

Gecamoufleerde kunst: Other Voices, Other Rooms

Joost Bolten

Gecamoufleerde kunst: Other Voices, Other Rooms

It was a terrible, strange looking hotel. But Little Sunshine stayed on: it was his rightful home, he said, for if he went away, as he had once upon a time, other voices, other rooms, voices lost and clouded, strummed his dreams.

Truman Capote: *Other Voices, Other Rooms*

Wasted space is any space that had art in it.

Andy Warhol: *The Philosophy of Andy Warhol*

Hier is het verbergen niet dat eenvoudige ontzegd-blijven; het zijnde verschijnt wel, maar het doet zich anders voor dan het is.

Martin Heidegger: *De oorsprong van het kunstwerk*

Inleiding

De Andy Warholtentoonstelling *Other Voices, Other Rooms* ^[1] is uniek in zijn soort, ook al was deze tentoonstelling tussen 2007 en 2009 op vier verschillende plaatsen te bezoeken, waarvan twee zelfs tegelijkertijd. De tentoonstellingen in Amsterdam, Stockholm, Londen en Columbus (Ohio) zijn volgens een gelijk basisontwerp vormgegeven, vonden allemaal plaats in een museale omgeving en werden gepresenteerd als kunsttentoonstelling.

De flyer van het Stedelijk Museum (2007) geeft aan dat de nadruk ligt op 'het artistieke denken van deze trendsetter', dat te vinden zou zijn in een diversiteit van media die Warhol gebruikte en waarmee hij 'de conceptuele kern van zijn werk' ontvouwde. Maar wie de tentoonstelling bezoekt, wordt geconfronteerd met een onverwachte ambiguïteit: is dit een tentoonstelling *van* of *over* het werk van Warhol? Op een enkele zeefdruk en het archief- en documentatiemateriaal na, is alles in de tentoonstellingen gekopieerd of geconverteerd. Posters zijn opnieuw geprint, foto's ingescand en afgedrukt. Geluidsbanden, films en video's zijn gedigitaliseerd. Er zijn strak gedesignde ruimtes waarin documentatiemateriaal over Warhol te vinden is en ruimtes met films, video's en televisieproducties van Warhol. Maar er

zijn ook zalen waar dat door elkaar loopt, waarin zeefdrukken en Brillo boxen van Warhol zijn opgenomen, waar audiotapes over hem zijn te beluisteren of lp-hoezen die door hem zijn ontworpen. Geheel in de lijn die Warhol midden jaren zestig inzette, lopen in *Other Voices*, *Other Rooms* kunst, archief, documentatie en design naadloos in elkaar over. Dat maakt de tentoonstelling gemakkelijk toegankelijk voor een groot publiek, dat deze dan ook tot een groot commercieel succes maakte.

Is dit concept van de technisch reproduceerbare tentoonstelling de trendsetter voor het hedendaagse museum? Daar is niet iedereen zeker van. Hier en daar klinkt een kritische kanttekening: 'Het is niet langer de plaats waar je naar toe gaat om het echte, authentieke, originele object te zien' signaleert een recensent (Metz 2007). 'Het museum verandert van schatbewaarder in tussenpersoon, verhalenverteller, interpreter'. 'Maar', vraagt deze recensent zich af, 'Is de presentatie nu belangrijker geworden dan de uniciteit van de kunst?'

Dat is een vraag met een grote reikwijdte en een aantal onderliggende veronderstellingen. Kunst werd naar haar aard als eenmalig beschouwd. Een traditie die door Warhol consequent werd gedeconstrueerd door zijn werkwijze met multiprints, films en televisieshows. Warhol stelde daarmee niet zozeer de artistieke van zijn werk ter discussie, maar de identiteit als eenmaligheid. Is er met de huidige tentoonstelling sprake van een nieuwe situatie? Tast het digitaal convergeren, reproduceren en representeren van het oorspronkelijke materiaal de artistieke identiteit van dat werk aan? En los van Warhol, wat is de functie van het museum als dezelfde kunstwerken overal tegelijk vertoond kunnen worden?

Van tentoonstelling naar doelgroepanalyse

Met de marktwerking als richtlijn ontkomt geen enkel museum meer aan commerciële inspanningen. Wie een groot publiek voor een tentoonstelling wil bereiken zal aan twee belangrijke voorwaarden moeten voldoen: de tentoonstelling moet geschikt zijn voor diverse doelgroepen en de media waarmee ze bereikt kunnen worden moeten bekend zijn. Ook moet rekening worden gehouden met de wijze waarop een bepaalde doelgroep wenst te worden aangesproken. Doelgroepanalyse laat zien dat in het tijdperk van de populaire cultuur de beoogde doelgroepen kunst niet langer willen ervaren als iets met een opvoedende functie, maar als amusement. Potentiële museumbezoekers participeren als 'Cultuurminnaars [...] zoals ze naar een feestje gaan' luidt de conclusie op de 3^e Dag van de Cultuurcommunicatie in 2005 (Cultuurnet Vlaanderen, <http://www.cultuurnet.be> [2]). *Other Voices*, *Other Rooms* slaat al die vliegen in één klap door kunstliefhebbers, filmfanaten, televisiepubliek en partyscene aan te spreken. De historische en autobiografische elementen uit Warhols leven zijn niet alleen tentoongesteld, maar ook tot marketinginstrument en onderdeel van deze tentoonstelling gemaakt. Maanden voor de opening, organiseerden de musea Andy Warholclub-feesten en partijen, waarmee werd gepoogd geheel in de lijn van Andy zelf partybeesten in cultuurminnaars te transformeren. Door in navolging van Warhol kunst uitwisselbaar te maken met design, lifestyle, glamour en party's werd gepoogd in het dagelijks leven televisie, film en muziek consumerende doelgroepen binnen te halen en hun aandacht vast te houden met behulp van die media. Met de onderdelen uit de tentoonstelling, *Filmscape*, *TVscape* en *Cosmos* markeert *Other Voices*, *Other Rooms* deze doelgroepen in de verschillende onderdelen van de tentoonstelling. Tegelijkertijd camoufleert de tentoonstelling dit onderscheid. Door kunst, archief- en documentatie in een trendy design met elkaar te verbinden wordt gepoogd alle onderdelen eenzelfde toegankelijkheid te verlenen. In de geest van Warhol camoufleren amusement en design een mogelijke kritisch onderscheidingsvermogen en schakelen de media de ervaring van het publiek zoveel mogelijk gelijk. De grote mate van gedeelde ervaring die hierdoor ontstaat is ongetwijfeld

debet aan het grote succes.

