



Populariseerida kunsti. Abramovići meetod

Hedi Rosma vaatleb Marina Abramovići Instituudi loomist kunsti populariseerimise kontekstis.

H.R.: "Tabaksin kuulda sinu arvamust kunsti "populariseerimise" kohta. Kas sa arvad, et on oluline rohkem inimesi kunsti juurde tuua? Ja miks?"

M.A.: "Ma arvan, et maailmas on nii palju halba maitset. Populaarne bea kunst ülendab inimeste vaimu ja see on väga oluline."

Mures kunsti populaarsuse, nii selle puuduse kui ülekülluse pärast pole, teadagi, midagi uut. Sada kümme ja pool aastat tagasi, 1903. aasta kevadel, kurtis Syracuse'i Kaunite Kunstide Muuseumi (praegune Eversoni Kunstimuuseum New Yorgi osariigis) direktor George F. Comfort ajakirjas "Brush and Pencil"¹, et kunstiga on nagu hingematvalt kauni päikeseloojangugagi. Sa tunned tungivat soovi lüüa häirekella, et kõik inimesed oma kodudes tuleksid akende peale ja seda erakordset vaatepilti näeksid. Selle asemel aga tuleb sul tõdeda, et enamik inimesi möödub pilku tõstmata ja vaid väga vähesed märkavad seda, mis sind hingepõhjani liigutab.

Artikli nimi on "Vajadus populariseerida kunsti" ja muuseumidirektor Comfort leiab, et taolise "puuduse" vastu aitaks kõige paremini, kui iga inimene tunneks, et kunst teda isiklikult puudutab. Et kunst ei tekitaks tunnet, nagu oleks see vaid valitud seltskonna idealistide huvi, ühiskonnast ja inimesest ära lõigatud. Mida siis teha? Comforti idee on lihtne – iga kodanik võiks (enda, oma naise ja laste huvides) osta vähemalt ühe kunstiteose, ükskõik siis, kas 100, 1000 või 10 000 dollari väärtuses. Kui aga kodanik peaks leidma, et ei jaks soovitud kunstiteost üksinda osta, võiks ta kampa lüüa näiteks oma naabritega. Kümme, kakskümmend, koguni kolmkümmend inimest võiksid ühineda ja osta näiteks ühe maali, mida siis kordamööda erinevate "osanike" kodudes eksponeerida. Nii on kõigil võimalik ühisest omandist rõõmu tunda!

Aastal 2013, juureldes samade küsimuste üle, pole enam tarvis naabrite uste taha koputama minna – ühisrahastusplatvormid nagu Kickstarter pakuvad panustamiseks võimalusi igale inimesele. Alates platvormi käivitamisest 2009. aastal on Kickstarteri kaudu liikunud 878 miljonit dollarit ja 5,2 miljoni inimese toetusel on rahastuse leidnud enam kui 51 000 loomingulist projekti.²

Kui isegi Marina Abramović sel suvel oma Kickstarteri kampaania käivitas, arvasid paljud, et tegemist on *performance*'iga.

Ood monotasking'ule

Kampaania nimega "Marina Abramovići Instituut: Asutajad" (Marina Abramović Institute: The Founders) kestis 30 päeva.

Popularizing Art. The Abramović Method

Hedi Rosma analyses the foundation of the Marina Abramović Institute in the context of popularizing art.

H. R.: "I'd like to hear your opinion on "popularizing" art. Do you think it is important to bring more people to art and why?"

M. A.: "I think in the world there is so much bad taste. To make popular good art will elevate the spirit of human beings and this is so important."

As we all know, there is nothing new in concerns about popularity of art, its deficiency as well as abundance. In spring 1903, more than 110 years ago, the head of the Syracuse Museum of Fine Arts (now the Everson Museum of Art in the State of New York), George F. Comfort, lamented in the magazine *Brush and Pencil*¹ that art is like a breath-taking sunset. You feel the need to sound the alarm and bring everyone to their windows to see the extraordinary sight. Instead, you have to accept that most people pass by without even a glance and only a few will notice that which touched you to the core of your heart.

