onder de titel *Japan: de onzichtbare drijfveren van een wereldmacht*). Achter het uiterlijk van een democratie schuilt een machtssysteem dat zich aan geen regels houdt,

vermeldt de introductietekst. En om de eerste regels van het eerste hoofdstuk ('Het probleem Japan') te citeren: 'Japan doet de wereld versteld staan. Het is een belangrijke wereldmacht geworden maar gedraagt zich niet zoals de meeste landen van een wereldmacht verwachten; soms wekt het zelfs de indruk dat het niet eens bij de wereld wil horen. Tegelijkertijd is het door zijn geduchte economische aanwezigheid een bron van ongerustheid geworden voor zowel de westerse landen als voor enkele Aziatische burenen.'

Illustratief voor het anti-Japan-sentiment van die tijd is de film *Rising Sun* (1992) van Philip Kaufman, gebaseerd op het gelijknamige boek van Michael Crichton, met onder anderen Sean Connery, Wesley Snipes en Harvey Keitel. De film gaat over het Japanse bedrijf Nakamoto, dat van plan is een Amerikaanse concurrent over te nemen – in de westerse beleving waren Japanse bedrijven bezig heel de industriële wereld in te lijven. Als op het kantoor van het bedrijf in Los Angeles een callgirl wordt vermoord, komen alle clichés voorbij: de Japanners manipuleren Amerikaanse politici, ze werken samen met de georganiseerde misdaad, ze maken op een geniepige manier gebruik van technologie en de machtsverhoudingen in het bedrijf blijven totaal ondoorzichtig. Alles in de film bevestigt het beeld dat Japanse bedrijven ons een rad voor ogen draaien, dat ze uit zijn op macht en er niet voor terugdeinzen iemand op te offeren om mensen hogerop in de hiërarchie te beschermen.

Maar tegen de tijd dat *Rising Sun* verscheen, was er eigenlijk al een belangrijk keerpunt bereikt. In december 1989 beleefde de aandelenbeurs in Tokio een megacrash. Aandelenkoersen en vastgoedprijzen bleken luchtballonnen te zijn en Japan stortte in een recessie. Dat bewees dat de bommen in Japan toch niet tot in de hemel groeiden. Toen dat besef doorbrak in het Westen leek het ineens minder relevant om het raadsel van de Japanse economie te doorgronden. Japan was immers weer een land als alle andere, met een recessie en stijgende werkloosheid. En werd nu ook in het land zelf niet de roep om deregulering en ingrijpende hervormingen van de economie gehoord? De wereld wilde al te graag geloven dat Japan zich zou aanpassen aan westerse maatstaven. Het voelde als een

opluchting, hoewel niemand eigenlijk wist of er daadwerkelijk iets was veranderd in de politiek van het land. Japan was in elk geval niet langer een land om bang voor te zijn. Het werd tijd om zijn zwakheden maar eens breed uit te meten.

Die omslag in perceptie zie je terug in Sofia Coppola's *Lost in Translation* (2003), met Bill Murray en Scarlett Johansson in de hoofdrollen. De film draait om een Amerikaanse filmster op re-tour die voor een whiskycommercial in Tokio is. 's Nachts komt hij in de bar van het hotel (het Park Hyatt in Shinjuku profiteert nog dagelijks van de faam van de film) de vriendin van een fotograaf tegen. Tokio is een chaotisch doolhof waarin de twee hoofdrolspelers als vanzelf naar elkaar toe gedreven worden. De Japanners die ze tegenkomen zijn stereotiepe figuren die geen van allen Engels spreken en zich voornamelijk bezighouden met karaoke en computerspelletjes. Japan is in *Lost in Translation* nog steeds een vreemd universum, maar nu tenminste niet meer angstaanjagend. Het is eerder grappig, of een mooie achtergrond om zelf glorieus tegen af te steken.