Gastcurator van de tentoonstelling, Eva Meyer-Hermann geeft echter een heel andere interpretatie aan de geest van Warhol en de wijze waarop die in de tentoonstelling vorm heeft gekregen. De *scapes* zijn tentoonstellingslandschappen, die verwijzen naar Andy Warhols gevoel van verlatenheid en existentiële onzekerheid over zijn persoonlijke identiteit. Die zag hij, volgens Meyer-Hermann, verwoord in Truman Capotes roman *Other Voices, Other Rooms* uit 1948. 'Het tentoonstellingslandschap ademt dezelfde sfeer als het innerlijke landschap dat in 'Other Voices, Other Rooms' wordt beschreven' (Meyer-Hermann 2007, 3).

De toeschouwer die dit werk van Capote in de meeste gevallen niet kent, zal dat voor lief moeten nemen. Psychologische onzekerheid is niet de eerste associatie die je als bezoeker maakt, wanneer je het klassieke, meest bekende werk van Andy Warhol ziet en ook niet als je de verschillende *scapes* van de tentoonstelling doorloopt. Het is veel meer aansprekend, in de meest letterlijke betekenis: de bezoeker wordt aangesproken door harde kleuren, muziek, geluiden, spiegels en bewegende beelden en dialogen. Steeds weer andere stemmen in steeds weer andere ruimtes. Deze landschappen spreken de verschillende doelgroepen aan met een overvloed aan Warholproducten, -media en -materialen, van prenten tot platenhoezen en van wallpapers tot soundscapes. Ze zijn meer een 'eerbetoon aan de gelijk(waardig)heid van de onderwerpen en de media' volgens de flyer van het Stedelijk Museum, die daarmee aangeeft dat deze gelijkwaardigheid eerder een weerspiegeling is van de wijze waarop het publiek deze onderwerpen ervaart en consumeert, dan een weerspiegeling van Andy's vertwijfeling.

Hedendaags mediapubliek is op zoek naar ervaringen. Het wil geamuseerd worden met afwisselende, maar wel herkenbare formats en het wil vooral in de opvatting bevestigd worden dat het zijn eigen keuzes maakt. 'Wie de tentoonstelling betreedt over de rode loper staat direct in de *spotlights* én in de wereld van Andy Warhol' luidt de tekst van de tentoonstellingsflyer, die daarmee blijk geeft op de hoogte te zijn van deze voorkeur van het publiek. In het geval van *Other Voices, Other Rooms* wordt deze glamour, eveneens in de geest van Warhol, direct tot fake gemaakt. Iedere bezoeker weet immers dat deze de op hem gerichte verlichting een namaak-glamourervaring is. Het publiek in de spotlights zetten is een verschijnsel dat veel weg heeft van de 'media experience' van het Instituut voor Beeld en Geluid in Hilversum, dat eenzelfde soort pretpark- of showbizzervaring poogt op te roepen. Dat is niet toevallig, want beide presentaties zetten de relatie, of liever de interactie, tussen bewegende beelden en publiek centraal en pogen dat op een entertainende manier te doen. Maar het Stedelijk Museum stamt uit de traditie van de hoge kunst en het Instituut voor Beeld en Geluid is van oorsprong een archiefinstelling van de publieke omroep. Toch raken ze elkaar op het gebied van de entertainende functies van bewegend beeld en geluid en de zoektocht naar ervaring van het mediapubliek. Deze entertainende functie met als doel de nivellering van die ervaring, laat deze twee institutionele domeinen eenzelfde publieksstrategie hanteren ondanks hun van oudsher strikt gescheiden domeinen. Daarmee richten ze zich naar de wens van de overheid om hun doelgroepen op een innovatieve wijze aan te spreken, waarbij innovatie niet enkel staat voor nieuwe artistieke vormen van presentatie, maar ook voor het populariseren en economiseren van de kunst. Het museum dient zich naast kunsthistorisch en educatief ook commercieel en financieel te verantwoorden. *Other Voices, Other Rooms* is een hippe combinatie van visuele kunst, design, reproductie, entertainment, documentatie en archief in één. Die combinatie maakt haar bijzonder. Maar ook problematisch, want deze gerichtheid op de luimen van de publiekservaring en op de economische verantwoording leidt tot een tegenstrijdigheid die de presentatie en daarmee de

status van kunst in het museum in het hart raakt. De visuele opwaardering van populaire cultuur in een museumcontext ofwel *iconofilie*, gaat tegelijkertijd gepaard met een bepaalde vorm van *iconoclasme*, de 'afwaardering' of relativering van het kunstzinnige beeld. Met als hoofdrolspelers de kunstenaar en de curator. Daarbij is de rol die Andy Warhol speelt een heel speciale, aangezien hij zich niet alleen als kunstenaar presenteerde, maar ook als curator, designer en producent. Door de hybriditeit van zijn presentatie relativeert hij niet alleen de status van die rollen, maar kan zijn werk die op- en afwaardering zowel verenigen als bevragen.

Van iconoclasme naar iconofilie (en weer terug)

Sinds Marcel Duchamp is een kunstenaar iemand die de magie bezit om gewone voorwerpen of materialen, de *readymades*, een speciale status te verlenen. De aanraking of het gebaar van de kunstenaar verandert ze in een kunstproduct. De curator is degene die deze voorwerpen of materialen vervolgens in een bepaalde ruimte plaatst, bijvoorbeeld een museum. Een voorwerp of product ontleent zijn status als kunst dus *niet* aan het feit dat het zich in een museum bevindt. Een curator die gewone voorwerpen of materialen in een ruimte zou plaatsen, is niet in staat die een kunststatus te geven. Hij verleent ze hoogstens een context.

