Zeitschrift: Parkett : the Parkett series with contemporary artists = Die Parkett-Reihe mit Gegenwartskünstlern

Herausgeber: Parkett

Band: - (1992)

Heft: 34: Collaborations Ilya Kabakov & Richard Prince

Artikel: Richard Prince : to know, know, know him

Autor: Tallman, Susan / Nansen

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-681207

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 10.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

SUSAN TALLMAN

To Know, Know, Know Him

«At seventeen, he wrote ‹To Know Him Is to Love Him›»(«Mit siebzehn schrieb er: ‹Ihn kennen heisst ihn lieben›.») Dieser Satz schwebt über der grauen Reproduktion eines Werkes von Richard Prince in der Mitte seines Kataloges *Spiritual America*[1], zwischen einer Betrachtung über Zeit und Raum und einem schlaffen Witz. Für einen gewissen Teil der Bevölkerung ist das ein deutlicher Hinweis auf den allerersten Hit von Phil Spector, dem legendären Songwriter/Produzenten und absoluten Rock-'n'-Roll-Guru. Der Kenner von Spectors Karriere weiss vielleicht, dass er Titel und Refrain des Songs vom Grabstein seines Vaters hergeleitet haben soll, indem er die unsägliche Kindestrauer in Kaugummi-Gold verwandelte. Das ist typisch Prince; psychologische Blessuren, leichtfüssig dargestellt, verpackt in niedliche Pop-Kultur.

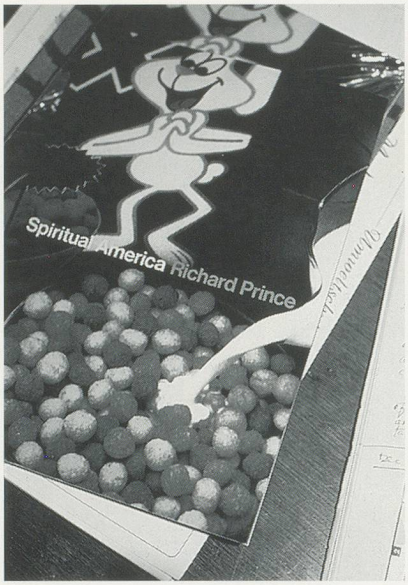
Wie fast alle Prince-Kataloge ist *Spiritual America* ein Madison-Avenue-Gemisch aus Photos, Reproduktionen, Witzen, Schlagzeilen und Geschichten. Die unterschiedlichen Elemente sind weder thematisch noch durch die Aufmachung miteinander verbunden. Cowboys und *Koolaid*-Dosen tauchen ebenso auf wie Motorräder und Schminkdosen. Und auch ihre Zusammenstellung provoziert weder Vergleich noch Analyse, nicht einmal die übliche, postmoderne Konsumkritik. Feinsäuberliche Reproduktionen von Prince-Photographien und -Gemälden, versehen mit Titel, Datum und Formatangabe, erscheinen neben verschwommenen «abphotographierten» Zeitschriftenseiten, die randlos im Anschnitt gedruckt sind, so dass sie jeden Zusammenhang von vornherein ausschliessen. Das Layout imitiert die brutale Gestaltungsweise von Zeitschriften wie *Vogue* oder *Car and Driver,* wo alles auf Attraktion ausgerichtet ist und niemals ein Thema verfolgt wird und wo von Seite zu Seite ein radikaler Bruch stattfindet, weil es um Ökonomie geht und nicht um erzählerische Qualitäten. Gleichzeitig, und aus eben diesen Gründen, ist *Spiritual America* gerade nicht mehr das, was die meisten Kunstkataloge sind – eine unangemessene Sammlung schlecht reproduzierter, isolierter Dinge –, sondern etwas Eigenständiges. Etwas, das der darin reproduzierten Kunst gleichgestellt ist, eine Art kunstkritisches Doku-Drama.

Das Buch beginnt mit dem erneuten Abdruck eines alten Interviews von Prince und dem britischen Autor J. G. Ballard. Darin beschreibt der junge Prince seine Heimat- und Staatenlosigkeit wegen seines geldsüchtigen Vaters. Wie J. G. Ballard seinerseits unversehens zurückgelassen wurde und eine brutale Kindheit in japanischen Konzentrationslagern verbrachte, hat übrigens kein Geringerer als Stephen Spielberg im Film *Empire of the Sun* als Familienunterhaltung aufbereitet. Auch das ist wieder typisch

SUSAN TALLMAN ist Künstlerin und Autorin und lebt in Amsterdam.

