

Peter Fischli & David Weiss, *Sonne, Mond und Sterne*

Het nieuwe werk van het Zwitserse kunstenaarsduo Peter Fischli & David Weiss is een omvangrijk boek. Het bestaat uit achthonderd kleurige advertenties op evenveel grote bladzijden. Fischli & Weiss knipten of scheurden de reclamepagina's voorzichtig uit West-Europese tijdschriften en brachten ze samen in de nieuwe gebonden schikking van *Sonne, Mond und Sterne*. Tekst of toelichting wordt er niet gegeven. Na een typografische, donkere cover volgt een witte pagina, en dan de eerste advertentie, voor 'Mallorca's first private residence resort': een glimlachende vrouw in een witte jurk zweeft boven het blauwe wateroppervlak, een glas wijn in haar rechterhand. Een lichte zon – of is het de maan? – gaat nog net niet onder in een donkerblauwe hemel. De begeleidende tekst kan als motto dienst doen bij *Sonne, Mond und Sterne* – en bij het probleem van de Westerse wereld: 'I've been privileged to have tasted the finest food and wines in the world. Now, my biggest luxury is ignoring all this if I choose.'

Wat alleszins niet genegeerd kan worden, is het auteurswerk dat Fischli & Weiss verricht hebben bij het samenstellen van dit boek. Van willekeur in de volgorde van de advertenties is er nergens sprake. Uit de zacht suizende *white noise* die het doorbladeren van magazines veroorzaakt, stellen zich hier al snel melodieën samen; die melodieën zijn de thema's van *Sonne, Mond und Sterne*, en het zijn de doelwitten van het leven in de eenentwintigste eeuw. Nagenoeg overal staat de vrouw en haar lichaam centraal, maar wat zo'n vrouw kan teweegbrengen is opmerkelijk divers, hoewel het sinds *Madame Bovary* misschien niet eens is veranderd. Al op de vijfde advertentie, prijkt een jonge bruid, en de huwelijkstaferelen blijven volgen. De start van *Sonne, Mond und Sterne* is dus de productie van een koppel. De rest van het boek maakt het aannemelijk dat de verbinding tussen man en vrouw nog steeds de motor vormt van alles wat er in onze Westerse wereld gebeurt – of althans: van wat er geld zou kunnen opbrengen en waarvoor dus reclame gemaakt moet worden. Zwangerschap, babyproducten, speelgoed, tienerspelletjes, sport, snelheid, lichaamsverzorging, juwelen, kledij, accessoires en meubelstukken, reizen, vliegtuigen, auto's, computerspelletjes, pistolen, jachtgerei, voedsel, delicatessen en drank. Fischli & Weiss hebben geen nieuwe productcategorieën bedacht, en ze hebben die categorieën ook niet in een revolutionaire volgorde geplaatst. Ontsnappen aan de verhalen die onze verlangens vertellen – of die ons worden ingefluisterd door de verlangens van de commercie – lijkt niet mogelijk. Want wie kan met recht en reden zeggen dat hij of zij *niet* graag een koppel zou vormen, of geen baby wil, of niet houdt van een mooi lichaam, of geen lange tweeloop wil hanteren, of niet graag lekker eet? Wie bezit werkelijk de luxe om die objectieven te negeren? En is het erg om in de eerste plaats gelukkig te zijn omdat men in de eerste plaats een succesvolle consument is?

De thematische categorieën van *Sonne, Mond und Sterne* werken dus nagenoeg documentair. Een kritische narrativiteit lijkt onmogelijk, tenminste als advertenties en wat ze aanprijzen de bouwstoffen vormen. De stijl die Fischli & Weiss hanteren, zeg maar op het niveau van de pagina, als romanciers op het niveau van de zin, werkt echter wel degelijk ironiserend of bekritiserend. Dat blijkt bijvoorbeeld als twee advertenties, links en rechts in het boek, een enigszins pervers huwelijk met elkaar aangaan, door vormelijk of inhoudelijk naar elkaar te verwijzen. Een advertentie voor het nieuwe album van Britney Spears... voorafgegaan door een knalgele papegaai.