Dat is echter niet altijd zo geweest. In zijn essay 'Der Kurator als Ikonoklast' betoogt Boris Groys (2008) dat dit verschil in toekenning van betekenis onderdeel is van een geschiedenis waarin de profane werkelijkheid steeds meer de religieuze en decoratieve kunst is binnengedrongen. Sinds de Verlichting veranderen religieuze en decoratieve voorwerpen in esthetische iconen, zodra een curator ze in een seculier en profaan domein zoals een museum plaatst en er het label kunst aan hangt. Een verandering die Walter Benjamin in *Het Kunstwerk in het tijdperk van zijn technische reproduceerbaarheid* al eerder benoemde als het verschil tussen cultuswaarde en tentoonstellingwaarde. Dat lijkt een gebaar van artistieke opwaardering, van iconofilie. Maar het is meer een iconoclastische daad, een devaluatie, want dit verplaatsen van voorwerpen berooft ze van hun oorspronkelijke rituele of cultusomgeving en relativeert ze tot 'enkel' kunst. Deze devaluatie vraagt als het ware weer om een esthetische opwaardering, in de vorm van een educatief verhaal of een nieuwe contemplatieve context. Niet de kerk- of seculiere vorsten verlenen een voorwerp nog langer een hoge status, maar de curatoren, die het met een narratief van een nieuwe context voorzien en het museum verheffen tot een profane tempel. Er ontstaan andere ruimtes voor kunst die niet 'mooi' hoeft te zijn, maar waarover iets verteld kan worden. Zo ontstaan er 'other rooms' voor de 'other voices' van de kunstinterpretatie, kunstkritiek en kunsttheorie, die een hoge vlucht neemt.

De avant-gardisten, van Duchamp tot Warhol, bekritisieren op hun beurt op iconoclastische wijze de traditionele opvattingen over kunst, die de kunstenaar als een werktuig en zijn werken als afbeeldingen van de natuur ziet. Ze zoeken de grenzen van hun creatieve macht op door hun werken terug te brengen tot de meest essentiële of minimale vormen. Een van de meest radicale vormen van en tegelijkertijd het meest expliciete statement over die macht is de *readymade*. Door een voorwerp uit het dagelijkse leven in het museum te plaatsen, expliciteerden deze kunstenaars de soevereiniteit van hun eigen subjectiviteit, zonder een einde aan de kunst zelf te maken. Met behulp van deze soevereiniteit kunnen ze het iconoclasme en de nieuwe tekstuele iconofilie van de curatoren aan de kaak stellen. Ze tekenen protest aan tegen de dominante interpretaties en geven daarmee aan dat hun werk gevrijwaard moet worden van het curatorische narratief. Kunst moet niet langer verborgen worden onder een wolk van woorden, maar voortaan voor zichzelf spreken. Met de

herwaardering van de dagelijkse dingen in het museum, zelf ook een nieuwe vorm van iconofilie, eist de avant-garde niet alleen die magische macht van de kunstenaar weer nadrukkelijk op, maar ook die van de curator en van de kunstkritiek, die kunst tot een theoretisch einde had verklaard.

Niet alle kunst bezit echter een sterke zeggingskracht van zichzelf, vooral als ze tot het meest minimale is teruggebracht. De kunstenaar blijkt maar moeizaam aan de curator te kunnen ontkomen als degene die het werk zowel letterlijk als figuurlijk zijn zichtbaarheid moet verlenen. Dat verandert in de jaren zestig van de vorige eeuw wanneer kunstenaars, waaronder niet in de laatste plaats Warhol, andere middelen, die van de technische reproduceerbaarheid, gaan gebruiken om de zeggingskracht van hun kunst op te waarderen.

Van kunst naar documentatie

Na Warhol krijgen kunstenaars op een zowel filosofische als technologische wijze de wind mee. Door Lyotards afkondiging van het einde van de grote verhalen kunnen kunstenaars paal en perk stellen aan de narratieve dominantie van de curatoren. Met de groeiende technische mogelijkheden van fotografie, film en video is een toenemend aantal kunstenaars in staat om een eigen verhaal over de betekenis van hun werk te vertellen en het daarmee zichtbaarheid te verlenen, een taak die tot dan toe was voorbehouden aan de curator. Ieder kunstproject, iedere unieke actie of eenmalige performance kan met documenten, foto's of video in de vorm van een kunstenaarsinstallatie worden gedocumenteerd. Een installatie kan immers uit alles bestaan wat de kunstenaar goeddunkt, of het nu traditioneel vervaardigde kunstwerken zijn, *readymades* of ander materiaal. Met behulp van documentatie claimen kunstenaars letterlijk meer woorden en meer ruimte. Nu de kunstenaar niet langer afhankelijk is van de institutionele curator, kan kunst ook in andere ruimtes dan die van het museum worden opgesteld.

Volgens Groys kan deze verschuiving naar installaties en projecten en hun bijbehorende documentatie in de zestiger en zeventiger jaren niet los gezien worden van de post-saussuriaanse structuralistische cultuurtheorie of de cybernetische systeemtheorie, die onze 'linguïstische en culturele verhouding als een reeks beslissingen binnen een binaire code' beschrijft (Groys 2008, 109). Wanneer kunst in zijn algemeenheid als een systemische en door een algoritmische code geleide praktijk wordt beschouwd, dan wordt de *ontwikkeling* van kunst als *variatie van (oneindige) mogelijkheden* opgevat. Dit gevarieerd herhalen is niet alleen terug te zien in de serieel ge(re)produceerde of digitaal gekopieerde werken van Warhol of de wijze waarop hij het produceren van kunst projectmatig opvat, maar ook in de wijze waarop hij zijn eigen kunst en leven documenteert en archiveert, zoals met behulp van de *Time Capsules*, de dozen waarin hij alles dat op dat moment geen functie meer had, van tekeningen tot rekeningen, van krantenartikelen tot verpakkingen, opborg om ze eventueel later alsnog te kunnen gebruiken. Misschien geeft zijn opvatting over 'opruimen' in combinatie met die over de ruimte van de kunst het nihilistische karakter van die oneindigheid van mogelijkheden wel het beste weer: ruimtes met kunst zijn verspilde ruimtes (Warhol 1975, 145, 143). Een lege ruimte is immers een ultieme ruimte waarvan nog alle opties open liggen.