De meest misleidende beeldvorming van Japan staat vermoedelijk op naam van de Nederlandse candid-camerashow *Ushi & Van Dijk*, die tussen 1999 en 2003 door SBS6 werd uitgezonden en daarna nog vaak werd herhaald. Presentatrice Wendy van Dijk speelde daarin het typetje Ushi Hirosaki, een Japanse journaliste die met stupide dubbelzinnigheden en spraakverwarring haar internationale gesprekspartners tot wanhoop dreef. Ondanks het feit dat Van Dijk er met haar pruik, bril en nepbitje helemaal niet uitzag als een Japanse, en zich zeker niet zo gedroeg, lieten de ge-interviewden alle onzin gelaten over zich heen komen. Japan was blijkbaar zo'n absurd land dat het niet verdacht was dat er zo'n merkwaardige journaliste vandaan kwam. Het programma bevestigde wat we stiekem al dachten: Japan is een raar land waar gekke mensen wonen.

Niet veel later is dat beeld toch gaan kantelen, toen de Japanse popcultuur wereldwijd aansloeg bij jongeren. Anime en manga werden populair, en kwamen onder ieders handbereik door de opkomst van de smartphone. Nintendo-computerspelletjes als

Pokémon en Super Mario, maar ook sushirestaurants, de boeken van Haruki Murakami en Marie Kondo, en Japans design en mode kregen steeds meer fans buiten Japan. De reputatie van een land met op cultuur gebaseerde *soft power* was gevestigd: wat mij betreft culminerend in die video tijdens de slotceremonie van de Olympische Spelen in Rio de Janeiro. De COVID-pandemie heeft het toerisme voorlopig aan banden gelegd, maar de belangstelling om Japan te bezoeken is onverminderd groot.

Aardige voorbeelden van de populariteit van Japan als toeristische bestemming zijn het succesvolle televisieprogramma *Tokidoki* en het boek *Japan in honderd kleine stukjes* van cabaretière Paulien Cornelisse. In het voorwoord zegt ze dat het land haar telkens verrast en dat haar bundel een verzameling is van alles wat haar opvalt, interesseert, ontroert en doet lachen – dat laatste schijnt er nu eenmaal altijd bij te horen. Aan een duiding of een conclusie komt ze niet toe: ‘je moet een kraanvogel niet uitvouwen, dan bestaat hij niet meer’, zijn haar afsluitende woorden.

Het land is in de mode – maar daarmee heeft het ons begrip voor de Japanse maatschappij niet dichterbij gebracht. De schrijver en Nobelprijswinnaar Kenzaburo Oë merkte op dat het Westen een oud Japan kent, van samoeraï en zentuinen, en een nieuw Japan, van gadgets en efficiëntie: ‘Tussen die twee is er een vacuüm waar de Japanners wonen. Japanners blijven ondoorgrondelijk in onze ogen, ook in het huidige tijdsgewricht van globalisering. We vouwen de kraanvogel niet uit. Oscar Wilde schreef dat je maar beter niet naar Japan toe kon gaan, omdat de realiteit van het land zou botsen met de romantische beelden die iedereen zich inmiddels eigen had gemaakt. Je kunt eindeloos door Japan reizen en de meest fantastische plaatjes schieten en je laven aan de culturele rijkdom – en zo je wilt: lachen – maar ik denk dat we ook een poging moeten doen om het land en zijn inwoners beter te begrijpen.

Niets is er zoals het is om een toevallige reden, en zo wordt kijken in de ziel van Japan een ervaring die ons rijker maakt. Juist door het vreemde te leren kennen, kijken we anders naar ons vertrouwde zelf. En we kunnen veel leren van Japan. De economische

stagnatie na de kredietcrisis in 2008 lijkt op wat Japan doormaakte na de beurscrash in 1989, inclusief de uitzichtloze positie van jongeren die bij hun ouders blijven wonen en zich met Netflix of computerspelletjes door de dag slepen. Hoe je stedelijke gebieden leefbaar houdt en het platteland behoedt voor verpaupering zijn ook Europese problemen gebleken. Japanners trachten met een forse impuls een technologische oplossing te vinden voor de maatschappelijke problemen van de 21ste eeuw, van de arbeidstekorten in allerlei sectoren tot het verdrijven van eenzaamheid van een snel vergrijzende bevolking.

