

Jan Lauwers . Needcompany
Images of Affection
do 23, vr 24, za 25 mei 2002



duur voorstelling **1 uur en 20 minuten**, zonder pauze
redactie programmaboekje **deSingel**
druk **Tegendruk**
gelieve uw **GSM** uit te schakelen!

Jan Lauwers . Needcompany
Images of Affection

tekst, regie,
concept en scenografie **Jan Lauwers**
in samenwerking met
en uitgevoerd door **Grace Ellen Barkey, Anneke Bonnema,
Gabriela Carizzo, Timothy Couchman,
Dick Crane, Hans Petter Dahl, Misha
Downey, Lisbeth Gruwez, Kosi Hidama,
Tijen Lawton, Maarten Seghers**

muziek **Hans Petter Dahl, Maarten Seghers,
Ray Davies, Christian Fennesz**

lichtontwerp **Jan Lauwers, Joris De Bolle**
geluidsontwerp **Dré Schneider**
kostuums **Lot Lemm**
regieassistentie **Alyse Leigh**
techniek **Eric Vermeulen**
speciale effecten **Carl Gydé**
uitvoering maskers en vazen **Philippe Crépain**
productie **Needcompany**
coproductie **Brugge 2002, Théâtre de la Ville (Parijs),
Le-Maillon Théâtre de Strasbourg**

in samenwerking met **Kaatheater en Cultuurcentrum Brugge**

artistiek directeur **Jan Lauwers**
Needcompany
zakelijk leider **Christel Simons**
productie en
dagelijkse leiding **Carl Gydé**
pers, promotie
en dramaturgie **Vjera Somers**
administratie **Geneviève Chaltin**
technische leiding **Joris De Bolle**



© Maarten Vanden Abeele

Verklarende woordenlijst

Rabbitism (Satyriasis):

Konijnen die neuken tot ze er bij neervallen

Carrot:

Engelse vertaling voor wortel, voedsel van konijnen

Silence:

De vijand

Snow:

De uitgestrektheid van vrijheid

War:

Een permanente staat van zijn, latent aanwezig tijdens Vrede

Happiness:

Dictator, een manipulator, de duivel

The border:

De grens, plaats waar scherpschutter zich schuilhoudt

The Seventies:

De grote illusie

Chaostheorie:

Een manier om het niet-weten te begrijpen, van delen naar het geheel

De paradox van Kreta:

Als iemand beweert dat hij liegt, zegt hij dan de waarheid?
(Eubulides)

In de kunst draait het uiteindelijk allemaal om de kritische bevraging van de realiteit. Voor deze werkelijkheid bestaan er vele inhouds- en uitdrukingsvormen. Een voltooid realistisch schilderij heeft evenveel met de werkelijkheid te maken als het beschilderde doek en het kader of zelfs als het

"Hou ervan, vertrouw het en laat het met rust."

Don DeLillo

'Images of Affection' is gebaseerd op een leugen.

Een verhaal dat nooit verteld wordt.

Over de waarneming die ingekleurd wordt met denkbeelden.

Denkbeelden die slechts een kopie zijn van de werkelijkheid.

Een reproductie van de waarheid, en de onbedwingbare drang om die te manipuleren.

"En met een mathematische precisie besloten zij het ondoenbare doenbaar te maken.

En ze faalden... natuurlijk."

J.L.

Deze voorstelling vertelt het verhaal van een man die in enkele seconden alles verliest wat hij bezit. We volgen de gedachten die zijn denken doorkruisen gedurende dit cruciaal moment waarop alles plots niets wordt.

Een weerspiegeling van de waarneming: genegenheid, gruwel, vernietiging, herinneringen.

De herinnering aan het verleden wordt ongewild toekomst.

Een voorstelling over oorlog. Over alle oorlogen. Ongeveer 400 sinds de tweede wereldoorlog.

Het tragisch verhaal van geluk.

Maar ook dat is onwaar.

Wat we zien is wat er is.

"...en ondanks alles lachte ze nog een laatste keer..."

J.L.

Black out.

enkel in de geest bestaande beeldconcept. Als artistieke realiteit kan dat-gene gelden waarbij de mens zich wezenlijk bezig houdt met zijn afhankelijkheid van sociale en culturele factoren. De receptie van Coca-Cola in de kunst bijvoorbeeld toont aan hoe de realiteit van de publiciteit in onze

"Then everything went silent... silent... and this silence... they knew... was their greatest enemy. They knew that this silence should not be. That this silence was not a silence but a threat.

They knew that if they were able to make this silence inaudible... That nothing evil could happen... that they would then be, yes, invincible and would at last be able to reorder the secrets, the mysteries of life.

Reordering, that was the aim.

And with a mathematical precision and a dedication one now only found in very young people, they decided to make the undoable doable. And they failed, of course."