Deze variatie van oneindige mogelijkheden betekent een migratie van (eenmalige) kunst naar meervoudige kunstprojecten en kunstdocumentatie. 'Kunst wordt niet meer opgevat als de productie van kunstwerken, maar als documentatie van een kunstproject. [...] Kunst manifesteert zich niet meer zozeer als een ander, nieuw object van reflectie, maar veeleer als een manifestatie van een andere, heterogene tijd van het kunstproject dat als zodanig gedocumenteerd wordt' (Groys 2008, 125-126). Traditionele kunstwerken die in een installatie

worden opgenomen, kunnen hun individuele kunststatus verliezen, maar tegelijkertijd bijdragen aan de kunststatus van de installatie als geheel. Het enige dat nodig is om een installatie tot kunst te verheffen is niet de eenmaligheid van het werk, maar het magische gebaar van de kunstenaar die het nu naast een artistieke, ook een historische en narratieve context verleent. Door het bij elkaar brengen van kopieën en reproducties wordt het mogelijk weer een origineel te maken, dat op meer plaatsen *tegelijk* kan plaatsvinden. Toch voorkomt dit herscheppen van de kunst, deze recreatie van originelen, zelfs als dat door de hand van de kunstenaar gebeurt, niet dat het begrip van kunst of het gehalte kunst in een kunsttentoonstelling of museum naar de mening van het grote publiek diffuus of zelfs bijna geheel onzichtbaar wordt. Toeschouwers krijgen steeds meer foto's, video's, teksten en installaties te zien die zichzelf in dezelfde vorm presenteren als waarin kunst dat pleegt te doen. Maar pure documentatie is nog geen kunst. Documentatie *verwijst* naar kunst en maakt daarmee per definitie duidelijk dat die kunst verplaatst is en zich ergens anders bevindt (Groys 2002 en 2008, 100).

De wijze waarop kunst door middel van documentatie naar kunst verwijst en daarmee de *afwezigheid* van kunst articuleert, wordt in *Other Voices, Other Rooms* bij uitstek zichtbaar in de wijze waarop de video installatie Water wordt getoond. Water, volgens de curatoren van het Andy Warhol Museum in Pittsburgh het enige 'doelbewust als kunst' geproduceerde videowerk van Warhol, maakte in 1971 deel uit van Yoko Ono's 'event' *Water Talk* in New York. Warhol nam vanuit een vast camerapunt een videotape op van een water cooler in close up. De tape met het statische beeld van het langzaam zakkende waterniveau mixte hij met een soundtrack van klokkend water en over elkaar roddelende vrienden inclusief zijn eigen stem. Op Ono's tentoonstelling werd de tape van 32 minuten afgespeeld via een op een sokkel geplaatste monitor. In *Other Voices, Other Rooms* maakt de tape deel uit van zes video's uit de periode 1965-1975. Water wordt, net als de andere video's, vertoond op een plat scherm, waaronder een koptelefoon hangt waarop de soundtrack te beluisteren valt. De meeste ruimte wordt ingenomen door de begeleidende tekst op de wand, in een typografisch design uit de zestiger jaren dat in de hele tentoonstelling is toegepast.

De betekenis van de installatie Water als kunst is onmiskenbaar, ondanks de context van *Water Talk* en ongeacht de intenties die Warhol het werk expliciet heeft meegegeven. Warhol zette er niet een *readymade* neer, maar een metafoor voor een *readymade*, de televisie monitor, in de jaren 70 het symbool voor vloeibaarheid en vluchtigheid, met het scherm als plaats waar informatie in de vorm van vloeibaar licht wegstroomt. Water is (als) informatie, pure transparantie en belangrijkste voorwaarde voor iedere levensvorm.

Deze verbinding van water met beeld en geluid is niet nieuw. Walter Benjamin citeert in *Het kunstwerk in het tijdperk van zijn technische reproduceerbaarheid* Paul Valéry's futuristische opvatting waarin hij een groeiende stroom van beelden voorziet, als onderdeel van de stelling dat het kunstwerk in principe altijd reproduceerbaar is geweest: 'Zoals water, gas, en elektrische stroom via een bijna onmerkbare handgreep van veraf onze woningen binnenkomen om in onze behoeften te komen voorzien door middel van een haast te verwaarlozen inspanning, zo zullen wij van visuele of auditieve beelden voorzien worden, die op het geringste gebaar, op een teken haast, komen en verdwijnen.' (Benjamin 1985, 11) Water kan als metafoor staan voor informatie als dagelijkse levensbehoefte die tot kennis leidt. Eind jaren zeventig signaleerde Lyotard al in *La Condition Postmoderne* de mogelijkheid dat kennis, dus ook culturele en artistieke kennis, een commercieel gebruiksartikel zou kunnen worden. Als kennis niet langer door de grote verhalen wordt geleid, wordt de toegankelijkheid tot bronnen gedictieerd door economische stromen en bewegingen. Op zich

is het niet van belang of Warhol deze of een andere betekenis van water wilde uitdragen of juist kritisch wilde zijn met het beeld van het dalende waterniveau dat parallel loopt aan de seksueel getinte roddels rondom de water cooler. Belangrijker is dat door de driedimensionaliteit van de monitor de metaforische vergelijking tussen een water- en informatiecontainer kon worden gemaakt en de triviale manier waarop een omgeving zich tot deze bronnen verhoudt. Bovendien was de installatie samengesteld uit een massamedium en reflecteerde deze op het verschijnsel massamedium, maar was dat zelf niet.