Japan is enorm belangrijk voor ons, als derde economie van de wereld en als een democratische partner in een turbulente Oost-Aziatische regio. Het land bepaalt onze lifestyle meer dan we vermoeden. Japan maakte elektronica betaalbaar, bracht nieuwe lagen aan in onze fantasie, veranderde onze vrijetijdsbesteding en leerde ons dat technologie cool is. Met de introductie van de Sony Walkman in 1979 kon je voor het eerst op straat naar muziek luisteren die niemand anders kon horen. Fotostickercabines stelden tieners in staat al hun contacten en gedeelde momenten in een verzamelalbum vast te leggen, als een voorloper van Facebook. Japanse producten hebben onze manier van leven veranderd maar we kennen het land niet, en weinig Nederlanders zijn in staat Japanse personen op te noemen.

Nederland, raam op de wereld

Juist als Nederlanders zouden we ons in Japan moeten verdiepen. Daar wordt namelijk op alle lagere scholen onderwezen dat Nederland van 1640 tot 1853 de enige brug naar de westerse wereld was en daarmee als een bron van informatie fungeerde. Iedere Japanner weet hoe belangrijk de band met Nederland was voor de ontwikkeling van het land. De term *Dutch Studies* staat in Japan voor het bestuderen van alles wat er zich die twee eeuwen lang buiten Japan voordeed. Eigenlijk is de langdurige verstandhouding tussen Japan en Nederland uniek, omdat er geen vergelijkbare relatie bestaat tussen een Europees en een Aziatisch land die vrij van koloniale verhoudingen is. Japanners vinden het niet oubol-

lig als Nederlanders in gesprekken en handelscontacten refereren aan die eeuwenoude vriendschap en onze unieke positie van toen. Sterker nog, ze verwachten het.

Onze rol in de geschiedenis begon in 1600 met de aankomst van het schip De Liefde op het Japanse eiland Kyushu. Het was een toevallige landing, want via Vuurland had het schip eigenlijk China willen bereiken. De lokale krijgshoofd Ieyasu Tokugawa stond met zijn samoerai op het punt Japan onder één heerschappij te brengen, en daarmee de eerste militaire alleenheerser of *shogun* te worden. De boordkanonnen van De Liefde droegen bij aan de uiteindelijke overwinning op zijn laatste tegenstrevers. De Verenigde Oost-Indische Compagnie (voc) verwierf er een handelsvergunning van de nieuwe shogun mee.

Wel moesten Nederlandse handelaren op eieren lopen, want Japanse krijgsheren begonnen rond die tijd een fel antichristelijk beleid te voeren. Handel moest handel blijven, vonden de opeenvolgende shoguns. Ze wilden niet dat Japanners bekeerd zouden worden tot een buitenlandse religie, waarbij ze trouw moesten zweren aan een Roomse paus. Dit trof vooral de Portugezen, die al sinds 1543 met de Bijbel onder de arm aanwezig waren in Japan. De Nederlanders zagen snel in hoe lucratief de handel met Japan was, en dat het nog voordeliger zou zijn als ze die handel helemaal voor zichzelf hadden. Ze vergaten hun god en hielden zich verre van religieuze zaken. Dat betaalde zich uit. In 1639 werden de Portugezen met hun bijbels als laatste Europeanen het land uit gezet. Japan ging op slot. De etnische homogeniteit werd bewaakt door kinderen van Europese vaders en Japanse moeders te deporteren naar Macau. Vanaf 1640, veertig jaar nadat Nederlanders voor het eerst met Japan kennismaakten, waren al hun concurrenten verdwenen en hadden ze de handel – samen met enkele Chinezen – voor zichzelf. Japan koos vroeg in de zeventiende eeuw nadrukkelijk voor isolatie, om zich te vrijwaren van ongewenste buitenlandse invloed en zo de binnenlandse eenheid te bewaren. Die eilandmentaliteit zou het land nog lang volhouden – misschien is er wel iets van in het nationale DNA terechtgekomen.