Images of Affection, Jan Lauwers

leefwereld geïntegreerd geworden is en hoe deze op verschillende manieren beleefd en formeel weergegeven kan worden. Reclame, wervingscampagnes, ontwerpen zijn sinds de eerste decennia van onze eeuw tot een steeds belangrijker onderwerp voor de vrije kunsten geworden. Door zijn

*“Ik weet niet waar het artificiële eindigt en de werkelijkheid begint.
Het artificiële boeit me. Het glittert en glanst.”*

Andy Warhol

Mike zat met Angie en Lola in de Kebab shop.

Angie werd daar vermoord.

Enkele uren later begon de oorlog.

Mike dacht dat zijn vrouw gedood werd tijdens de eerste bomexplosie. Maar in feite was ze al dood.

“Het nooit doen is erg opwindend.”

Andy Warhol

Die nacht dat de oorlog begon,

zat Mike met zijn vrienden in de Kebab shop.

Hij dacht dat zijn vrouw gedood werd door de eerste bomexplosie, maar ze was al een tijdje dood.

“Verspilde ruimte is elke ruimte die kunst bevat.”

Andy Warhol

Mike verloor alles de nacht dat de oorlog begon.

Hij dacht dat de eerste explosie Christine (zijn vrouw) doodde.

Eigenlijk was ze al lang dood.

“Het heeft niet enkel met mijn imago te maken om niet alles te vertellen. Ik vergeet gewoon wat ik de dag voordien gezegd heb en dan moet ik weer iets compleet nieuws verzinnen.”

Andy Warhol

fundamenten in de Freudiaanse dieptepsychologie, zijn meestal meerdubbele symboliek, en ook door de heel eigen esthetiek werden in de eerste decennia – lang voor er van pop art sprake was – kunstenaars geïnspireerd om publiciteitsmotieven op een symbolische of iconische manier te gebruiken.

HAPPINESS/ HAPPINNES/ HAPINNESS/ HAPINES/ HAPINNES/....

Het is de gruwel die vriendelijk teruglacht, het is de duivel die langzaam binnendringt en doet alsof er niets aan de hand is. Het is ‘happiness’ dat zodanig gelukkig wil zijn, en zo obsessief op zoek is naar de uiting ervan dat het iets dwangmatig krijgt. Geluk is dominant.

We zijn gelukkig omdat het zo hoort, omdat geluk een begrip is. Omdat geluk vaststaat en daar niets tegen in te brengen is. Omdat we er altijd naar op zoek zijn. Omdat we denken dat we het gisteren hadden en vandaag niet meer. Omdat het morgen misschien wegloopt. Omdat we het halsstarrig vasthouden. Omdat geluk geen vrijheid kent. Omdat geluk een leugen is. Omdat geluk geen ademruimte heeft door de te stevige omhelzing. Omdat geluk tegen de wanden van onze oogkassen bonst. Omdat geluk een dictator is die bepaalt wie, waar en wanneer het ons te beurt zal vallen. Omdat geluk heel eenzaam is. Omdat geluk heel ongelukkig moet zijn. Het is die eeuwenoude zoektocht van de mens naar de ultieme vrijheid die maakt dat we meer en meer in een keurslijf belanden omdat we halsstarrig trachten deze vrijheid te definiëren maar niet de juiste taal vinden.

Tekst Vjera Somers en Alyse Leigh, tenzij anders vermeld

ken. Artistiek legitiem onderwerp werd de publiciteit pas in het sociaal en politiek geëngageerde realisme van de jaren vijftig in Engeland, een beweging die de weg voor pop art effent en die de tot dan toe op overwegend esthetische componenten gebaseerde formele schilderkunst vervangt. Met



“Het konijn heeft een rond, kinderlijk gezicht met een platte neus, enorme oorschelpen en ogen die een enigszins hulpeloze uitdrukking hebben. Mensen vinden het leuk om naar een konijn te kijken omdat zijn gezicht ons aan dat van een kind doet denken.”

The private life of a rabbit, R. Lockley

De geschiedenis:

Wilde konijnen zijn al enkele jaren bekend. Al onze hedendaagse konijnen stammen af van een klein wild oerkonijn (*Oryctolagus cuniculus*). In de geschreven geschiedenis worden ze omstreeks 1500 v.Chr. voor het eerst vermeld.

In de geschiedenis van het konijn is het verschillende malen voorgevallen dat ze zich zo veelvuldig voortplanten dat van een konijnenplaag gesproken kon worden. Toen er geen enkele bestrijdingsmethode meer hielp, verspreidde men de ziekte myxomatose onder de konijnen. Hierdoor stierven er ontzettend veel konijnen. Nu is dit, wereldwijd, de meest gevreesde konijnenziekte.

Een mannetje onderscheidt zich van het vrouwtje doordat hij soms heftig met de achterpoten stampert en met de onderkant van zijn kin langs allerlei voorwerpen strijkt. Op die manier bakent hij door middel van geur zijn territorium af. Sommige konijnen willen wel eens bijten ten gevolge van hun paardrift; vrouwtjes zijn wat dat betreft veel rustiger. De voortplanting loopt over het algemeen zeer voorspoedig.