Naast deze algemene betekenis van Water was er ook nog een specifieke, meer aan de individuele toeschouwer gebonden betekenis. Bezoekers van *Water Talk* konden in 1971 om Water heen lopen, net als om een echte water cooler. Met hun ogen absorbeerden zij het licht en hun commentaar vermengde zich met dat van de opname. Geluid kan een ruimte veranderen. Het bereikt de toehoorder niet eenzijdig zoals het televisiebeeld. Het geluid van een video installatie is meerzijdig, op meerdere plaatsen te horen, waardoor het de toeschouwer in staat stelt om de ruimte bewust te ervaren en te veranderen door zich te verplaatsen (Bolten 2006, 136). De audiovisuele ruimte van Warhols installatie uit 1971 was daarmee veel groter dan die van de tape uit 2007. Deze blijft nu beperkt tot het scherm, waar een bezoeker zich frontaal voor moet positioneren en door de koptelefoon een sterk beperkte bewegingsvrijheid heeft. *Water is in Other Voices, Other Rooms* geen kunstwerk, maar een toelichting op een kunstwerk. Het is een bewijsstuk van een herinnering aan een kunstwerk uit het verleden. Ter wille van de ideologie van de toegankelijkheid en onder het juk van het design heeft de curator de artistieke presentie veranderd in documentatie.

Een hybride tentoonstelling als *Other Voices, Other Rooms* onderscheidt zich door kunst, documentatie, archiefmateriaal en een diversiteit aan reproducties als belangrijkste elementen in de vorm van een superinstallatie te gieten. Deze installatie presenteert zich in dit geval niet alleen in de vorm van een tentoonstelling, maar ook als *Gesamtkunstwerk* dat zich vrijwel ongelimiteerd technisch kan reproduceren. Deze vorm van de gelijktijdige tentoonstelling camoufleert echter steeds meer het *ergens anders zijn* van het eertijds unieke en eenmalige kunstwerk en wijst in de richting van *een andere kunst(ervarings)vorm*, die richtinggevend wordt voor het tegenwoordige kunstbestel. De richting wordt bepaald door de kunstenaar, maar de camouflage door een nieuw type curator.

Van curator naar regisseur

Sinds midden tachtiger jaren kan de zogenaamde *independent curator* geprofileerd op de voorgrond treden. Een artikel in de International Herald Tribune met de veelzeggende titel 'Independent Curators Restyle N/Y Scene' bespreekt in 1993 de groeiende invloed van deze groep 'freelance art exhibition organizers' (Micucci 1993). Een onafhankelijke, niet aan een instituut of natie gebonden curator, die net als een installatiekunstenaar eigen ideeën, concepten en interpretaties uitwerkt in de vorm van tentoonstellingen schept mogelijkheden voor een alternatief discours in andere ruimtes dan het museum. Ze kunnen dat gemakkelijker, sneller, veelvuldiger en commerciëler dan de traditionele curator. 'We reizen internationaal heel wat af' zegt een van hen, 'daarom kunnen we zo'n show een brede visie geven'. En naarmate hun tentoonstellingen persoonlijke creaties worden, gaat de onafhankelijke curator steeds meer op de kunstenaar lijken. 'Ik benader mijn tentoonstellingen alsof ik een film regisseur' zegt een ander, 'Ik probeer een nieuw gebied open te leggen door het als narratief of als verhaal te benaderen. Ik verander de ruimte en de kleur van de muren en zet werken bij elkaar op basis van hun overeenkomst. Op die manier wil ik kunst open stellen voor mensen die meestal niet naar een museum of galerie gaan.' (ibidem).

Boris Groys (2008, 102) benoemt dergelijke, de wereld rondreizende, curatoren als radicaal gesecculariseerde kunstenaars, omdat ze handelen als kunstenaar, echter zonder de kracht van diens magische gebaar te bezitten. Het verhaal van de *independent curator* moet op verschillende manieren en verschillende niveaus uit te leggen zijn, opdat het in zoveel mogelijk situaties tot zijn recht komt en zoveel mogelijk doelgroepen kan bedienen. Zo'n curator maakt gebruik van alle beschikbare media om zijn verhaal te vertellen.

Dat lijkt in het geval van Andy Warhol op het eerste gezicht niet zo'n probleem. Hij probeerde immers op allerlei manieren en met allerlei middelen zoveel mogelijk mensen te bereiken. Dat beoogde hij zelf *als kunstenaar*. Maar een onafhankelijke curator wordt voor tegenstrijdige keuzes gezet bij het postume werk van Warhol. Welk verhaal valt nog te vertellen in een tijd waarin alle verhalen (on)mogelijk zijn geworden? Hoe moet Warhol worden gepresenteerd: enkel als kunstenaar, of ook als designer of criticus? Hoe valt recht te doen aan zijn al dan niet geposeerde onverschilligheid en nihilistische oppervlakkigheid in een serieus en contemplatief instituut als een museum? Dat kan alleen door die (poses van) onverschilligheid en oppervlakkigheid in een context te plaatsen en van betekenis en diepgang te voorzien en wel zodanig dat dit niet ten koste gaat van de wens van de belangrijkste doelgroep, het grote publiek, om niet lastig gevallen te worden met ingewikkelde theoretische achtergronden. Hoe kun je bewerkstelligen dat een publiek dat geamuseerd wil worden voor een tentoonstelling als deze *de tijd* neemt?

Dat stelt speciale eisen aan de vormgeving en de inrichting. Gastcurator Eva Meyer-Hermann van *Other Voices, Other Rooms* bevestigt in een interview met het Wexter Center for the Arts (2008) de intenties van een onafhankelijke curator, wanneer ze toelicht op welke wijze en met welke middelen zij haar publiek tegemoet komt. Voor haar vormde het grootste probleem de vanzelfsprekendheid of herkenbaarheid van Warhols werk. Het grote publiek herkent iconen als de Brillo boxen of de Campbell Soup blikken in één oogopslag, zonder zich verder af te vragen wat hun betekenis is. 'Een boek aan de muur hangen werkt niet. Mensen nemen er de tijd niet voor. Als tentoonstellingsmaker moet je nadenken over hoe mensen naar kunst kijken. Daarmee neem je de toeschouwer serieus. Je biedt iedereen de kans om zijn eigen ervaring te regisseren.' (Metz 2007)

