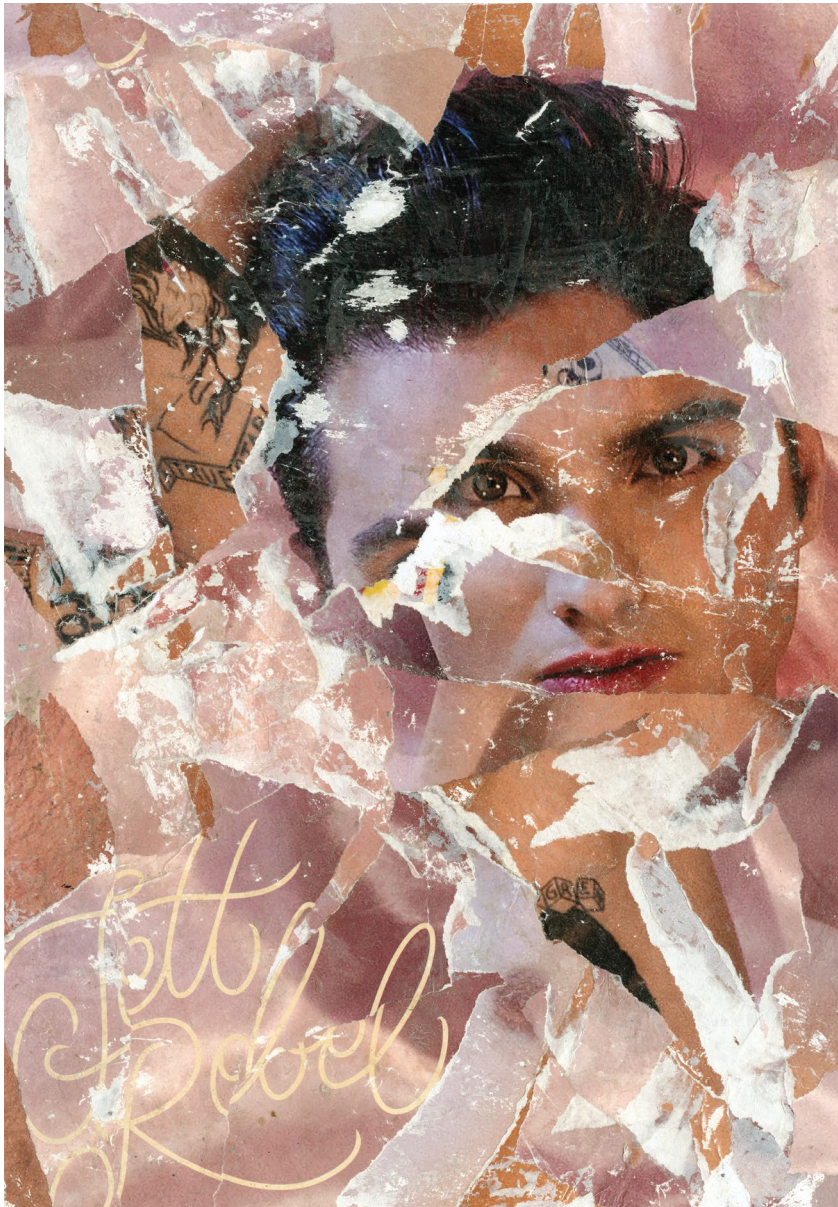


Hilarius Hofstede
A DEMOCRACY OF THOUGHT
& FOOD FOR THOUGHT

Part I: 16 December 2021 – 6 March 2022

Part II: 11 February – 6 March 2022



REBEL REBEL, 2021

Dry print on Hahnemühle paper
83 x 60 cm

(FRI) 4 MAR | 18:00-20:30
PERFORMANCE & FINISSAGE

Willem van Erven Dorens performs electronic soundscape 'OMICRON', based on Hofstede's new book *Pop Killer* (November Editions, 2021) and created in collaboration with the artist.

(SUN) 13 FEB | 16:00-18:00
TMH TALK & OPENING

Hilarius Hofstede & curator Marsha Plotnitsky in conversation. Introduction: a physical reflection on the show by juggler and Hofstede's publisher Arthur Herman in his Amsterdam debut.