De geschiedenis van het Konijn

de aansluitende ontwikkeling van de Amerikaanse pop art in New York beïnvloedde deze stroming de internationale kunstscène van de jaren zestig en zeventig. De ambivalentie die zich in deze artistieke stijl manifesteert, tegelijk een bewonderende en kritische houding tegenover de

Konijnen en The Kinks

Al is Needcompany nog volop aan het werken aan zijn nieuwe voorstelling 'Images of Affection', regisseur Jan Lauwers maakt een erg ontspannen indruk als hij binnenkomt in het Lunatheater. Het gesprek begint dan ook met een terugblik, maar eindigt bij de rol van konijnen, cola-blikjes en 'The Kinks' in het nieuwe stuk.

Needcompany bestaat dit jaar vijftien jaar. Daarvoor maakte Jan Lauwers deel uit van het 'Epigonentheater ZLV', waarbij ZLV stond voor 'zonder leiding van'. Hoe kwam het ene ensemble uit het andere voort? En wanneer nam hij de volledige artistieke verantwoordelijkheid op zich?

Jan Lauwers: 'Ik ben als het ware in het theater gerold. In mijn werk als beeldend kunstenaar kwam ik tot performancevoorstellingen. Hugo de Greef, toen in het Kaaitheater, en Ritsaert ten Cate, toen in Mickery Amsterdam, pikten dat op. Zo ontstond Epigonentheater. Dat was een boeiende periode: ook Jan Fabre en Rosas maakten toen hun eerste werk. De Wooster Group was hier voor 't eerst te zien. Bij het Epigonentheater was het aanvankelijk inderdaad de bedoeling om als collectief, 'zonder leiding van' te werken. Maar drie weken voor de première van de laatste voorstelling, 'De struiskogel', had ik al feitelijk, met instemming van de anderen, het heft in handen genomen. Een collectief in de kunst is volgens mij onmogelijk. Het beroemdste collectief uit de kunstgeschiedenis is 'Cobra', en die hebben welgeteld zes weken als collectief samengewerkt. Wat wel kan, zoals bij Fluxus, is dat kunstenaars tot een goede samenwerking

komen, en bijdragen leveren aan elkaars werk.'

'Oorspronkelijk zou het Epigonentheater niet langer dan vijf jaar bestaan. Ik herinner mij dat Jan Fabre mij ooit zei: 'We gaan toch niet oud worden in het theater zeker'. Ik beaamde dat, maar zie, we zijn over de veertig en nog altijd bezig. Na vijf jaar Epigonen lagen er nog contracten voor anderhalf jaar. Ritsaert vroeg mij bovendien om weer een voorstelling te maken voor Mickery. Vanuit mijn respect voor die man stemde ik in. Daardoor had ik behoefte aan een nieuwe structuur, en dat werd Needcompany: letterlijk 'I need a company'. Maar het is allerm minst mijn ambitie om een theaterdirecteur te zijn. Dit ensemble is een structuur waarmee ik als kunstenaar kan werken. Het is een beetje zoals David Lynch werkt. Hij heeft drie huizen op een rij. In een woont hij, in een ander werkt hij, en een derde is een productiestudio. Of zoals Warhol. Op de vraag hoe hij in de 'Factory' kon werken met al die mensen die rond hem hingen, antwoordde hij: 'De mensen hangen niet rond mij, ik hang rond de mensen'.'

Hoe ligt je verhouding, als beeldend kunstenaar, met het theater dan?

Jan Lauwers: 'Ik regisseer niet. Ik creëer beelden. Tot grote wanhoop van de acteurs. Ik geef ze heel weinig houvast. Dat is noodzakelijk om tot dit soort concentratie te komen. Op de eerste dag van de repetities verzamelde ik hen rond een lege tafel met de mededeling dat ik niets dan twijfels had en niets goed genoeg vond. Wat is een beeld en wat is een

consumptiemaatschappij, vindt zijn voedingsbodem in de buitengewoon sterke intellectuele interesse van kunstenaars voor de esthetica van de subcultuur, die ze in hun werk toelaten. De veelvuldige aanwezigheid en de begrijpelijke taal van Coca-Cola-reclame alsook het aangeboden product

zelf komen tegemoet aan de banaliteit van het probleemloos consumeren en de oppervlakkige kijklust. Tot vandaag klinkt in het beeld dat we van Coca-Cola hebben nog steeds de pop-ideologie van de jaren zestig door. Zo wordt de onpersoonlijke, clichématige dagdagelijkse iconografie van

grensbeeld, was bijvoorbeeld de vraag. Hoe maak je dans zonder choreograaf en theater zonder regisseur? Want dat ben ik allemaal niet. Ik ben een kunstenaar. Gelukkig heb je dan grote ego's van acteurs aan tafel als Hans-Petter Dahl of Anneke Bonnema, die ook zo'n voorstelling in enkele dagen in elkaar kunnen boksen. Als er alleen jonge acteurs waren, zou het de totale verwarring zijn.'

