

MARYAM JAFRI: GENERIC CORNER

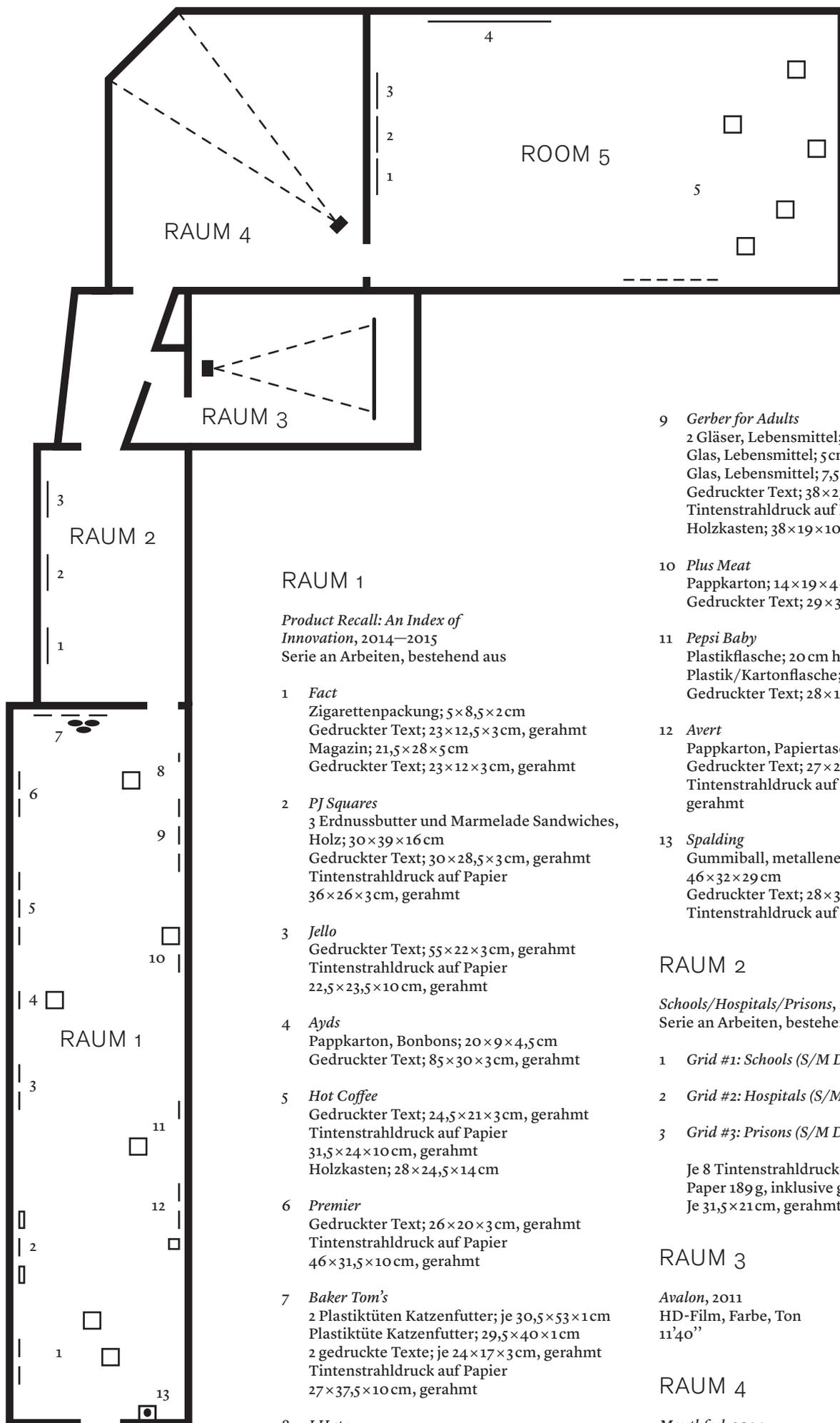
28. 8. – 1. 11.
2015

KUNSTHALLE
BASEL

Maryam Jafri's künstlerische Praxis, die verschiedene Medien von Video und Fotografie über Text und Skulptur bis zur Installation umfasst, ist an der Schnittstelle zwischen Kulturanthropologie und Konzeptkunst angesiedelt. Das Werk der in Pakistan geborenen US-amerikanischen Künstlerin basiert auf profunder Recherche und einer beeindruckenden Menge an dokumentarischem Material von ökonomischer, politischer und sozialer Tragweite. Der Umgang mit diesem gefundenen Material sowie dessen Kontextualisierung verbindet sie jedoch auch gleichermassen mit einer konzeptuellen fotografischen Tradition, die von Ed Ruscha bis zu Christopher Williams (auf ihre fotografischen Arbeit bezogen) reicht, als auch mit den Traditionen des Kinos und des Theaters (in ihren Videoarbeiten).

In *Generic Corner*, Jafri's erster Einzelausstellung in der Schweiz und ihrer bislang umfassendsten Ausstellung, präsentiert die Künstlerin in den fünf Räumen im Erdgeschoss der Kunsthalle Basel ältere, jüngere und neue Arbeiten. Dazu zählt die aus älteren und neuen Elementen bestehende fortlaufende Foto/Text-Serie *Product Recall: An Index of Innovation* (2014–15), welche sich mit Produkten beschäftigt, die entweder zurückgerufen wurden oder bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern keinen grossen Anklang fanden – so etwa Lebensmittel wie PLUSmeat, das erste texturierte Sojaprotein, das als Fleischersatz angepriesen wurde, oder Babyflaschen mit dem Pepsi-Logo. Sie werden von Texten begleitet, in denen die Geschichte ihrer Herstellung beschrieben wird. Jafri hat