(FRI – SAT) 17-18 DEC | 12:00-17:00
EXTENDED OPENING (Part I)

(THU) 16 DEC | 15:00-17:00
OPENING & LECTURE

Prof. Jean-Michel Rabaté discusses the work of Hofstede.

The Merchant House is pleased to present the visionary work of the Dutch multimedia artist Hilarius Hofstede (1965, NL). Part I, *A DEMOCRACY OF THOUGHT*, debuts his print-media project in a gallery-wide installation of intentionally affordable epic prints. Part II, *FOOD FOR THOUGHT*, curated during the most recent Amsterdam lockdown, returns to his prescient works from 2015—a large mural of vinyl-covers and related drawings—on the theme of food. Important to Hofstede's oeuvre and to Part I, food is a theme he has long been advancing as an urgent subject matter of art, an ever-present human crisis, and a source of solace in the worst of times.

The entire enterprise harks back to the virtuosity of Hofstede's *Paleo Psycho Pop* writings and stresses a conflation of perceptual and time horizons, the force of the surreal, and the sense of wonder in our communion with the world.

Part I: A DEMOCRACY OF THOUGHT

Not unlike Duchamp who cultivated dust for his mixed-media art, Hofstede has, for some time now, had the foresight to cultivate torn fragments of serious and trashy printed matter. Over the past year, he started to assemble these as mood boards for prints and possible digital works. These "billboards of thought" cohere as illuminating culture/nature tableaus, but it is their surface—rippling (and palpably so in these prints) with Hofstede's signature jagged image boundaries, lettering, and odd colors—that play up the irrationality, raw meanings, and subversive humor essential to his art.

In the profusion of cut-up imagery, one can find, depending on the work, a great European painting and a food staple set side by side; Polynesian ornaments or animals in nature and in captivity; little Asian girls asleep on the back of a pig; Amy Winehouse (in one of the portraits published just after her death) covered in rose petals like the Roman goddess Cybele; Paleolithic hand-imprints (in focus as some of the first images ever made) and the doll hands of Arman; distorted portraits of Van Gogh, Elon Musk, and of John Calvin among many others; George Clinton and Albert Einstein as universal shamans; images of such food brands as Calvé Peanut Butter or Campbell's Tomato Soup (with links to both John Calvin and the city of Compton); evocative bits of titles, ads, and quotations; and references to natural disasters and technological feats, to LA gang wars and to wars and cultural events in all their forms.

Hofstede starts with the familiar notions of the interchangeability and exchangeability of everything in our image-mediated lives, with a scathing critique of mass culture. But the surprising relations he ends up with suggest slippages of any rational or linear interpretation. As each work develops, it acquires a particular plastic form and gives rise to a fabulous (and not necessarily dystopic) landscape rich with new meanings, liberating like in a dream.

Part II: FOOD FOR THOUGHT

Part II is anchored in Hofstede's wall-wide installation of record covers, *Food for Thought*, part of his monumental series of *Pop-Frescos* that include *Ocean, River, Totem, Reach the Beach, and Abendrot*. In this work, the familiar saying "We are what we eat" gives rise to a music-charged statement on our survival in the midst of food crises. The cover of Foo Fighters' *Medium Rare* album is a case in point: what's at stake with a raw piece of meat? And in the center of the mural is the cover of Donna Summer's *She Works Hard for the Money*, with the singer dressed as a waitress, ready to take orders from the audience (or pen a social critique).

We are spoiled for choice. There are references to foods, and hence customs, of cultures from across the globe: Japanese, Jewish, Italian, Mexican, American, presented in a mouthwatering cocktail of drinks, desserts, candies, and fruit. Poignantly, the musicians, like Foo Fighters, Chic, Specials, Isaac Hayes, Steely Dan, Squeeze, Wild Cherry, Curve, and Prince, are brought together by the artist to offer a possible response—serious and jocular, as the case may be—to the pervasive artifice of pop (culture and music) in relation to food, how we might think about it, discuss it, share it, and even eat it.