'Ik heb bij het theater altijd de grootste vragen gehad. Niet bij dans. Dans ligt voor mij dicht bij performance, het is een ander medium. Maar theater wordt zo vaak mismeesterd. Ik denk dat de oorzaak ligt in de 'exposure' van de acteur in het theater. Het applaus, de aandacht voor zijn persoon. Er is niets in beeldende kunst dat daarmee vergelijkbaar is. Een acteur is bezig met zijn ding op het podium, met alle ijdelheid die daarbij hoort. Hij is met andere woorden niet bezig met de materie zelf, met kunst zoals Adorno die definieert. Natuurlijk zijn er acteurs die hun medium wel onderzoeken, en dan is het goed samenwerken. Maar dat is een minderheid. Het punt is echter dat de acteur steeds het hart van de voorstelling uitmaakt. Als regisseur kan je hem zijn ijdelheid niet afpakken. Je kan met een acteur ook niet 'werken' zoals je met dode materie werkt. De bron van conflicten tussen een artiest en acteurs ligt volgens mij daarin. De laatste tijd, onder meer door het maken van de film 'The Goldfish Game', ben ik er echter van overtuigd geraakt dat het toch mogelijk moet zijn om het theater te herdefiniëren, om er een volwaardige kunstvorm van te maken. Bij het maken van deze voorstelling hebben we ons voortdurend afgevraagd wanneer iemand aan het acteren was, en wanneer hij een performance gaf. Dat is natuurlijk een glibberige vraag, want waar trek je de grens tussen beide? Wat is het wezenskenmerk voor 'performance'? We hebben er zelfs niet eens een woord voor in het Nederlands. Heeft performance te maken met het in de waagschaal stellen van je eigen lichaam, zoals de Weense

school het voordeed bijvoorbeeld?'

'Duchamp en Warhol waren en zijn voor mij, en niet alleen voor mij uiteraard, sleutelfiguren in de beeldende kunst van de vorige eeuw, maar ik hechtte lange tijd meer belang aan het werk van Duchamp. Pas recentelijk maakte ik een klik, kwam Warhol voor mij op de voorgrond te staan. Hij heeft alle media bespeeld en onderzocht. Hij is daarom vaak als een charlatan beschouwd, maar ik ben ervan overtuigd dat hij steeds het eigene van elk medium op een artistieke wijze bevraagd heeft. Hij was bijvoorbeeld een der eersten die het medium film en video als een kunstenaar ging onderzoeken, niet als iemand met de juiste vakbekwaamheid en het juiste diploma. Misschien voel ik daarom een verwantschap: ik ben zelf ook in diverse media actief geweest. Filmen heeft mij ook geholpen te begrijpen wat het verschil tussen theater en beeldende kunst is. Ik neem deze zomer deel aan 'Grimbergen 2002', een tentoonstellingsproject van Luc Lambrecht met onder anderen ook Thomas Schütte en Lili Dujourie, omdat ik vind dat ik nu maar eens alles moet laten zien waarmee ik bezig ben.'

Is Warhol een inspiratiebron voor 'Images of Affection'? Of zijn er andere invalshoeken?

Jan Lauwers: 'Ik citeer zijn werk verschillende keren in de voorstelling. Wie het werk kent, zal dat wel merken. Het gaat mij vooral om een houding. Bijvoorbeeld: er staat een Balinese danseres op het podium. Allicht vraagt iemand zich af wat ze daar doet. En het antwoord van de voorstelling is: 'Wat u ziet is wat u ziet'. Als Warhol een blikje cola afbeeldt, dan is de betekenis niets anders dan 'Wat u ziet is wat u ziet'. Hij was in zekere zin te gevoelig voor deze wereld. Was hij geen kunstenaar geworden, dan misschien wel een terrorist. Want wat doet de afbeelding van dat blikje nu? De multinational Coca-Cola staat voor macht.

populaire producten – zoals Coca-Cola, VW, Martini, Persil of Marlboro – door de pop art even evident als het vertrouwde beeld van de koe, de auto's, bloemen of persoonidolen (John F. Kennedy, Brigitte Bardot, Mao). Ze beklemtonen de stelling van Andy Warhol dat 'All is pretty'. Slechts zel-

den staat énkél de werkelijkheid of de 'voorbeeldigheid' van het consumptieartikel centraal. Door momenten van afzondering, vervreemding, uitvergrotting of de plaatsing in een context, maar ook alleen al door de motiefkeuze op zich wordt het product voorwerp van reflectie in de bevr-

Op de Anspachlaan in Brussel domineert een gigantische lichtreclame van Coca-Cola je hele waarneming van die straat. Maar er had even goed iets anders, iets moois kunnen hangen. Alleen, dat mag niet. Enkel als je het geld hebt, kan je de wereld op zo'n extreme manier met een beeld domineren. Denk maar aan het plan van Pepsi-Cola om een stuk van de maan op te kopen, en daar zijn logo op te projecteren, zodat je 's avonds bij het maanlicht steeds aan Pepsi herinnerd wordt. Een rechter heeft dat uiteindelijk verboden, maar toch... Warhol countert die alomtegenwoordigheid van machtssymbolen door alles tot louter beeld zonder diepgang of betekenis uit te roepen. En dan wordt het weer houdbaar. Het is een cynische strategie, maar het is ook een middel om schoonheid te creëren. En vrijheid. En over vrijheid gaat kunst.'