The title of the article is "The Need of Popularizing Art" and the director of the museum, Comfort, finds that the best way to eliminate this 'deficiency' is to make every single person individually feel that art concerns him personally, so art would not seem as if it were only a matter of a select group of idealists, separate from the society and everybody else. So, what could be done? Comfort's idea is simple – every citizen could (for the benefit of himself, his wife and children) buy at least one work of art, the value of which does not matter, it could be 100, 1,000 or 10,000 dollars. If the citizen finds that he cannot afford to buy a piece of art on his own, he could ask his neighbours to join in. Ten, twenty or even thirty people could come together and buy a painting, for example, and then the 'associates' could take turns displaying it in their homes. That way everyone could enjoy the common property.

Pondering the same questions in 2013, we no longer need to go knocking on our neighbour's door – crowdfunding platforms like Kickstarter offer everyone the opportunity to contribute. Since its launch in 2009, 5.2 million people have pledged 878 million dollars through Kickstarter, funding 51,000 creative projects.²

However, when Marina Abramović launched her own Kickstarter campaign this summer, many people thought it was a performance.

Ode to monotasking

The campaign titled "Marina Abramović Institute: The Founders" lasted 30 days. During the hottest summer days in July and August, the goal was to raise 600,000 dollars.



Marina Abramović instituudi ruumides
Foto autor Jason Schmidt
Kõik õigused kunstnikul

Marina Abramović at the site of the institute
Photo by Jason Schmidt
Courtesy of the artist



Performance'ite pearuum
Kõik õigused OMA-l

Main performance space
Courtesy of OMA

Selle aja jooksul, keset kõige kuumemaid suvepäevi juulis-augustis, seati eesmärgiks koguda 600 000 dollarit. Kuigi raha ei kogunud kunstnik Marina Abramović, vaid Marina Abramovići Instituut (MAI), oli kunstniku karismaatiline kohalolu neil päevil läbi arvukate videopöördumiste ja intervjuude vägagi tuntav. "See pole *performance*, siin räägin ma kui õpetaja, kui instituudi rajaja," kostus kusagilt tuttava serbia aktsendiga sugestiivne hää.

Kahtlemata on Marina Abramovići poolt ellu kutsutud MAI eelkõige tema enda pärandi hoidmiseks ja edasikestmiseks loodud keskus. Laiemalt taotleb instituut aktiivset rolli "viljakate ühenduste loojana" kunsti, teaduse, tehnoloogia jms vahel ning on oma suurima missioonina sõnastanud kauakestvate teoste (*long durational work*) ettekandmise ja säilitamise. Instituudi määratluse järgi kvalifitseerub kauakestvaks teoseks igasugune looming (*performance*-kunst, tants, teater, film, muusika, ooper ja kõik tulevikus tekkida võivad vormid), mille ettekanne kestab kauem kui kuus tundi.³ Aeg – õigemini, esineja ajakasutus – on selle žanri kõige hinnatum komponent. Ja aeg on ainus asi, mida meie mõistuspäras, tehnoloogiapõhises ühiskonnas alati napib.

Just sellepärast tuleb 2015. aastal avada plaanitavasse keskusesse sisenedes allkirjastada leping, milles külastaja annab ausõna viibida instituudis vähemalt kuus tundi. Mobiiltelefon (ja muu välismaailma meenutav) tuleb jätta vastuvõtusaali, pähe tõmmata helikindlad kõrvaklapid ja selga demokraatlik valge laborikittel, mis võiks aidata külastajal eksperimentaalsusele häälestuda. Selleks et jõuda vastuvõtusaalist edasi järgmistesse ruumidesse, tuleb külastajal kõndida nii aeglaselt kui võimalik. (Selle piinarikka soorituse tulemusena kogevad tõenäoliselt nii mõnedki esimest korda, mis tunne on kõndida.) Kui instituudi külastaja erinevaid Abramovići meetodina tuntuks saanud harjutusi tehes ja kauakestvaid teoseid vaadates suurest süvenemisest ära väsib ja magama jääb, lükatakse ta pehmes ratastega lamamistoolis ruumi, kus võib end segamatult välja puhata.