Een biefstuk met dauphin gratinoise... gevolgd door een bikini-babe langs het zwembad. Een flatscreen-televisie... met ernaast een vlakke, flinterdunne open haard. Een man in maatpak kijkt vooruit naar de volgende pagina... waarop een vrouw in zwart négligé op een loopband net niet in slaap valt. De donkere huid van een vrouwelijke mannequin... weerspiegeld in het ebbenhout van een keukenensemble. Enzovoorts, enzoverder – als het dan zo is dat we in het waterdichte kapitalisme allemaal hetzelfde leven moeten leven, dan is het toch mogelijk om op gerichte wijze niet helemaal geleefd te worden – dankzij details, kleine subversies en bewuste ironie. Toch is er in *Sonne, Mond und Sterne* meer aan de hand dan de zoveelste vorm van bescheiden verzet – of van de apologie van het kapitalisme door het kritiserend of ironiserend tonen van de deugden en ondeugden ervan. Er is vooreerst die mysterieuze titel – de zon, de maan en de sterren. Dat verwijst natuurlijk naar het inrichten en het navigeren van een mensenleven op basis van kunstmanen of satellieten. Als wij willen weten hoe laat het is, kijken we in de *Flair* of de *Cosmopolitan*. Er is echter meer: *Sonne, Mond und Sterne* is een gekende frase die opduikt in vele Duitstalige kinderliedjes die worden gezongen op de feestdag van Sint-Maarten. Op Martinstag wordt de heilige herdacht die zijn mantel aan de armen gaf. Kinderen lopen in processie met lantaarntjes en snoepgoed rond, terwijl ze zingen van ‘Laterne, Laterne/Sonne, Mond und Sterne/brenne auf mein Licht/brenne auf mein Licht/aber nur meine liebe Laterne nicht.’ Hun ouders geven ‘einige Krümel vom reichgedeckten Tisch’ aan de armen en de arbeiders. Zo was het althans vroeger – sinds een dertigtal jaar is Martinstag het officiële begin van het eindejaarsshoppen. Vele kruimels vallen er daarbij niet meer van tafel. De eindeloze parade van kunstmatige lichtjes die de duisternis van de wereld verhinderen, blijft eeuwig aan de gang.

Tot slot is er de verschijningsvorm van dit wonderlijke kunstenaarsboek. *Sonne, Mond und Sterne* is in twee vormen beschikbaar – en dat is essentieel voor een werk waarin alles als een boek naar twee kanten openvalt. Als kunstenaarspublicatie is het uitgegeven bij de kleine uitgeverij JRP Ringier, die het omvangrijke werk distribueert aan 50 euro het stuk. Het volle pakket, 800 bladzijden, zit echter ook in het gratis te verkrijgen jaarverslag van 2007 van het Zwitserse mediaconcern Ringier (dat JRP Ringier overvleugelt). Dit familiebedrijf probeert al jaren een monopolie te verwerven op alle tijdschriften en kranten in de Duitstalige wereld. Voorheen werden de financiële verslagen van Ringier uitgegeven met bijgevoegde kunst van bijvoorbeeld Richard Prince, Matt Mullican of Liam Gillick. Fischli & Weiss schuiven zichzelf met *Sonne, Mond und Sterne* als een paard van Troje, beladen met splinterbommen, naar binnen in de bedrijfslogica van Ringier – of van de commerciële pers in het algemeen. Zoals ze dat eerder deden met hun gesimuleerde readymades in het museum, zoals ze vorig met *Flowers & Questions* een revolutionair concept van de oeuvrecatalogus presenteerden, zo zetten ze met dit werk de logica van het artistieke kijkboek op scherp. Maar tegelijkertijd in hoge mate apocalyptisch én feestelijk als *Sonne, Mond und Sterne*, is het gelukkige leven in het Westen nog niet eerder voorgesteld.

Christophe Van Gerrewey

Peter Fischli & David Weiss, *Sonne, Mond und Sterne*, JRP Ringier, Zürich, 2008. ISBN 9783905829419.