Hoe kun je een publiek er dan toe brengen om zowel letterlijk als figuurlijk *stil te staan* bij werken van Warhol? Niet door de aandacht op traditionele wijze te vestigen op zijn stills, de posters, de litho's of zijn schilderijen, maar door die aandacht te verleggen naar zijn bewegende beelden. Een niet geringe opgave, gezien de contemplatieve tegenstrijdigheid van het film- en het schilderijdoek, die Benjamin al signaleerde: 'Het laatste nodigt de beschouwer uit tot contemplatie; staande voor het schilderij kan hij zich overgeven aan de loop van zijn associaties. Ten overstaan van de filmopname kan hij dat niet. Nauwelijks heeft zijn oog haar gevat, of zij is alweer veranderd.' (Benjamin 1985, 39-40) Warhols bewegende beelden liggen meestal in het Warholarchief in Pittsburgh en worden maar zelden vertoond, zodat ze onbekend zijn bij het grote publiek. Door die onbekendheid zijn ze goed te onderscheiden van Warhols overbekende beelden en dat is de reden dat Meyer-Hermann Warhols *time-based art* tot kern van deze tentoonstelling heeft gemaakt. De enorme hoeveelheid films, video's en geluidsbanden en hun tijdsduur (de meeste films duren meer dan een uur) heeft haar, volgens haar eigen zeggen, ertoe gebracht ze zoveel mogelijk gelijktijdig te willen afspelen. Dat stelt hoge, specialistische eisen aan de ruimte, waarin de technologie zo min mogelijk de aandacht mag afleiden. De producties moeten met elkaar in relatie gebracht kunnen worden, zonder met elkaar te concurreren. Dat vraagt om een 'geënceneerd landschap', waarin iedere bezoeker een route kan uitzetten, waarmee aan zijn

wens van keuzevrijheid wordt tegemoet gekomen. Voor de vormgeving van zo'n landschap werd Chezweitz & Roseapple ingehuurd, een ontwerp bureau uit Berlijn dat zich met museale projecten bezighoudt en dat haar/zijn werkzaamheden zelf typeert als 'scenografie'. Hun ontwerp 'droeg aanzienlijk bij aan de beleving van de tentoonstelling' hetgeen aanleiding was om ze daarvoor met de 2008 AICA Award te belonen. Meyer-Hermann (2008) zegt ervan overtuigd te zijn dat dergelijke mise-en-scèneringen van tentoonstellingen in de toekomst steeds belangrijker zullen worden.

De toepassing van 'scenografie' voor de vormgeving van deze tentoonstelling is opmerkelijk. Niet alleen omdat deze term oorspronkelijk betrekking heeft op het ontwerpen en uitvoeren van theaterdecors. Ook vanwege de overdrachtelijke betekenis van de term: het weergeven van objecten in een bepaald perspectief. Een 'scene' is een plaats waar een gebeurtenis uit een verhaal of uit het echte leven kan plaatsvinden, waar ze kan samenkomen of gemengd worden ter overstaan van een publiek. Maar het is ook een landschap, een speciaal domein of bepaalde activiteit. Of een sequentie uit een toneelstuk, een film of boek. Het is zelfs een benaming voor een subcultuur. In hun scenografie van *Other Voices, Other Rooms* lijken Chezweitz & Roseapple al deze betekenissen gebruikt te hebben. De tentoonstelling is een enscenering van kunst in landschappen. De theatrale wijze waarop Warhol zijn kunst en zijn leven inrichtte, ze met elkaar vermengde en de subcultuur waarvan hij deel uitmaakte is in *Other Voices, Other Rooms* opnieuw in scene gezet. Maar iets in scene zetten heeft ook een andere kant, namelijk dat wat *behind the scenes*, achter de schermen verborgen blijft. Wijst dit inroepen van een hulpdiscipline uit de theaterwereld, dit artistieke decorontwerpen, op een verschuiving in de betekenisvorming van kunstwerken (die ook al was ingezet bij de verschuiving naar kunstinstallatie en -documentatie)? Of vormt de economische toegankelijkheid, de laagdrempeligheid voor de diverse doelgroepen, het verborgen *leitmotif*? Hoe dan ook spreken kunstwerken, zelfs de op het eerste gezicht vanzelfsprekende als die van Warhol, kennelijk niet langer voor zichzelf en moeten ze weer meer gesouffleerd worden. En net als haar institutionele voorgangers, de museumcuratoren die een tentoonstelling contextualiseerden met een kunsthistorisch narratief, voorziet Meyer-Hermann haar tentoonstelling eveneens van een context: die van de populaire cultuur, die zij benoemt als een 'show' (ibidem).

Van tentoonstelling naar show time

Een show geldt als het prototype van amusement, maar het publiek regisseert daarin niet de eigen ervaring. Dat doet de regisseur en in het geval van een kunstshow de curator. *Other Voices, Other Rooms* is een adequaat voorbeeld van de theatralisering van het museum die met de introductie van de performance arts en de videokunst is begonnen. Hoe verhoudt deze theatralisering zich met de doelstelling van *Other Voices, Other Rooms* die de toeschouwer stil wil laten staan en hem de tijd voor betekenis wil laten nemen? De introductie van film en video in een van oorsprong contemplatief instituut, marginaliseerde het museum tot een donkere, duistere plaats, waar voorheen de kwaliteit van het daglicht als belangrijkste eigenschap gold. Een tentoonstelling van *time based arts* lijkt veel meer op een filmfestival, waar de toeschouwer niet langer zijn eigen route in ruimte en tijd loopt, maar zich van voorstelling naar voorstelling beweegt. Zijn keuzevrijheid is ingeperkt: hij kiest niet langer welke kunstwerken hij bekijkt, maar vooral hoe lang, waarbij hij op de koop toe moet nemen dat hem de tijd ontbreekt een werk in zijn geheel te bekijken. Hij beweegt zich daardoor *anders* dan in een filmfestival: niet van voorstelling naar voorstelling maar van lichtbron naar lichtbron (Balkema 2002, 52). Om de bezoeker af en toe letterlijk *stil te laten staan*, zijn er enkele scenografische kunstgrepen in de ruimte toegepast. In de *Filmscape* bijvoorbeeld is