Nederlanders konden niet gaan en staan waar ze wilden. Op

Deshima, een waaivormig en kunstmatig aangelegd eilandje in de baai van Nagasaki, werd een Hollandse enclave ingericht (de huidige Nederlandse ambassade in Tokio is om die eerste Nederlandse aanwezigheid te eren een waaivormig gebouw). v.o.c.-verteenwoordigers werden met heldere instructies vanuit Batavia naar Deshima gestuurd: ‘Bescheidenheid, nederigheid en gehoorzaamheid, en het verstand enkel gericht op handel zijn de voorwaarden om onze aanwezigheid in Japan te kunnen voortzetten.’ De vijftien tot twintig v.o.c.’ers die met hun slaven op Deshima verbleven moesten zich aan strikte regels houden. Het was verboden om Japans te leren: alle communicatie moest verlopen via Japanse tolken. De Nederlanders mochten het eiland niet af en Japanners – de meesten – er niet op.

Eens per jaar ging een Nederlandse delegatie naar de hoofdstad Edo om de shogun te danken voor de goede betrekkingen. De op-tocht van deze ‘roodharige barbaren’ trok nogal wat bekijks langs de route. Als geschenken werden zaken als giraffes, paarden en kamelen meegenomen. Een belangrijk onderdeel van het bezoek was om het Japanse hof te informeren over alles wat er zich in de wereld had voorgedaan. Voor die diplomatieke bulletins werden de Hollanders zeer gewaardeerd, maar tegelijkertijd werden ze beschouwd als weinig verfijnde, platte handelaren. Die bovendien stonken.

Het duurde tot vroeg in de negentiende eeuw voordat er echt belangstelling ontstond voor wat de Hollanders aan intellectuele kennis te bieden hadden, vooral op het gebied van geneeskunde, fysica, krijgskunde, elektriciteit en optica. De Nederlandse kennis leidde tot een complete herschikking van alle traditionele inzichten over hoe de wereld eruitzag, en eigenlijk ook tot een opwaardering van de relatie: die Nederlanders bleken slimmer dan ze eruitzagen. Op veel terreinen wisten ze zowaar meer dan de vertrouwde bronnen in China.

Al met al kun je rond 1850 geen wetenschappelijk terrein bedenken of de Japanners bestudeerden de kennis die Nederland verworven had, van het afschieten van mortieren en het gebruik van medicinale planten tot het vaccineren tegen pokken. Voor de

Nederlanders diende deze overdracht van kennis vooral als smeermiddel voor de handel – het was geen doel op zich. Veel belangstelling voor wat er in Japan gebeurde, hadden de Nederlanders niet. Japans porselein was wel mooi om mee te pronken in Amsterdamse grachtenhuizen, maar echte waardering voor Japanse kunst en cultuur ontstond elders in Europa pas nadat tussen 1870 en 1890 de Parijse kunstwereld de esthetische kanten van de Japanse kunst ontdekte.

Nederlanders hadden de shogun al in 1840 op de hoogte gebracht van het toenemende westerse imperialisme in Azië en de Britse overwinning op China in de Eerste Opiumoorlog, maar dat had niet geleid tot een effectieve Japanse afweer. In 1853 voer de Amerikaanse commandeur Matthew Perry met een vloot goedbewapende zwarte schepen (waaronder twee stoomboten!) de baai van Tokio binnen en eiste handelsprivileges en bunkerplaatsen voor Amerikaanse walvisvaarders. De besprekingen tussen Perry en de Japanners werden in het Nederlands gevoerd, toen het ‘Latijn van het Oosten’ genoemd. Japan had geen marine en zwichtte onder de militaire dreiging – een gebeurtenis waar in Japan ook nu nog vaak aan wordt gerefereerd. Het idee dat Japan onmachtig is om ‘nee’ te zeggen tegen sterke buitenlandse mogendheden is te herleiden tot 1853, toen het land zich niet kon afsluiten voor ontwikkelingen waar het geen deel van wilde uitmaken. De Britten waren er als de kippen bij om ook toegang te vragen. In feite was er vanaf 1858 vrijhandel. Het Nederlandse monopolie kwam ten einde en Deshima werd in datzelfde jaar gesloten.