Niisugusena on idee (aega juurde loovast) instituudist omamoodi ood *monotasking*'ule. Eksperimentaalne mänguväljak nii kunstnikele kui publikule, kus tulemusest olulisem on protsess.

Üks dollar = üks kallistus. Lady Gaga võtab alasti

Tõsi, leidus küllalt neid, keda Abramovići tulek Kickstarteris (ja hiljem selle edu) isiklikult pahandas. (Kas ühisrahasutusplatvormid pole mitte mõeldud neile, kel pole oma projektide teostamiseks muid võimalusi? On ju üheselt selge, et Marina Abramovići sugune kunstnik ei tee oma projekte kõhu kõrvalt näpistatud raha eest? Pealegi, miks peaks keegi toetama "instituuti", milles pole muud kui rida valgete seintega ruume?)

Valged seinad on instituuti kavandanud ei keegi muu kui OMA⁴, eesotsas Rem Koolhaasi ja Shohei Shigematsuga, ning Kickstarteri kaudu kogutav 600 000 dollarit oligi mõeldud MAI arenduse esimese etapi (projekteerimisprotsessi) katteks. Selleks et Manhattanist kahe tunni rongisõidu kaugusel Hudsoni linnakeses (elanike arv umbes 6500) asuv vana mahajäetud teater täielikult instituudiks ümber ehitada, läheb MAI-l vaja 20 miljonit dollarit. Tundub väheusutav, et nii mastaapne kampaania võeti ette vaid 3% suuruse osa pärast vajaminevast kogueelarvest.

Kuigi MAI Kickstarteri projekti käsitleti kui iga teist, mille eesmärk on üheselt soovitud summa kokkusaamine, oli kampaanial hoopis huvitavam külg. Abramović on tunnistanud,

Even though it was not Marina Abramović who was raising the money – it was the Marina Abramović Institute (MAI) – the charismatic presence of the artist was very much felt through numerous video messages and interviews. "This is not a performance, here I speak as a teacher, as the founder of the institute," the suggestive voice with a familiar Serbian accent declared.

Undoubtedly, MAI was initially established by Marina Abramović to present and preserve her own legacy. But in the wider sense, the institute actively seeks to 'forge productive unions' between art, science, technology etc, and has proclaimed the presentation and preservation of long durational works as its primary mission. According to the institute's definition, all works of art (performance art, dance, theatre, film, music, opera and other forms that may develop in the future) whose performance exceeds six hours qualify as long durational works.³ Time, or rather the performer's use of it, is the most valuable component of this genre. And time is the only thing in our rational technology-based society that there is never enough of.

That is precisely the reason why visitors to the centre, which is planned to be opened in 2015, have to sign a contract where they have to give their word of honour to stay in the institute for at least six hours. Mobile phones (and everything else reminding of the outside world) have to be left in the reception, soundproof headphones and a democratic white lab coat must be worn to help the visitor tune in to the experimental environment. Moving on from the reception hall, the visitor must proceed in slow motion walk. (During this painstaking task many will probably acknowledge for the first time what it really means to walk.) But when visitors become exhausted of concentrating on the exercises known as the Abramović Method and experiencing long durational works, they will be gently rolled (in special reclining chairs on wheels) into a room, where they can rest undisturbed.

In this form, the idea of such (time producing) institute is, in a way, an ode to monotasking. It is an experimental playground both for the artist and the audience, a place, where process is more important than the result.

One dollar = one hug. Lady Gaga goes naked

True, there were plenty of people who were personally offended by Abramović's (successful) appearance on Kickstarter. (Aren't crowdfunding platforms meant for those who have no other means to execute their projects? Isn't it obvious that an artist like Marina Abramović does not have to sacrifice her personal well-being to fund her projects? Besides, why would anyone support an 'institute' that is nothing more than a series of white walled rooms?)

The white walls in the institute have been designed by none other than OMA⁴, headed by Rem Koolhaas and Shohei Shigematsu, and the 600,000 from Kickstarter was to cover the first phase of development (the design process). In order to transform the abandoned theatre into an operating institute in the small town of Hudson (population ca 6,500), two hours by train from New York City, MAI will need 20 million dollars in total. It seems unlikely that the Kickstarter campaign was launched simply to raise 3% of the total budget.