een groot aantal projectieschermen opgehangen aan een plafond dat beschilderd is met grote donkere camouflagevlekken. Ook zijn er schuimrubberen kussens in de vorm van zulke camouflagevlekken op de vloer van de *Filmscape* geplaatst, als driedimensionale kopieën van Warhols gelijknamige schilderijen. De positionering van de kussens dwingt de toeschouwer fysiek tot een laverend traject, al zigzaggend door de ruimte. De horizon verandert voortdurend en de duisternis draagt bij aan een ongewis perspectief. Een enkeling besluit plaats te nemen om een tijdlang naar de slapende John Giorno in *Sleep* (1963) te kijken of de curator van het MOMA Henry Geldzahler gade te slaan die verveeld zwijgend in de duisternis terugkijkt. Een aantal films zijn door Warhol doelbewust vertraagd, van 24 naar 16 beelden per seconde. Deze vertraging van de tijd, maakt de filmbeelden minder vanzelfsprekend, maar onttrekt nog net de essentie van de oorspronkelijke cinema als sequentie van stilstaande beelden aan het oog. Het bewegend beeld reproduceert zich onophoudelijk met kleine variaties, vergelijkbaar met het seriële grafische werk van Warhol en lost daarmee als het ware de vaste vorm van het beeld op. Met deze minieme variaties vraagt de tijd subtieler aandacht voor zichzelf dan met de lichtgevende tellers die ieder van de 19 films begeleiden. Deze tellen de tijd terug zodat toeschouwers de *loop* kunnen aftellen. Dit aftellen is vertaald in een visuele vorm, een lichtbak met donkere, verspringende cijfers, in *show time*: de zichtbaar gemaakte tijd geeft het publiek de keuze om nog even af te wachten en stil te staan totdat de voorstelling weer begint of verder te flaneren van filmdoek tot filmdoek.

Hoe sluit deze enscenerende camouflagetechniek van de tentoonstelling aan bij de amusementwens van de toeschouwer? Bij camouflage is de zichtbaarheid van het oppervlak het belangrijkste en moet het onderliggende verborgen blijven. Camouflage, als het verbergen of maskeren van onderliggende bedoelingen of betekenissen en daarmee het openhouden van alle opties, maakt onmiskenbaar deel uit van Warhols artistieke identiteit. Zijn beelden, of het nu om zijn grafisch werk gaat of zijn televisieproducties, onthullen een oppervlakkigheid, die tegelijkertijd iedere culturele, politieke of artistieke diepgang verhult, zonder die onmogelijk te maken. De presentatie is het belangrijkste. Of het kunst is, mag iedereen zelf weten. Het publiek ervaart dit niet als een vooropgestelde mening, maar kan alles zelf blijven kiezen. Dat heeft het werk van Warhol zo succesvol gemaakt bij verschillende doelgroepen.

Camouflage staat bij uitstek voor de hedendaagse subjectiviteit, die calculeert en kiest en waarvoor niets bij voorbaat vaststaat. Groys (2008, 146) legt de basis van deze calculerende subjectiviteit bij Martin Heideggers 'Langeweile', de ervaring van de diepe verveling, die zich pas manifesteert bij het aannemen van een uitnodiging voor een party. Een toepasselijke vergelijking in dit verband, want niet alleen was Warhol doodsbenuwd voor verveling en daarom een fervent partyganger, maar ook de tentoonstelling *Other Voices, Other Rooms* is, zoals gezegd, omgeven door een partysfeer. Wie de uitnodiging voor een party aanneemt, heeft bewust besloten tijd vrij te maken. Cultuurminnaars die naar een feestje gaan, isoleren tijd uit het alledaagse en reserveren dit als tijdverdrijf. Dat geldt ook voor de tijd die zij aan een tentoonstelling besteden, waarin ze uit de alledaagse beslommeringen verdreven zijn en met *show time* onderhouden willen worden, ook al slaat de verveling bij de meeste bezoekers al snel toe bij het bekijken van Warhols televisieproducties.

Van tentoonstelling naar gecamoufleerde kunst

Curator Meyer-Hermann verwees voor een verklaring van de titel van de tentoonstelling naar de roman van Truman Capote, waardoor Warhol zou zijn beïnvloed. De tentoonstelling is dan een illustratie of artistieke uiting van diens individuele 'gevoel van verlatenheid en existentiële onzekerheid'. Maar die uitleg laat zich moeilijk verenigen met Warhols doelbewuste vermenging van kunst en commercieel amusement. Gijs van Tuyl, directeur van het Stedelijk

Museum, geeft in het voorwoord van de catalogus (Meyer-Hermann, 2007a, 00:06:00) de titel een ruimere betekenis, omdat deze zou staan voor het zoeken naar identiteit, in 'other rooms' en 'other voices'. Het zou dan gaan om de identiteit van de bezoeker, in de vorm van een zoektocht die kan dienen als focus 'voor onze eigen betrokkenheid met een *oeuvre* dat nog lang niet uitputtend is onderzocht of ten toon gesteld.' De show en de inrichting van de landschappen maken weliswaar verschillende beschouwingwijzen mogelijk, maar die staan *niet* gelijk aan existentiële onzekerheid. Niet bij Warhol en niet bij de toeschouwer.

De hier boven beschreven bewegingen van iconoclastische naar iconofiele curator en regisseur, van tentoonstelling naar doelgroepanalyse, documentatie en show, openen nog andere betekenissen voor *Other Voices*, *Other Rooms*. Kopiëren en gevarieerd herhalen vormt de essentie van Warhols werk, dat zich niet liet vastleggen en alle mogelijkheden openhield. Niet in zijn existentiële onzekerheid, maar in de oneindige mogelijkheden van beeldvariaties, in 'hoe het ook nog anders had kunnen zijn' is Warhols artistieke identiteit te vinden. Een beeld dat af is, is dat niet definitief, maar voorlopig. Zo'n beeld is op te vatten als een eerder stadium van een keuzevoortgang. Zo bereikte Warhol een situatie die oorspronkelijker is dan welk oorspronkelijk beeld dan ook, omdat hij het beeld in een toestand van pure mogelijkheid transformeerde. Niet alleen het beeld zelf wordt variabel, ook alles wat ermee verbonden is, zowel het medium zelf, de context waarin het zich bevindt en dat waar het naar verwijst (Groys 2008, 138-139). Deze variatie van keuze- en combinatiemogelijkheden verwijst naar 'de wederkeer van de stilstaande tijd', de onbestemde tijd die aan het kiezen vooraf gaat, waarin nog getwijfeld wordt, waar alle opties nog worden langsgelopen, naar de verloren tijd waarin de subjectiviteit van de keuzevrijheid zich pas constitueert en haar gezicht krijgt middels de zich alsmaar uitbreidende archieven (Groys 2008, 148).