De consequenties van deze gedwongen openheid waren verstrekkend. Dat Japan een andere koers moest gaan varen, was voor een aantal krijgsheren uit het zuiden duidelijk. Het land was immers vernederd door buitenlanders met moderne wapens en technologie. Al die net afgesloten handelsverdragen waren uiterst onvoordelig voor Japan. Daarbij hoorde de shogun in hun ogen niet de heerser te zijn: sinds 660 voor Christus had het land altijd een keizer gehad. Na een periode van schermutselingen die je zou kunnen aanduiden als een burgeroorlog deed de vijftiende Tokugawa-shogun in 1867 afstand van de troon ten faveure van de

jonge keizer Meiji. Keizers waren vanuit Kyoto meer symbool van culturele continuïteit dan echte machthebbers en Meiji was daarop geen uitzondering: die bestuurlijke rol werd ingenomen door dezelfde krijgsheren die de omwenteling hadden veroorzaakt. Wel verhuisde de keizer naar Tokio.

De regeerperiode van deze keizer werd bekend als de Meiji-restoratie en betekende grote hervormingen en modernisering op sociaal, militair en economisch gebied. Om niet een prooi te worden in de kolonisatiewedloop, struinde Japan de wereld af op zoek naar bruikbare kennis en technologie. Grote investeringen in de ontwikkeling van transport- en communicatienetwerken zorgden ervoor dat de banden met het Westen werden versterkt. Het land werd gemodelleerd naar de beste voorbeelden die elders voorhanden waren. Door deze aanpassingen zou Japan beslist een modern land worden dat ontzag afdwong bij westerse mogendheden.

Het werd voor mannen *bon ton* om in rok gekleed te gaan, vrouwen gingen hoepelrokken dragen. Gemengd baden, een oude gewoonte, was ineens niet meer gepast. De vooraanstaande geleerde Yukichi Fukazawa, die later de Keio-Universiteit oprichtte en wiens beeltenis nog altijd te zien is op het bankbiljet van tienduizend yen, drong er bij zijn landgenoten op aan om vooral vlees te eten voor een krachtiger lichaamsbouw – door de invloed van het boeddhisme was dat toen namelijk geen gemeengoed. Niet alles werd aangepast. Het leger werd buiten de controle van de politiek geplaatst. Formeel had de keizer er zeggenschap over. De werkelijke macht kwam in handen van een bureaucratische elite. Het onderwijs bleef volgens oude samoeraideugden en confucianistische principes gericht op loyaliteit, discipline en gehoorzaamheid. Dat zou leerlingen de juiste instelling meegeven om productieve en volhardende burgers te worden. Men vond dat uit individualisme niets goeds kon voortkomen. Kinderen gingen wel naar school in uniformen die eind negentiende eeuw waren afgekeken van Europese marines – en nog steeds.

Nederland bleef voor Japan in de Meiji-periode een bron van kennis, onder meer op het gebied van geneeskunde en watermanagement. Hoe serieus Japan met die erfenis omgaat, blijkt uit het

verhaal van de waterstaatkundige Johannis de Rijke. In Nederland is hij vrijwel onbekend, maar in Japan wordt hij nog steeds op handen gedragen. De Rijke kwam in 1873 naar Japan om kust- en oeverwerken aan te leggen. Hij kanaliseerde de benedenloop van de rivier Kiso bij Nagoya, ontwierp strekdammen voor de haven van Osaka en was dertig jaar in dienst van het Japanse ministerie van Waterstaat. In 1903 keerde hij terug naar Amsterdam, waar hij in 1913 stierf. De film *In een Japanse stroomversnelling* (2002) van cineast Louis van Gasteren laat de ontroerende toewijding van hedendaagse Japanse waterdeskundigen aan De Rijke zien. In het begin van de film zie je de mannen flessen water vullen in de Kiso. Pas tegen het einde wordt duidelijk wat daarvoor de reden is, als ze op pelgrimage gaan naar het graf van De Rijke in Amsterdam. Daar leggen ze een krans, bedanken ze hem uitvoerig en gieten dan het water uit de rivier over zijn graf.