Although MAI was regarded as any other project on Kickstarter, where the aim is to raise the necessary sum, the campaign had another, more compelling side to it. Abramović has admitted that she used it as a thermometer to measure the public's interest and the success (or failure) of the campaign



et kasutas seda termomeetrina, millega mõõta avalikkuse huvi ja kampaania (eba)õnnestumine pidi olema vastus küsimusele, kas inimestel – kelle jaoks instituuti ju kavandatakse – üldse on niisugust kohta tarvis.⁵

Tõepoolest, kõik algab kampaania pealkirjast – "Asutajad". Lisaks toetussummast olenevale vastutasule, mis ühisrahas-tusplatvormidega nagunii kaasas käib, sai isegi (tavamõis-tes) kõige marginaalsem projekti toetaja endale ühiskondlik-majandusliku staatuse – ta võib edaspidi täie õigusega öelda, et on Marina Abramovići Instituudi asutaja. Nii avas instituut end publikule veel enne suuremate rahastajate poole pöördu-mist, mis on sellise kaliibriga kultuuriasutuse puhul küllaltki ebatavaline.

Teatav nihestatus paistis välja ka toetajatele mõeldud vas-tutasudes. Näiteks võisid 5 dollari annetajad arvestada "digi-taalse MAI" täispaketiga, mis sisaldab videomängukunst-nik Pippin Barri loodud üsnagi tavatut virtuaaltuuri ja kolme 8-bitist Abramovići meetodi arvutimängu. Tegemist on esteetiliselt äärmiselt lihtsa MAI külastuse simulatsiooniga, kus pikslimehikeseks muudetud külastaja alustab instituudi vas-tuvõtusaalist ning (mõistagi alles pärast lepingu allakirjuta-mist ja mobiiltelefoni loovutamist) võib kogeda erinevate inst-allatsioonide simulatsioone. Oma pühendumuse märgiks (kinnitamaks, et ikkagi sõna otseses mõttes kohal ollakse) tuleb virtuaalsel külastajal kogu protsessi jooksul teatud arvutiklahve all hoida. Abramovići meetodi mängudes aga saab arvuti tagant lahkumata näiteks puule oma muret kurta või hiiglaslikku seesamiseemnete ja riisiterade kuhja erine-vatesse anumatesse sorteerida – tera tera haaval, täpset arvet pidades.

"Eksklusiivsemateks" vastutasudeks olid mitmesugused Abramovići poolt *live stream*'i kaudu õpetatavad *workshop*'id (25 \$), võimalus koos kunstniku endaga tema lemmikfilme vaadata (5000 \$), lõunatada (10 000 \$) ja süüa valmistada (10 000 \$). Aga ka mitte midagi teha ja seejuures täiesti ano-nüümseks jääda (10 000 \$) – tasu, mis polnud suuremate toe-tajate hulgas sugugi vähem populaarne valik. "Eksklusiivsus" omandas aga hoopis teistsuguse tähenduse, kui Abramović keset kampaaniat teatas, et igaüks, kes toetab instituudi raja-mist vähemalt 1 dollariga, saab temalt vastutasuks kallistuse, millele võib järgmisel aastal kas New Yorki või ühte (peagi avalikustatavasse) Euroopa linna järele tulla.

Kõige vastuolulisem osa kampaaniast oli ilmselt Lady Gagaga koostöös valminud videoklipp, kus laulja "oma sees-mist Gagat otsides" ihualasti erinevaid Abramovići meetodi harjutusi sooritab. Teatavasti tegi Lady Gaga oma novembris ilmunud albumi "ARTPOP" tarbeks Abramovićiga koostööd, nii et tõenäoliselt oli tegemist mõlemale kasuliku ettevõtmisega. Ühest küljest jõudis tänu sellele (Abramovići) kunsti juurde päris palju noori, teisest küljest aga viis video avalik-kuse tähelepanu sisuliselt kõrvale. "Lady Gaga Gets Nude (Again)", "Lady Gaga Full Frontal NAKED", "Nude in Woods for Marina Abramović", "Lady Gaga Goes Completely Naked in Bizarre New Video" teatasid ajalehtede pealkirjad.