'Op de affiche staat iemand met een blikje cola in de hand en een sculptuur van een konijnenkop op het hoofd. Daar moesten we heel erg mee opletten: het logo mocht niet rechtstreeks leesbaar zijn, omdat we er anders rechten op moesten betalen. Maar als je erop doordenkt: moeten wij in dat geval rechten betalen aan Coca-Cola of aan Warhol? Want het is zijn blikje dat we afbeelden. Dat zou pas een belangrijk proces zijn. Zo merk je hoe sterk de macht van multinationals om zich heen grijpt. Je zou er totaal absurde verhalen over kunnen verzinnen: bijvoorbeeld hoe iemand in de rechtbank aanvoert dat hij totaal gebrainwashed werd door Coca-Cola-reclame voor zijn raam en dus dwangmatig cola-blikjes afbeeldt. En ga zo maar door.'

'We gebruiken ook een citaat van Don DeLillo over kunst: 'Love it, trust it and leave it'. Dat staat haaks op de gewone omgang met kunst: men durft er niet van houden, men durft het niet vertrouwen maar men wil het ook niet met rust laten. Welnu, ik wil doen wat ik wil doen. De voorstelling begint ook op die manier, met een houding van: misschien is iemand in

de zaal ongelukkig over zijn aanwezigheid, misschien zijn wij evenmin blij om op het podium te staan, maar we gaan in elk geval ons best doen. Let wel, ik vind dat we een heel mooie voorstelling gemaakt hebben. En ook een feest.'

'Een andere gedachte die de voorstelling domineert, is dat er sinds de Tweede Wereldoorlog meer dan 400 oorlogen gevoerd zijn, met 60 miljoen slachtoffers tot gevolg. Dat zijn er meer dan in de hele Tweede Wereldoorlog samen. De Derde Wereldoorlog is dus bij wijze van spreken ongemerkt voorbijgegaan. En dan is er ook nog mijn ergernis over de evolutie van de media. Wat de minst interessante mensen denken, wordt de standaard. Onlangs kreeg een tweederangs pornofilm de volle breedte van het scherm om zijn meningen te ventileren. Koningen, ministers en makers van slechte porno, als dat de norm is, haak ik af. Zoveel lelijkheid. Deze voorstelling gaat daarom over droefheid, over het feit dat men steeds weer voor lelijkheid en oorlog kiest. Genegenheid en hoffelijkheid staan daartegenover. Vandaar de konijntjes in het stuk. Die aardige diertjes zijn 'Images of Affection'. Maar ze kunnen zich ook heel goed verdedigen als het moet. De konijnenkopjes die ik maakte voor deze voorstelling, zijn uitgevoerd in hetzelfde materiaal als kernkoppen en kogelvrije jassen. In deze voorstelling voeren we konijntjes op in een stad die belegerd wordt door snipers. Terwijl Mike een broodje shoarma gaat halen, slaat een bom in op zijn huis. Zijn vrouw blijft erin. Maar uit het relaas van de burens blijkt dat ze al voor de bominslag dood was. Wat de ware toedracht dan is, vertellen we de kijker niet rechtstreeks, maar hij kan het afleiden uit de gebeurtenissen. Het gebeuren wordt ondersteund door de muziek van Christian Fennesz en de Kinks.'

Uit: **Pieter T'Jonck**, Konijnen en The Kinks, Tijd Cultuur, 27 februari 2002

ging met de tijd. De kunst van de jaren zeventig lijkt tegenover de redelijk gesloten pop-periode vandaag nog een soort van 'stijlpluralisme', waaruit zich evenwel reeds sterke uniformiserende tendensen gevormd hebben. Dit stijlpluralisme met historische reminiscenties heeft ook parallellen in

andere gebieden, zoals het opnieuw opnemen van historische architectuur- en meubelstijlen, de folklore en de evergreens in de muziek en onze algemene nostalgische houding. Op die manier wordt het thema 'Coca-Cola' in de kunst van dit decennium meer dan in de jaren zestig gevarieerd geïn-



© Maarten Vanden Abeele

The way to peace

*I know that a soul in the making
Must drink deep of sorrow and pain;
And the joys of the body forsaking,
Must suffer and never complain.
I know that my spirit is waking
To the glory that waits me in space;
Yet the heart of me, dearest, is breaking
For the sight of your face.*