De curator en de museumdirecteur refereren in hun toelichting niet aan de wijze waarop deze presentatie van gecamoufleerde en *verwijzende* kunst de eigen identiteit van het publiek bevestigt of die van het museum ter discussie stelt. Het museum zelf functioneert immers als een variatie van mogelijkheden die openingen biedt voor *andere* variaties, *andere* contexten en interpretaties. De kopieën en reproducties in *Other Voices*, *Other Rooms* laten zien dat kunst haar eigen identiteit blijft bevragen. Iets dat de eigen identiteit bevraagt, is daar per definitie niet zeker van. Het is diffuus, die identiteit staat niet vast, die moet nog worden geformuleerd, die moet nog plaatsvinden, in welke vorm dan ook. En dat geldt ook voor het museum in haar functie van schatbewaarder, tussenpersoon, verhalenverteller en interpreter. Het museum kan, dankzij haar multifunctionele identiteit, de kunstenaar, de onafhankelijke curator en een tentoonstelling tot dit bevragen een gastvrije gelegenheid bieden, een 'rightful home' van waaruit het naar die *andere bestemmingen* en *andere ruimtes* kan verwijzen.¹ Het museum kan daarmee bevestigen dat culturele identiteit geen vaststaand begrip is, maar steeds opnieuw gedefinieerd moet worden. Het definiëren van doelgroepen of het designen van een collectie kunnen adequate middelen zijn. Maar het mogen geen doelen op zich worden. Want dan verwijst de kunst niet langer, maar verdwijnt.

Net als bij de werken van Warhol is het niet altijd uit te maken of *Other Voices*, *Other Rooms* kunst of amusement, diepgaand of oppervlakkig, oorspronkelijk of gekopieerd is. Dat wil echter niet zeggen dat het niets uitmaakt. De betekenis van de tentoonstelling is gecamoufleerd, doelbewust ongewis en multi-interpretabel, zoals een Rorschach-vlek. Met behulp van het camouflerende design ontstaat een ongewisse identiteit en een openheid van opties die zowel in de titel als in de presentatie zijn terug te zien, die iedere aflevering van de tentoonstelling toch uniek maakt. Gecamoufleerde kunst kan weliswaar iets onzichtbaar

maken, maar het ook ongedifferentieerd en ongedefinieerd laten en verwijzen naar steeds andere stemmen en andere ruimtes.

Wexner Center of the Art ^[3]

Joost Bolten is universitair docent bij de BA opleiding Media en cultuur en bij de duale MA opleiding Preservation and Presentation of the Moving Image aan de Universiteit van Amsterdam. Daarnaast is zij directeur van het onderwijsinstituut Mediastudies.

joost.bolten@uva.nl^[4]

Bibliografie

Balkema, Annette W. en Henk Slager (ed.) Boris Groys interview "Karlsruhe Immaterial Communication" in: Lier & Boog. Series of Philosophy of Art and Art Theory, Volume 17. Amsterdam/New York 2002.

Benjamin, Walter (1985). *Het kunstwerk in het tijdperk van zijn technische reproduceerbaarheid (en andere essays)*. Vertaling Henk Hoeks; SUN Nijmegen. Oorspronkelijk verschenen als 'Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit' in *Gesammelte Schriften*. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main (1974).

Bolten, Joost (2006). *Tussen voorstelling en uitvoering. De plaats van de tekst in het videowerk van Gary Hill*. Vossiuspress/Amsterdam University Press.

Capote, Truman (1948/2004). *Other Voices, Other Rooms*. Penguin Books Ltd. London England.

Flyer Andy Warhol (2007). Tekstredactie: Maria Baarspul (c) The Andy Warhol Foundation for Visual Arts, Inc.

Groys, Boris (2002). 'The Aura of Profane Enlightenment'. The World (maybe) fantastic. Exhibition Catalogue. Sydney Biennale.

Groys, Boris (2008). *Die Kunst des Denkens*. Fundus Bücher 169 Philo Fine Arts Hamburg.

Heidegger, Martin (1996). *De oorsprong van het kunstwerk*. Amsterdam en Meppel: uitgeverij Boom.

Meyer-Hermann, Eva (2007). 'Other Voices, Other Rooms' in: ANDY. Tentoonstellingskrant Ned/Eng. Speciale Editie van het Stedelijk Museum Bulletin, Jaargang 20, Nummer 5, Oktober 2007.

Meyer-Hermann, Eva (2007a). *Andy Warhol. A Guide to 706 items in 2 hours 56 minutes*. Ed. by Eva Meijer-Hermann Stedelijk Museum Moderna Museet NAI Publishers.

Meyer-Hermann, Eva (2008). 'Interview with Eva Meyer-Hermann curator'. Wexner Center for the Arts/Ohio State University. Warhol Podcast#1: 24 June 2008. wexarts.org/wexblog/?p=319 (bezocht december 2008)

Metz, Tracy (2007). 'Iedereen regisseert eigen Warhol-ervaring'. *NRC-Handelsblad*, 31 december 2007.

Micucci, Dana (1993). 'Independent Curators Restyle N.Y Scene' International Herald Tribune, April 24, 1993. iht.com/articles/1993/04/24/srac.php (bezocht 4 december 2008)

Warhol, Andy (1975). *The Philosophy of Andy Warhol (From A to B and Back Again)* Penguin Books Ltd. London England.

1. 'It was a terrible, strange looking hotel. But Little Sunshine stayed on: it was his rightful home, he said, for if he went away, as he had once upon a time, other voices, other rooms, voices lost and clouded, strummed his dreams' (Capote 2004, 78-79).

© Estheticatijdschrift.nl

Gedownload van de pagina's van <http://www.estheticatijdschrift.nl>

Links:

[1] <http://nl.youtube.com/watch?v=36ccbDt14WQ>

[2] <http://www.cultuurnet.be>

[3] <http://nl.youtube.com/watch?v=BxYXkWDf4QI>

[4] <mailto:joost.bolten@uva.nl>