die gerahmten Texte und fotografischen «Stilleben» der gescheiterten Produkteinführungen aus den Privatarchive von Akteuren und Marketingstrategen der Lebensmittelindustrie zusammengetragen. Indem die Arbeit sich auf die Sprache, die Bilder und die Ikonografie von Werbung und Warenpräsentation bezieht, wird *Product Recall: An Index of Innovation* zum Sinnbild einer Politik der Kommerzialisierung und des Konsums, des Marketings und einer auf Nachfrage und Angebot basierenden Ökonomie.

Daneben zeigt Jafri *Schools/Hospitals/Prisons* (2012), wofür sie nach Räumlichkeiten



RAUM 1

Product Recall: An Index of Innovation, 2014–2015
Serie an Arbeiten, bestehend aus

- 1 *Fact*
Zigarettenpackung; 5×8,5×2 cm
Gedruckter Text; 23×12,5×3 cm, gerahmt
Magazin; 21,5×28×5 cm
Gedruckter Text; 23×12×3 cm, gerahmt
- 2 *PJ Squares*
3 Erdnussbutter und Marmelade Sandwiches,
Holz; 30×39×16 cm
Gedruckter Text; 30×28,5×3 cm, gerahmt
Tintenstrahldruck auf Papier
36×26×3 cm, gerahmt
- 3 *Jello*
Gedruckter Text; 55×22×3 cm, gerahmt
Tintenstrahldruck auf Papier
22,5×23,5×10 cm, gerahmt
- 4 *Ayds*
Pappkarton, Bonbons; 20×9×4,5 cm
Gedruckter Text; 85×30×3 cm, gerahmt
- 5 *Hot Coffee*
Gedruckter Text; 24,5×21×3 cm, gerahmt
Tintenstrahldruck auf Papier
31,5×24×10 cm, gerahmt
Holzkasten; 28×24,5×14 cm
- 6 *Premier*
Gedruckter Text; 26×20×3 cm, gerahmt
Tintenstrahldruck auf Papier
46×31,5×10 cm, gerahmt
- 7 *Baker Tom's*
2 Plastiktüten Katzenfutter; je 30,5×53×1 cm
Plastiktüte Katzenfutter; 29,5×40×1 cm
2 gedruckte Texte; je 24×17×3 cm, gerahmt
Tintenstrahldruck auf Papier
27×37,5×10 cm, gerahmt
- 8 *I Hate*
3 Pappkartons; je 17×11,5×4,5 cm
Gedruckter Text; 14,5×12×3 cm, gerahmt