*I know that by weeping and sighing
We hamper the search of a Soul;
And I know I am certainly trying
To let you attain your goal.
But I think you have paused in your flying,
And somehow it makes me rejoice;
Yet the heart in me, dearest, is dying
For the sound of your voice.*

*I know you are near me forever,
I know you are helping always.
You strengthen each righteous endeavour,
And counsel me day after day.
But these fetters of clay I would sever
By the touch of death's infinite power,
For the heart of me, dearest, can never
Know peace till that hour.*

Uit: Ella Wheeler Wilcox, Poems of Affection, Londen, 1920, p. 21-22.

terpreteerd en iconografisch verwerkt. Een gemeenschappelijke noemer van de voor deze periode belangrijke kunst is haar conceptuele en filosofische stellingname die tegenover de in eerste instantie op de omgeving gerichte pop art van de jaren zestig staat. Men benadert het massaproduct

De menselijke variant van oorlog

Ik denk dat we in de niet-zo-verre toekomst menselijke oorlogen zullen hebben. Elke partij aanvaardt propere bommen te gebruiken. En elke partij aanvaardt om de hoeveelheid megatonnen die hij gebruikt te beperken. Met andere woorden, we gaan vooraf samenzitten en er komt een akkoord dat, als er geen overeenkomst kan gevonden worden, wat ook het onderwerp moge zijn, we toch trachten onze oorlog zo menselijk mogelijk te maken. Dus komen we overeen propere middelen te gebruiken. En we speciëren letterlijk hoeveel megaton; laat ons zeggen hypothetisch duizend megaton voor elke partij. Op die manier krijgen we een tweeduizend-megaton-oorlog. We kunnen verder gaan en zeggen dat we hun steden met rust laten als zij de onze met rust laten. We werken enkel met tegenkrachten. Meteen vermijd je het risico op radioactieve neerslag en miljoenen extra doden. Tegelijkertijd elimineer je aanvallen op het hele volk. Natuurlijk huilt de humanistische geest bij dit idee. Het is het meest afgrijselijke ter wereld voor deze mensen dat zulke ideeën nog maar ten berde gebracht worden. Maar daarmee los je nog niets op. Het probleem is er en je moet het oplossen. Het vooruitzicht van een menselijke oorlog mag dan afgrijselijk zijn en nog vanalles dat je kan bedenken, maar het is nog steeds een vooruitzicht. En als alternatief voor alle andere dingen die er kunnen gebeuren tijdens een oorlog is het nog redelijk aanvaardbaar. Mijn companen liberalen zijn altijd de eersten om mij aan te vallen als ik spreek over zoiets als menselijke oorlogsvoering. Maar men moet het durven overdenken. Mensen sluiten hun geest ervoor af. Ze denken dat een nucleaire oor-

log ongevoelig moet zijn, beide zijden drukken op de knop en alles is voorbij in een tweetal uurtjes. In realiteit is het echter erg bewust, voorzichtig, bijna een gevecht in slow motion. En dan is de gelimiteerde, menselijke variant de meest aanvaardbare. Onderhandelingen kunnen makkelijk daarop uit draaien. Een oorlog kan uitgevochten moeten worden, het kan onvermijdelijk zijn in termen van nationale trots of om afpersing te vermijden of om nog tal andere redenen. En onderhandelingen, wat er van onderhandelingen ook mag overblijven, welke gesprekken men ook moge voeren, kunnen beide landen makkelijk ertoe leiden tot de humane oorlogsidee als de minst schadelijke van alle varianten. Dus zij bombarderen onze militaire en industriële doelwitten met om het even welk aantal bommen met een totale waarde van duizend megaton en wij doen hetzelfde met hen. Er zouden allerlei vormen van controle zijn. Je zou bijna een scheidsrechter en een tijdopnemer moeten hebben. Als alles voorbij is moet je de schade opmeten. De opsporingsinstrumenten gaan aan het werk. De magnetische geheugentrommels worden afgetapt. De computers zoeken de schade en het aantal slachtoffers uit. Hersteltijd wordt ingeschat. We zouden niet meer dezelfde sterke industriële samenleving zijn na duizend megaton maar onze steden zouden nog steeds overeind staan en de sterftcijfers zouden redelijk laag zijn, rond acht tot twaalf percent. Zonder radioactieve neerslag in de atmosfeer, of toch slechts een minimum, zouden we geen problemen hebben met het milieu, zaken zoals temperatuurveranderingen, erosie, droogtes, insectenplagen, en we vermijden ziekte door bestraling, net als infecties en genetische afwijkingen. We zouden dus redelijk snel terug aan de slag kunnen. Het zou niet zo slecht zijn als de meeste mensen verwachten. Maar aan de andere kant zit dit volledige concept vol barsten.

Uit: **Don DeLillo**, End Zone, New York, 1972, p. 81-83.