De Meiji-restoratie veranderde het land ingrijpend, en daarmee ook het zelfbeeld. Japan voelde zich een moderne en beschaafde natie, een grootmacht in Azië. Conform het Europese voorbeeld hoorden koloniën bij deze nieuwverworven status, het liefst rijk in de grondstoffen die Japan niet zelf bezat. In de Eerste Chinees-Japanse oorlog, van 1894 tot 1895, wist Japan Korea te veroveren. Daarmee verloor China de dominantie in Azië. Deze overwinning zagen de Japanners als een diploma voor de cursus 'Beschaving en Verlichting'. Als je oorlogen kon winnen en landen kon veroveren, verdiende je respect, werd je met ontzag tegemoet getreden én kreeg je betere handelsvoorwaarden dan voorheen, dan was je lid van de grotelandenclub.

Verskillende landen in Oost-Azië vlogen elkaar in de eerste helft van de twintigste eeuw in de haren. Japan drong met een agressief kolonisatiebeleid steeds verder Azië in, van Nieuw Guinea tot Myanmar tot Mantsjoerije. Op het hoogtepunt in 1943 was het Japanse rijk groter dan het Britse ooit geweest was. 20 procent van de wereldbevolking viel onder het bewind van Tokio. De onvermijdelijkheid van een wereldoorlog doemde al snel op. Die heeft ook voor de band tussen Japan en Nederland serieuze consequenties gehad.

Al die turbulente ontwikkelingen ten spijt, in het huidige Japan draait de relatie met Nederland om vier eeuwen vriendschap, om Deshima, en mannen als De Rijke. Dat het eerste Europese Okura Hotel in 1971 in Amsterdam werd gevestigd, hangt samen met die historische betrekkingen. Bijzonder is ook het themapark Nagasaki Holland Village, dat in 1983 geopend werd. Als je liever niet naar het buitenland gaat omdat je dat een beetje eng vindt, kan je het natuurlijk naar je toe halen. En welk land leende zich daar nou beter voor dan dat vriendelijke Nederland? De attracties van het park bestonden aanvankelijk uit windmolens, gebouwen die er oud en Nederlands uitzagen en een v.o.c.-schip. Het werd een groot succes: zo konden Japanners naar Europa reizen zonder het land te verlaten. In 1992 werd het park uitgebreid tot een heus dorp. Het stadhuis van Gouda, Utrechtse grachten, de poort van Sneek, Hotel de l'Europe, de Domtoren, het Academiegebouw van de Universiteit Utrecht, kasteel Nijenrode, ophaalbruggen en een klein havencafé met een biljart: alle toeristische hits zijn perfect gekopieerd en bij elkaar verzameld. Het paradepaardje is de kopie van paleis Huis ten Bosch, waarvoor zelfs de bakstenen uit Nederland werden geïmporteerd. Wel hebben de gebouwen een andere bestemming gekregen: het Rijksmuseum is een Okura-hotel en in het Concertgebouw is een gokkantoor gevestigd waar mannen hun heil kunnen zoeken terwijl hun echtgenotes zich vermaken in de Nijntje-shop of de kaaswinkel. Miljoenen Japanners kunnen in een weekend alle hoogtepunten van dat mooie Nederland bewonderen, zonder te hoeven vrezen voor een vreemde taal, onbeleefde vandalen en eigenzinnige fietsers die overal voorrang claimen.

Om als Nederlander door Nagasaki Holland Village rond te lopen is een bizarre ervaring. Je kunt natuurlijk foto's en filmpjes van het park bekijken, maar daarmee krijg je niet hetzelfde gevoel dat je krijgt als je daadwerkelijk aan de voet van de Japanse Domtoren staat, of als je de trappen van de Japanse versie van het Goudse stadhuis beklimt. De grootsheid van het geheel is amper te bevatten.