9 *Gerber for Adults*

2 Gläser, Lebensmittel; je 9 cm hoch, Ø5,5 cm
Glas, Lebensmittel; 5 cm hoch, Ø5,5 cm
Glas, Lebensmittel; 7,5 cm hoch, Ø5,5 cm
Gedruckter Text; 38×23×3 cm, gerahmt
Tintenstrahldruck auf Papier; 30×18×10 cm, gerahmt
Holzkasten; 38×19×10 cm

10 *Plus Meat*

Pappkarton; 14×19×4 cm
Gedruckter Text; 29×33×3 cm, gerahmt

11 *Pepsi Baby*

Plastikflasche; 20 cm hoch, Ø5 cm
Plastik/Kartonflasche; 7,5×6×2,3 cm
Gedruckter Text; 28×15×3 cm, gerahmt

12 *Avert*

Pappkarton, Papiertaschentücher; 11×13×11 cm
Gedruckter Text; 27×21×3 cm, gerahmt
Tintenstrahldruck auf Papier; 30×22,5×10 cm,
gerahmt

13 *Spalding*

Gummiball, metallener Wandaufhänger
46×32×29 cm
Gedruckter Text; 28×38×3 cm, gerahmt
Tintenstrahldruck auf Papier; 28×38×10 cm, gerahmt

RAUM 2

Schools/Hospitals/Prisons, 2012
Serie an Arbeiten, bestehend aus

- 1 *Grid #1: Schools (S/M Dungeon)*
- 2 *Grid #2: Hospitals (S/M Dungeon)*
- 3 *Grid #3: Prisons (S/M Dungeon)*

Je 8 Tintenstrahldrucke auf Epson Archival Matte
Paper 189 g, inklusive gedruckter Text
Je 31,5×21 cm, gerahmt

RAUM 3

Avalon, 2011
HD-Film, Farbe, Ton
11'40"

RAUM 4

Mouthfeel, 2014
2k HD-Film, Farbe, Ton
21'43"

RAUM 5

- 1 *Corbis vs. Mozambique*, 2012
5 Tintenstrahldrucke auf Epson Archival
Matte Paper 189 g
32×26 cm, 32×22,3 cm, 32×22,1 cm,
29,34×23,75 cm, 32×25,95 cm
Gedruckter Text; 23,5×26,5×1,2 cm, gerahmt
- 2 *Getty vs. Kenya vs. Corbis*, 2012
2 Tintenstrahldrucke auf Epson Archival
Matte Paper 189 g
32×21,97 cm, 32×21,17 cm
Gedruckter Text; 23,5×34,5×1,2 cm, gerahmt
- 3 *Getty vs. Musée Royale D'Afrique Centrale
vs. DR Congo*, 2015
2 Tintenstrahldrucke auf Epson Archival
Matte Paper 189 g
33,53×24,5 cm, 33,53×24,08 cm
Gedruckter Text; 31×27,5×1,2 cm, gerahmt
- 4 *Getty vs. Ghana*, 2012
8 Tintenstrahldrucke auf Epson Archival
Matte Paper 189 g
21,05×32,98 cm, 30,8×20,93 cm, 16,3×20,97 cm,
14,77×20,96 cm, 30,8×20,93 cm, 21,7×30,76 cm,
28,1×29,61 cm, 37,68×26,94 cm
4 gedruckte Texte; je 44,2×11,2×1,4 cm, gerahmt
- 5 *Generic Corner*, 2015
Serie an Arbeiten, bestehend aus