Kampaania lõpuks kogus MAI 661 452 dollarit ja on nüüd 4765 asutaja võrra rikkam.

Prototüüp

Kuni MAI valmimiseni jääb tõenäoliselt suurimaks Abramovići meetodi manifestatsiooniks rändav "Marina Abramovići Instituudi Prototüüp" (Marina Abramović Institute Prototype, 2013), mida Abramović esitles juunikuus

had to answer the question whether people – for whom the institute is being developed – really need a place like that.⁵

Indeed, it all begins with the title of the campaign – "The Founders". In addition to the rewards that usually go with crowdfunding platforms, even the most marginal (as it is com-monly understood) of backers received a socio-economic sta-tus – they now have every right to call themselves the found-ers of MAI. In doing so, the institute opened itself to the public even before turning to larger donors, which is rather uncom-mon for cultural institutions of this calibre.

A certain shift was evident in the rewards the backers received in exchange for their donations as well. For exam-ples, people who backed the project with 5 dollars received a full package of "the digital MAI", which includes a rather uncon-ventional virtual tour and three 8-bit video games of the Abramović Method created by the video game designer Pippin Barr. Aesthetically, it is a simple simulation of a visit to MAI, where the pixelated visitor starts the tour from the reception of the institute and (of course, only after signing the contract and giving up their mobile phone) experiences simulations of the installations. To show your dedication (to confirm you really are present), the virtual visitor must press certain keys on the keyboard during the process. In the Abramović Method video games you can, for example, complain to a tree or sort and separate a heap of rice grains and sesame seeds, counting every single grain, without leaving your computer.

The more "exclusive" rewards included several live stream workshops by Abramović (\$25), the opportunity to watch the artist's favourite movies with the artist (\$5000), to have lunch (\$10,000) and to cook (\$10,000) with her. But also, to do nothing and remain completely anonymous (\$10,000) – the option that was no less popular among the larger backers. "Exclusivity", though, acquired a completely new meaning when Abramović announced in the middle of the campaign that everyone backing the project with at least one dollar will receive a hug from her personally, which the backers could accept next year in New York or some other (soon to be announced) European city.

The most controversial part of the campaign was prob-ably the video collaboration with Lady Gaga in which the naked singer tries to "find her inner Gaga" while doing exer-cises according to the Abramović Method. It is not a secret that Lady Gaga was collaborating with Abramović on her album "ARTPOP", which came out in November, so the project had benefits for both of them. On the one hand, a younger audience discovered (Abramović's) art, although, on the other hand, the video derailed public focus from the content with the media touting headlines like "Lady Gaga Gets Nude (Again)", "Lady Gaga Full Frontal NAKED", "Nude in Woods for Marina Abramović", "Lady Gaga Goes Completely Naked in Bizarre New Video".

By the end of the campaign, MAI raised 661,452 dollars and is now wealthier by 4,765 founders.

The Prototype

Until the opening of MAI, the greatest manifestation of the Abramović Method will probably be the travelling "Marina Abramović Institute Prototype" (2013), which the artist pre-sented in June at the Luminato Festival in Toronto. The piece consists of seven linked chambers where, in the course of two hours, several self-performative exercises devel-oped by Abramović are carried out. A live stream from the

Luminato festivalil Torontos. Teos koosneb seitsmest ringis paiknevast telgikujulisest kambrist, kus tehakse kahe tunni jooksul läbi mitmeid Abramovići poolt välja töötatud nn isesooritatavaid (*self-performative*) harjutusi. Luminatol kanti otsepilti eksperimentaalpaviljonidest üle erinevatesse paikadesse Torontos, sealhulgas Pearsoni rahvusvahelise lennujaama Terminali 1.

Nagu festivali kunstiline juht Jörn Weisbrodt Luminatot saatnud materjalides osundab, on see teos, mis on täielik vaid publiku osalemise kaudu. Kunst seisneb siin kogemuses ja seetõttu muutub prototüüp kunstiteoseks alles läbi oma kasutamise, läbi sellesse panustatud tähelepanu ja aja.