Coca-Cola, dat nu overwegend als een fetisj gezien wordt, veel kritischer en met bedenkingen. De euforie van de jaren zestig werd in de jaren zeventig ingeruild voor scepsis en twijfel als algemene symptomen. Als prototypisch consumptieartikel betekent Coca-Cola voor vele kunstenaars in

eerste instantie een economisch en politiek fenomeen en daarom een provocatie. Als de verschijningsvorm en de naam van Coca-Cola onderwerp van een kunstwerk of zelf tot kunstwerk gemaakt wordt, dan wordt de aan het product eigen symboliek en esthetiek in de meeste gevallen



Liefde (Puberteit)

A: Uw appartement bevalt me.

B: Het is mooi, maar slechts groot genoeg voor een persoon of twee die elkaar heel goed kennen.

A: Ken jij twee mensen die elkaar heel goed kennen?

Op een bepaald moment in mijn leven, in de late jaren vijftig, voelde ik dat ik de problemen van de mensen die ik kende aantrok. Een vriend was in een hopeloze relatie met een getrouwde vrouw terecht gekomen, een ander had zich geout als homoseksueel, een vrouw die ik aanbad had alle kenmerken van schizofrenie. Ikzelf voelde geen problemen, omdat ik er nooit specifieke had vastgesteld, maar nu merkte ik dat die problemen van vrienden zichzelf op mij verspreidden als virussen. Ik besliste om een psychologische behandeling te ondergaan, zoals zovelen die ik kende. Ik dacht dat ik moest proberen mijn eigen problemen te definiëren – als ik er al had – eerder dan gewoon de problemen van mijn vrienden te delen. Als kind had ik drie jaar na elkaar drie zenuwzinkingen gehad. Eén toen ik acht was, één op mijn negen en één in mijn tiende levensjaar. De aanvallen – St.Vitusdans – begonnen steeds op de eerste dag van de zomervakantie. Ik weet niet wat dat betekende. Ik lag heel de zomer lang in mijn bed naar de radio te luisteren met mijn pop van Charlie McCarthy en mijn niet uitgeknipte papieren uitknippoppen op de bedsprei en onder het kussen.

Mijn vader was vaak weg op zakenreis naar de steen-

gebruikt voor kunst- en wereldbeschouwende stellingen. Op dezelfde manier, als Joseph Beuys een varkensstaart of een basaltsteen neemt, ontstaat een sculptuur in de betekenis van meditatieobject en daarenboven zelfs een kunstwerk. En wanneer de 'beeldhouwers' Gilbert & George zich

koolmijnen, dus zag ik hem niet vaak. Mijn moeder las me, in haar vet Tsjechoslovaaks accent zo goed voor als ze kon en ik zei altijd "Bedankt mama" nadat ze gedaan had met 'Dick Tracy', ook al had ik er geen woord van verstaan. Ze gaf me een chocoladereep telkens ik een bladzijde in mijn kleurboek had afgewerkt. (...)

Omdat ik dacht dat ik al de problemen van mijn vrienden aantrok, ging ik naar een psychiater in Greenwich Village en ik vertelde hem alles over mezelf. Ik vertelde hem mijn levensverhaal en dat ik geen problemen had gehad en dat ik de problemen van mijn vrienden aantrok, en hij zei me dat hij me zou bellen om een nieuwe afspraak te maken zodat we wat meer konden praten en daarna heb ik niets meer van hem gehoord. Zoals ik er nu over denk, was het onprofessioneel van hem om te zeggen dat hij zou bellen en dat dan niet te doen. (...)

De jaren nadat ik besloten had een eenzaat te worden, werd ik steeds populairder en had ik meer en meer vrienden. Professioneel ging het goed. Ik had een eigen studio en enkele mensen die voor me werkten. Door een bepaalde regeling kwam het dat zij effectief in mijn studio woonden. In die dagen was alles losjes, flexibel. De mensen in de studio waren er dag en nacht. Vrienden van vrienden. We draaiden steeds platen van Maria Callas en er waren veel spiegels en veel aluminiumfolie. Toen had ik mijn pop art statement al gemaakt Ik had dus heel veel werk, veel schilderijen te maken. Ik werkte van tien uur 's morgens tot tien uur 's avonds, ging naar huis om te slapen en kwam terug de volgende morgen. Maar wanneer ik daar 's morgens aankwam zaten diezelfde mensen die ik de avond voordien verlaten had er nog steeds, met nog steeds Maria en de spiegels.

zelf in hun dagelijkse verschijning tot kunstwerk verklaren, gebeurt hetzelfde. Dit zichtbaar maken, banaal op de voorgrond brengen en blootleggen van gewoonten, functioneel of verstarde, onthult in feite de problematiek van schijn en zijn, van verpakking en symboliek, van mooi en lelijk.