Generic Baking Soda
Pappkartonkiste; 9×12×5 cm

Generic Beer Cans
2 Bierdosen; je 12,5 cm hoch, Ø 6,5 cm

Generic Black Pepper
Tintenstrahldruck auf seidenmattem Fotopapier
50×40 cm

Generic Cereal
2 Pappkartons; je 19×28×13 cm

Generic Cigarettes
Tintenstrahldruck auf seidenmattem Fotopapier
50×40 cm

Generic Coffee
Tintenstrahldruck auf seidenmattem Fotopapier
50×40 cm

Generic Corned Beef
Tintenstrahldruck auf seidenmattem Fotopapier
50×40 cm

Generic Elbows
Tintenstrahldruck auf seidenmattem Fotopapier
50×40 cm

Generic Peanut Butter
Kunststoffbehälter; 13 cm hoch, Ø 16 cm

Generic Red Kidney Beans / Generic Green Beans
Tintenstrahldruck auf seidenmattem Fotopapier
50×40 cm

Generic Soap
2 Seifenstücke; je 9,5×5,5×2,5 cm

recherchiert hat, die für Rollenspiele bei S/M-Aktivitäten entstanden sind. Diese besonderen Räume, die sie fotografiert und nüchtern beschrieben hat, ahmen, wie im Titel angedeutet, die klischeehaften Attribute verschiedener disziplinarischer Einrichtungen nach. Jafris Untersuchung dieser Orte handelt ebenso sehr von den Rollenspielen (und den Körpern und den Psychologien), die hier beherbergt werden, wie auch von dem Hyperrealismus ihrer Gestaltung und ihren Details.

In der Ausstellung werden zwei Videoarbeiten gezeigt. Im Mittelpunkt von *Avalon* (2011) steht eine unauffällig operierende Fabrik in Asien mit einem Umsatz von mehreren Millionen US-Dollar, die von einem als F. R. bekannten Mann gegründet wurde und Fetischbekleidung für den Westen herstellt. Jafri verwendet dokumentarische Aufnahmen aus der Fabrik, in der Dutzende Arbeitende, zumeist Frauen, glauben, Leichensäcke für die US-amerikanische Armee, Jacken für Psychiatriepatienten oder Requisiten für Zirkustiere zu nähen, und kombiniert sie mit inszenierten Aufnahmen, die in einer eigens entworfenen Kulisse gefilmt wurden. Die Szenen basieren auf umfangreicher Recherche und Gesprächen, die die Künstlerin mit den Endnutzern der Produkte aus solchen Fabriken geführt hat. Wie die Künstlerin selbst erklärt, nimmt *Avalon* die Geschichte von F. R. als Ausgangspunkt für eine Reflexion über die Verbindungen zwischen Fantasie, Erotik, Arbeit und Warenproduktion unter heutigen globalen Bedingungen.

Auch *Mouthfeel* (2014) kombiniert inszenierte mit gefundenen Aufnahmen, hier um die der industriellen Lebensmittelerzeugung zugrunde liegende Politik zu erkunden. Die inszenierten Elemente zeigen eine Unterhaltung zwischen einem Ehepaar, das für einen multinationalen Lebensmittelkonzern tätig ist. Das in der nahen Zukunft angesiedelte Melodrama handelt von der Ehefrau, einer führenden Lebensmitteltechnikerin (von Jafri selbst gespielt), die ein mögliches Gesundheitsrisiko durch ein bestimmtes Produkt aufgedeckt hat, und der Reaktion ihres Ehemanns, eines leitenden Produktmanagers, der fest entschlossen ist, dies zu vertuschen. Die halbherzigen Proteste der Frau und die Forderungen des Mannes nach Pragmatismus

werden durch Werbeeinspielungen unterbrochen – mit echten Werbefilmen für Produkte verschiedener regionaler und multinationaler Firmen, die ursprünglich in nichtwestlichen Ländern liefen. Der Film inszeniert einen Mikrokosmos der Geschäftskultur von Konzernen, in denen eine schlüpfrige Ethik, reines Profitdenken und Gefälligkeitslügen eine Maschine am Laufen halten, an der auch – wie es wohl Jafri eigenes Spiel im Film nahelegen will – die Kunstwelt, die Künstlerinnen und Künstler selbst teilnehmen.