Sisuliselt jätkab Abramovići MAI näol oma kolme aasta taguse *performance*'iga "The Artist Is Present" (Kunstnik on kohal, 2010) alustatud. "Kunstnik oli tõepoolest kohal, temaga kohtumine võis olla ju superstaarielamus, aga tema kohalolu kehtib eelkõige teostes, loomingus – ja selleni jõudmiseks, kontakti saamiseks, peab iga vaataja tegema iseseisvalt tööd, ainuüksi järjekorras seismisest ei piisa."⁶

Otseselt või kaudselt on see, mida Abramovići oma viimaste aastate *performance*'ite ja MAI projektiga teeb, publiku harimine. Ta näitab, et publik peab olema valmis loovutama oma tähelepanu ja aega – ainult nii antakse kunstile võimalus kujuneda elamuseks. Kunstnik aga peab õppima seda aega ja tähelepanu väärtustama, oma publikule silma vaatama. Mis, nagu näha, ei pruugi sugugi tähendada kardetud konformismi. Kui teda võrdsena võtta, mängib publik hea meelega kunstniku reeglite järgi, astub dialoogi, laseb end suunata ja kanda. Sest ükskõik kui eneseküllasteks me ka ei muutuks, pole kunst kunagi täielik ilma publikuta.

Lõpetuseks, mida öelda muuseumidirektor Comfortile? Võib-olla seda, et dollar on devalveerunud.

Hedi Rosma on KUNST.EE eesti keele toimetaja.

¹ George F. Comfort, *The Need of Popularizing Art. – Brush and Pencil*, Vol 12 (1903), No 1, lk 24–30.

² <http://www.kickstarter.com> (18. XI 2013)

³ <http://www.marinaabramovicinstitute.org/>

⁴ <http://www.oma.com/projects/2012/marina-abramovic-institute>

⁵ <http://www.good.is/posts/why-performance-art-is-a-tool-to-change-human-consciousness>

⁶ Maria-Kristiina Soomre, *Kunstnik oligi kohal. – Sirp 4. VI 2010.*

experimental pavilion at Luminato was shown in numerous places in Toronto, including Terminal 1 of the Toronto Pearson International Airport.

As Jörn Weisbrodt, the Artistic Director of Luminato, pointed out in the accompanying materials of the festival, this work can only be complete through the participation of the audience. Here, the work of art is the experience that you get and the prototype will only become a piece of art through its use – the time and attention invested in it.

With MAI, Abramovići is essentially continuing what she started with the performance "The Artist Is Present" (2010) three years ago. "Indeed, the artist was present and meeting her might have been the experience of meeting a superstar, but her presence manifests itself, first and foremost, in her work – and in order to reach that, to establish a connection, each visitor must independently work towards that goal, simply standing in line will not be enough."⁶

Directly or indirectly, what Abramovići has been doing through her performances and the MAI project, is educating the audience. She shows that the audience has to be prepared to commit and give up their time – only then can art be given the opportunity to evolve into an experience. The artist, on the other hand, has to learn to value that time and attention, to face her audience, which, as we have seen, does not have to signify the dreaded conformism. When treated as equals, the audience will gladly follow the artist's rules, engage in a dialogue and allow itself to be guided and carried. Because no matter how self-sufficient we become, art will never be complete without the audience.

Finally, what could be said to Comfort, the director of the Syracuse Museum of Fine Arts? Maybe that, meanwhile, the dollar has depreciated.

Hedi Rosma is the Estonian editor for KUNST.EE.

¹ George F. Comfort, *The Need of Popularizing Art. – Brush and Pencil*, Vol 12 (1903), No 1, pp 24–30.

² <http://www.kickstarter.com> (18. XI 2013)

³ <http://www.marinaabramovicinstitute.org/>

⁴ <http://www.oma.com/projects/2012/marina-abramovic-institute>

⁵ <http://www.good.is/posts/why-performance-art-is-a-tool-to-change-human-consciousness>

⁶ Maria-Kristiina Soomre, *Kunstnik oligi kohal. – Sirp 4. VI 2010.*

Marina Abramovići OMA maketiga
Kõik õigusel OMA-l

Marina Abramovići with a study model of OMA
Courtesy of OMA