Food as a staple of pop culture served to us on a daily basis (also an important theme for Part I) is taken up differently—in artistic and emotional terms—in the drawings. In *The Fresh Arrival of Healthy Pop Art, The Land of Milk and Honey Pops, Kellogg's Skull Cathedral*, and in smaller works, Hofstede's textural intensity and painterly qualities rival the pop vibrancy of his LPs and prints. But the familiar effect of pop gives way to that which, to quote Hofstede, "communicates the territory of dream." These works do not merely trace trends but rather foreshadow—and give voice to—urgent themes, as laid out in the remarkable text *Hilarius Hofstede, or "Avant moi, le déluge..."* by Professor Jean-Michel Rabaté, presented at the opening of Part I.

The Artist

A prolific and imaginative writer no less than a visual artist, Hofstede will present, during the course of this exhibition, his new polemical book *Pop Killer* (November Editions, Berlin, 2021), which once again fuses prose and poetry, fiction and autobiography. *Pop Killer* completes the trilogy with his two earlier books of unconventional narrative, *De Markies van Water* (Zip Books, San Francisco, 2018—20th Anniversary Edition) and *Microsoft Mon Amour* (Zip Books, San Francisco, 2017). Hofstede's museum-wide collaborative interventions have previously been shown at the Musée de la Chasse in Paris, 2012, the Royal Museums of Art and History in Brussels, 2003, and the Stedelijk Museum in Amsterdam, 1999. His seminal works are in many public and private collections, and he is the founder and mastermind of the traveling festival the Bison Caravan.

Met genoeg presenteert The Merchant House het visionaire werk van de Nederlandse multimedia kunstenaar Hilarius Hofstede (1965, NL). Deel 1, *A DEMOCRACY OF THOUGHT*, presenteert zijn nieuwe printmedia project in een grote installatie, bestaande uit een reeks betaalbare, epische afdrucken. Deel 2, *FOOD FOR THOUGHT*, samengesteld tijdens de meest recente lockdown, toont zijn vooruitziende werken uit 2015 – een groot muurwerk bestaande uit hoezen van vinylplaten en verwante tekeningen – rond het thema voedsel. Voedsel is een centraal thema in het werk van Hofstede, ook in Deel 1 van deze tentoonstelling. Hofstede vestigt al geruime tijd de aandacht op voedsel als urgent thema binnen de kunst, als onderdeel van een alomvattende menselijke crisis, maar ook als bron van troost in de donkerste tijden.

Het gehele project grijpt terug naar de virtuositeit van Hofstedes *Paleo Psycho Pop* teksten en legt de nadruk op het versmelten van de horizons van tijd en waarneming, de kracht van het surreële en het vermogen tot verwondering in onze omgang met de wereld.

Deel 1: A DEMOCRACY OF THOUGHT

Een beetje zoals Duchamp stof verzamelde voor zijn mixed media kunstwerken, heeft Hofstede jarenlang fragmenten uit zowel populaire als kwaliteitsmedia bewaard. Het afgelopen jaar heeft hij op basis daarvan *mood boards* samengesteld voor afdrucken en digitaal werk. Deze 'gedachtenposters' vormen samen tableaus die inzicht geven in de combinatie natuur/cultuur, maar het is hun oppervlak – bobbelig (in deze afdrucken tastbaar) en met de voor Hofstede kenmerkende gescheurde beeldranden, belettering en vreemde kleuren – dat de irrationaliteit, rauwe betekenissen en subversieve humor in het spel brengt die zo wezenlijk zijn voor zijn kunst.

In de overvloed aan uitgeknipte beelden zien we onder meer een beroemd Europees schilderij en basisvoedingsmiddelen naast elkaar; Polynesische ornamenten of dieren in de natuur en in gevangenschap; Aziatische meisjes slapend op de rug van een varken; Amy Winehouse (in een portret gepubliceerd vlak na haar dood) bedekt met rozenblaadjes zoals de Romeinse godin Cybele; handafdrukken uit de Steentijd en de poppenhanden van Arman; vervormde portretten van onder andere Vincent van Gogh, Elon Musk en Johannes Calvijn; George Clinton en Albert Einstein als universele sjamanen; beelden van voedselmerken als Calvé Pindakaas en Campbell's Tomato Soup (met verwijzingen naar zowel Johannes Calvijn als de stad Compton); evocatieve flarden van titels, reclames en citaten; en verwijzingen naar natuurrampen en technologische prestaties, naar bendeoorlogen in Los Angeles en oorlogen en culturele gebeurtenissen in al hun verschijningsvormen.