Ein weiteres fortlaufendes Projekt, das die Künstlerin 2012 begonnen hat, zeigt Dokumentarfotos von den Unabhängigkeitsfeierlichkeiten verschiedener afrikanischer und asiatischer Länder. Als Jafri Archive in Ländern wie Ghana, Kenia, Mosambik, Senegal und Syrien sichtete, stellte sie fest, dass für viele der Fotos, die sich eigentlich im Besitz der jeweiligen landeseigenen Ministerien für Information befinden, internationale Bildagenturen wie Getty Images oder Corbis die Bildrechte beanspruchen. Diese Entdeckung motivierte sie zu Arbeiten, in denen jeweils ein Bild aus einem staatlichen Archiv seiner angeeigneten Kopie gegenübergestellt wird und deren Titel – *Getty vs. Ghana*, *Corbis vs. Mozambique*, *Getty vs. Kenya vs. Corbis* – darauf hinweisen, dass in unserem digitalisierten, vernetzten Zeitalter der Konflikt um das Urheberrecht ebenso eine Form von Kolonialismus sein kann. Dieses Projekt zeigt beispielhaft die intellektuelle Stringenz von Jafri Verfahren, in denen die gewissenhafte Aus- und Neuformulierung, Titelgebung und die Nebeneinanderstellung von recherchiertem Material neue Bedeutungen schafft und sichtbar macht.

Eine komplett neue Serie an Arbeiten, die der Recherche über sogenannte generische Lebensmittel und Haushaltsprodukte entspringt, trägt den Titel *Generic Corner* (2015) – sie verleiht auch der gesamten Ausstellung ihren Titel. Die Serie beschäftigt sich mit den Ende der 1970er Jahre in den USA aufkommenden Produkten ohne sichtbare Markennamen, die in weissen Behältnissen verkauft wurden und auf denen lediglich in fettgedruckter schwarzer Schrift

ihr jeweiliger Inhalt angegeben ist. Dahinter stand die Idee, dass die Hersteller die ersparten Ausgaben für Werbung und Produktgestaltung an die Konsumenten weitergeben sollten. Von allen grafischen Verzierungen befreit, wirken die Verpackungen so, als ob kein Design eingesetzt wurde, zugleich offenbaren die Verpackungen aber den künstlich kreierten Marketing-Rummel, die Generierung von Begehrlichkeiten und die Erwartungen der Endverbraucher, die an die alltäglichen Gegenständen in unserer Umwelt geknüpft sind.

Weitreichend in den Schlussfolgerungen, ätzend im Biss und spielerisch im Umgang mit der eigenen Beziehung zur Inszenierung und Theatralik, thematisieren alle Arbeiten der Ausstellung *Generic Corner* auf unterschiedliche Art und Weise die Frage nach der alles bestimmenden Kommerzialisierung und Warenwerdung unseres täglichen Lebens durch den Kapitalismus. So werden unsere Lebensmittel zur Ware (*Product Recall*, *Mouthfeel*, *Generic Corner*), Urheberrechte zur Ware (*Getty vs. ...*) und auch das Begehren und die Fantasie zur Ware (*Avalon*, *Schools/Hospitals/Prisons*).

Maryam Jafri wurde 1972 in Karachi geboren; sie lebt und arbeitet in Kopenhagen und New York.

Die Ausstellung wird unterstützt von

THE DANISH ARTS FOUNDATION