Toen begon ik te beseffen hoe gek mensen kunnen zijn. Zo was er bijvoorbeeld een meisje dat in de lift ging wonen en er een week weigerde uit te komen tot men haar geen Coca-Cola's meer wou brengen. Ik wist niet wat ik aan moest met dit schouwspel. Omdat ik de huur van de studio betaalde, dacht ik dat dit op een of andere manier mijn schouwspel was, maar vraag me niet waarover het allemaal ging, want daar ben ik nooit achter gekomen. (...)

In de jaren zestig geraakte iedereen in iedereen geïnteresseerd. Drugs bevorderden dat. Iedereen was plots gelijkwaardig – debutanten en chauffeurs, dienststers en gouverneurs. Een vriendin van me, Ingrid uit New Jersey, had zich een nieuwe naam aangemeten, perfect gepast voor haar nieuw carrière in de showbusiness. Ze noemde zichzelf 'Ingrid Superstar'. Ik ben er zeker van dat Ingrid dat woord uitvond. Ik nodig iedereen uit die al 'superstar'-badges had nog voor Ingrid, om ze me te komen tonen. Hoe meer we naar feestjes gingen, hoe meer haar naam in de kranten verscheen. 'Ingrid Superstar' en 'superstar' begonnen aan hun mediacarrière. Ingrid belde me enkele weken geleden. Ze bedient een naaimachine nu. Maar haar naam bestaat nog steeds. Ongelooflijk, niet?

In de jaren zestig geraakte iedereen geïnteresseerd in iedereen.

In de jaren zeventig liet iedereen elkaar vallen.

De jaren zestig waren een warboel.

De jaren zeventig zijn heel erg leeg.

Toen ik mijn eerste televisie had, vond ik het niet meer zo belangrijk om nauwe banden met andere mensen te hebben. Ik ben vaak gekwetst, in die mate gekwetst

In elk geval beantwoorden de esthetische en gevoelsmatige verwerking van het 'objet trouvé' Coca-Cola aan de maatschappelijke en individuele wereldvisie. "Wat de toeschouwer toentertijd bij Dürers 'Hazen' gefascineerd heeft, overvalt hem nu bij een Coca-Cola-blikje" (A.J.W. Hilgers).



zoals het alleen kan als je echt verbonden bent met iemand. Dus ik denk dat ik echt wel gaf om mensen, de dagen voor ook maar iemand gehoord had van 'pop art' of 'underground films' of 'superstars'. Dus in de late jaren vijftig begon ik een relatie met mijn televisie die tot vandaag duurt, wanneer ik ermee speel in de slaapkamer, soms met wel vier tegelijk.

Maar ik trouwde pas in 1964 toen ik mijn eerste cassette-recorder kocht. Mijn vrouw. Mijn cassetterecorder en ik zijn nu tien jaar samen. Als ik zeg 'wij' bedoel ik mijn cassetterecorder en ik. Veel mensen begrijpen dat niet. De aankoop van mijn cassetterecorder maakte een einde aan wat voor een emotioneel leven ik ook gehad heb, maar ik was blij dat het voorbij was. Niets was ooit nog een probleem, want een probleem betekende een goede cassette, en als een probleem zich transformeert in een goede cassette, dan is het geen probleem meer. Een interessant probleem was een interessante opname. Iedereen wist dat en speelde voor de cassette. Je kon niet zeggen welke problemen echt waren en welke problemen overdreven voor de opname. Beter nog, de mensen die je de problemen kwamen vertellen, konden niet meer beslissen of ze de problemen echt hadden of slechts aan het spelen waren.

In de jaren zestig, denk ik, vergaten de mensen wat emoties eigenlijk waren. En ik denk niet dat ze het zich ooit nog herinnerden. Ik denk dat je, eenmaal je emoties vanuit een bepaalde hoek bekijkt, je niet meer over emoties als 'echt' kan denken. Dat is min of meer wat mij is overkomen. Ik weet niet of ik ooit tot liefde in staat was, maar na de jaren zestig dacht ik nooit meer in termen van liefde. In elk geval, ik werd wat je zou

© Maarten Vanden Abeele

Inderdaad loopt in onze gebetonneerde stedelijke leefwereld niet meer zo vaak een haas voor onze voeten... Het is in eerste instantie de verdienste van kunstenaars geweest, of het nu binnen de discipline van beeldende kunst, fotografie, theater of film is, dat de reclamewereld ondertussen

kunnen noemen 'ge fascineerd' door bepaalde mensen. Eén persoon in de jaren zestig fascineerde me meer dan om het even wie ik ooit had gekend. En de fascinatie die ik ervoer, was waarschijnlijk heel nauw verwant met een soort van liefde.

Uit: **Andy Warhol**, *The Philosophy of Andy Warhol (From A to B and Back Again)*, New York, 1975, p. 17-27

*op allerlei manieren de culturele wereld is binnengedrongen. Uit: Christa Murken-Altrogge, *Werbung, Mythos, Kunst, am Beispiel Coca-Cola, Tübingen, 1977, p. 37-38.**