Hofstede gaat uit van de vertrouwde notie van de inwisselbaarheid van alles in onze, door beeldcultuur bepaalde, levens, met een vlijmscherpe kritiek op de massacultuur. Maar de verrassende verbanden die hij blootlegt suggereren dat iedere rationale of lineaire interpretatie zijn tekortkomingen heeft. Zijn werk heeft een heel eigen plastische vorm en baart een fabelachtig (en niet per se dystopisch) landschap dat bol staat van de betekenissen, met een bevrijdend effect, als in een droom.

Deel II: FOOD FOR THOUGHT

Het ankerpunt van Deel 2 is Hofstedes installatie met platenhoezen, *Food for Thought*, een onderdeel van zijn monumentale reeks *Pop-Frescos*, zoals *Ocean, River, Totem, Reach the Beach* en *Abendrot*. In dit werk geeft het gezegde 'We zijn wat we eten' aanleiding tot een met muzikale verwijzingen opgeladen uitspraak over ons overleven te midden van voedselcrises. De hoezen van het Foo Fighters album *Medium Rare* spreekt boekdelen: wat staat er op het spel bij een stuk rauw vlees? In het midden van de installatie zien we de hoezen van Donna Summers *She Works Hard for the Money*, waarop de zangeres gekleed is als serveerster, klaar om een bestelling op te nemen bij het publiek (of om een maatschappijkritische notitie te maken).

We zijn verwend door de overdaad aan keuzes. Er zijn verwijzingen naar eten, en dus gewoontes en culturen, van over de hele wereld: Japans, Joods, Italiaans, Mexicaans, Amerikaans, allemaal gepresenteerd in een cocktail van dranken, desserts, snoepgoed en fruit. De muzikanten, waaronder Foo Fighters, Chic, Specials, Isaac Hayes, Steely Dan, Squeeze, Wild Cherry, Curve en Prince zijn door de kunstenaar bij elkaar gebracht om samen een mogelijke respons te bieden – ernstig of grappig, net hoe het uitkomt – op de alomtegenwoordige artefacten van de pop (-cultuur en muziek) in relatie tot voedsel, hoe we erover nadenken, het bediscussiëren, delen en zelfs verorberen.

Voedsel als een dagelijks opgediend ingrediënt in de popcultuur (ook een belangrijk thema in Deel 1) wordt op andere wijze – zowel artistiek als emotioneel – aan de orde gesteld in de tekeningen. In *The Fresh Arrival of Healthy Pop Art, The Land of Milk and Honey Pops, Kellogg's Skull Cathedral* en kleinere werken wedijvert de texturele intensiteit van Hofstedes werk met de kleurrijkheid van de elpees en printwerken. Toch moet het vertrouwde pop-effect uiteindelijk het veld ruimen voor wat – om Hofstede te citeren – 'het territorium van de droom overbrengt'. Deze werken doen meer dan trends volgen, ze kondigen urgente thema's aan zoals betoogd wordt in de opmerkelijke tekst *Hilarius Hofstede, of 'Avant moi, le déluge...'* door Professor Jean-Michel Rabaté, voorgedragen bij de opening van Deel 1.

De kunstenaar

Hofstede is behalve beeldend kunstenaar een vindingrijk schrijver en presenteert tijdens de tentoonstelling zijn nieuwe polemische boek *Pop Killer* (November Editions, Berlijn, 2021). Het boek is opnieuw een smeltkroes van proza en poëzie, fictie en autobiografie. *Pop Killer* is het slotdeel van de trilogie met twee eerdere boeken met een onconventionele vertelling: *De Markies van Water* (Zip Books, San Francisco, 2018 – 20e jubileum editie) en *Microsoft Mon Amour* (Zip Books, San Francisco, 2017). Hofstedes collaboratieve interventies waren te zien in het Musée de la Chasse et de la Pêche te Parijs (2012), de Koninklijke Musea voor Kunst en Geschiedenis te Brussel (2003), en het Stedelijk Museum te Amsterdam (1999). Zijn grensverleggende werk is te vinden in vele openbare en privécollecties; en hij is de stichter van en het brein achter het reizende festival Bison Caravan.