Prince, ein schräger Schwindel aus Schmerz und netten Bildern, hier aber mit verstecktem Haken: Man weiss nie recht, ob das Interview wirklich stattfand.

Im Schnittpunkt zwischen Fiktion und Wahrheit, wo die Fiktion zwar glaubwürdiger erscheint, die Wahrheit aber kunstvoller inszeniert ist, da fühlt sich Richard Prince zu Hause. In seinen Texten wie in seiner Kunst hat er eine Situation dargestellt, in der «sich schwer ausmachen lässt, was bildlich und was wörtlich aufzufassen ist, was erfunden ist und was nicht».[2] Als er Werbeanzeigen aus Zeitschriften abzuphotographieren begann, wählte er Bilder aus, die gleichsam autorenlos erschienen und etwas Verwegen-Reales an sich hatten, so dass, wenn der Betrachter sich nicht vorbehaltlos dieser erfundenen Welt hingab, er selber schuld war. Die subtile Verlagerung der Anzeigen von der Zeitschriftenseite ins Photo hebt sie ein wenig aus den Fugen. Was dabei herauskommt, ist eine Art Sturm über einem Abgrund von Unsicherheit. Seine Witze sind Archetypen üblicher, pathetisch-männlicher Grossspurigkeit. Die aufgemotzten Motorhauben, für die meisten Frauen unverständlich, sprechen dem amerikanischen Mann von Macht und Begierde und von dem Bedürfnis, den Leuten zu zeigen, was für ein Mordskerl man ist.



ARTIST'S STUDIO
(PHOTO: RICHARD PRINCE)

In seinen Büchern *Spiritual America* (1989) und *Inside World* (1989) und *Jokes, Gangs, Hoods* (1990) geht Prince mit seiner Kunst noch einen wesentlichen Schritt weiter. Alles ist auf den Status der Reproduktion reduziert und zum Bestandteil einer Sammlung geworden. Doch eine Reproduktion bestätigt zugleich die Legitimität dessen, was sie reproduziert; sie garantiert, dass es sich um einen realen Gegenstand in der realen Welt handelt. Mit Begeisterung photographiert Prince die Kunst, die sich zufällig in der Umgebung seines Ateliers ansammelt oder hinter dem Empfangstisch einer Galerie hängt, als wollte er damit für den Realitätsgehalt seiner Bildwelt werben.

Gary Indiana hat darauf hingewiesen, dass die Zeitschriftenanzeigen von Prince den Betrachter nicht darüber nachdenken lassen, was der Photograph des ursprünglichen Bildes wohl damit sagen wollte, sondern darüber, für welches Zielpublikum es wohl gedacht war. Anzeigen und Witze wenden sich an ganz bestimmte Zielgruppen, und Prince bringt das demographische System durcheinander: eine Seite mit Freundinnen auf Motorrädern neben einer Seite mit europäischen Zigaretten, goldenen Uhren und Füllfedersets; *Playboy*-Witze, vermischt mit Witzen, die eher in *Parade* (eine Familienbeilage vieler amerikanischer Sonntagszeitungen. Anm. d. Red.) passen. Anstelle eines Bildes – sei es von einem Publikum oder von einem Künstler – sieht man sich mit einer Sammlung konfrontiert, deren Systematik gleichermassen raffiniert und närrisch ist. Anstatt sich von der Werbung verführen zu lassen oder über die Witze zu lachen, sucht man schliesslich nach dem Trick, oder man schwankt zwischen der Beobachtung des Verfahrens und der Erfahrung seiner Wirkung.

Neben seinen Aktivitäten als Künstler und Autor ist Richard Prince auch ein ebenso ernsthafter wie eklektischer Buchsammler. Er kauft Witzbücher, Photobücher, Biographien, Comics und Romane von *Lolita* bis *Mandingo*. Vor einigen Jahren schrieb Prince über das Lesen und seine Lust an der Flucht («Ich finde es schön, in verschiedene Leben einzutauchen und sie wieder zu verlassen, wenn ich allein bin»).[3] Doch eigentlich ging es dabei um die seltsame Faszination nicht des Lesens, sondern des Besitzens:

Ich will das beste Exemplar. Das einzige Exemplar. Das teuerste Exemplar. Ich möchte die *Kammermusik* von James Joyce. Ich möchte die Ausgabe von 1907, die «Variante», die erste Variante, die mit dem hellgrünen Einband, das schlankere Format, nicht Velinpapier, sondern geripptes Vorsatzpapier... Meines soll eines

von den 509 Rezensionsexemplaren sein, mit dem ALS-Signet des Herausgebers für einen gewissen britischen Literaten auf dem vorderen Vorsatzpapier. (ALS: *autographed letter signed.* Anm. d. Red.) Der eingebundene Brief sollte vom 3. Mai 1907 sein. Das will ich deshalb, weil ich weiss, dass das (im Zweiten Weltkrieg zerstörte) Exemplar des Museums dort am 8. Mai angekommen ist und das für die Bodleyanische Bibliothek am 11. Mai. Ich will das erste überhaupt registrierte Exemplar. Ich will das Exemplar, das seltener ist, als es sich jemals einer träumen liess. Ich will das Exemplar, das träumt.

Wie immer spielt Prince hier mit dem Unterschied zwischen Realität und Simulation. Das Lesen von Büchern bietet eine ganze Reihe von Ersatzerfahrungen, die man aufgreifen und wieder fallenlassen kann, etwa wie das Bestellen bei einem Versandhaus ohne Kreditkarte. Das Besitzen von Büchern hingegen ist eine faktisch reale, unmittelbare Erfahrung, die im übrigen um so realer wird, je exklusiver das Buch ist.

Als Besitzer kann Prince seine Sammelobjekte arrangieren und zur Schau stellen, hervorheben und in neuem Kontext ausstellen, den Schwerpunkt verändern, ohne das – erworbene – Objekt an sich zu verändern. (So wird man bei ihm beispielsweise nicht erleben, dass er seine Comics in blaues Saffianleder bindet, wie es einem bei so manchem Sammler passieren kann.) Eine Sammlung – genauer gesagt fast jede Sammlung, aber bei Richard Prince wird das besonders deutlich – ist eine Art durch Konsum entstandenes Selbstporträt. Brian Wallis hat für das frühe Werk von Prince eine überzeugende Darstellung gefunden: Er beschrieb sie als eine Art Maskenball der Männlichkeit. Doch seine Auswahl zeichnet sich weiterhin durch eine verblüffende Subtilität, ja Eleganz aus. Wenn das typische Konsumobjekt ein sich gänzlich selbst anpreisendes ist, das sich ganz aus sich selbst heraus erklärt und Begehren auslöst, dann ist das typische Sammelobjekt das genaue Gegenteil: ein Gegenstand wie die *Kammermusik* von James Joyce, dessen Bedeutung und Anziehungskraft für einen Aussenstehenden praktisch nicht wahrnehmbar ist. Für Prince zählt am Buch vor allem das Unsichtbare oder fast Unsichtbare: Wem hat es gehört, wer hat es gelesen, wann wurde es gelesen, wie sieht das Vorsatzpapier der anderen Exemplare aus? All das hat nichts mit dem Inhalt des Buches oder dem Wesen des Objekts an sich zu tun. Es hat mit der Beziehung zwischen diesem Objekt und der Welt zu tun. Beide sind zugleich real und nicht real. Und dies sind Unterscheidungen in Abhängigkeit vom Wissen, über das man verfügt, und vom Glauben an die Realität dieses Wissens.

(PHOTO: RICHARD PRINCE)

In Princes Kommentar zum Song «To Know Him Is to Love Him» findet sich keinerlei Hinweis auf die psychologische oder historische Bedeutung, es sei denn, man kennt das Lied. In dem Interview mit J. G. Ballard gibt es keinen Hinweis darauf, dass es fiktiv ist oder wer Ballard ist bzw. wie seine Kindheit verlaufen ist. Da lesen wir Dutzende von feinsäuberlich gedruckten Sätzen, die gleichermassen rätselhaft und vielversprechend sind. Und wie die begleitenden Bilder ohne Rand und Titel klingen sie, als kämen sie von irgendwoher und als hätten sie für jemanden auch eine bestimmte Bedeutung.

Witze funktionieren ja auch durch dieselbe Spannung zwischen sichtbarer und unsichtbarer Information. Damit die Pointe sitzt, muss ihr genauer Inhalt im Verborgenen bleiben bis zu dem Augenblick, in dem man sie ausspricht; und ihre Wirkung beruht darauf, dass zuvor bestimmte Erwartungen geweckt worden sind. Man kann jemandem einen Witz, den er nicht im richtigen Zusammenhang begreift, zwar erklären, ohne ihn damit schon zum Lachen zu bringen. Einen Witz versteht man entweder auf

(PHOTO: RICHARD PRINCE)

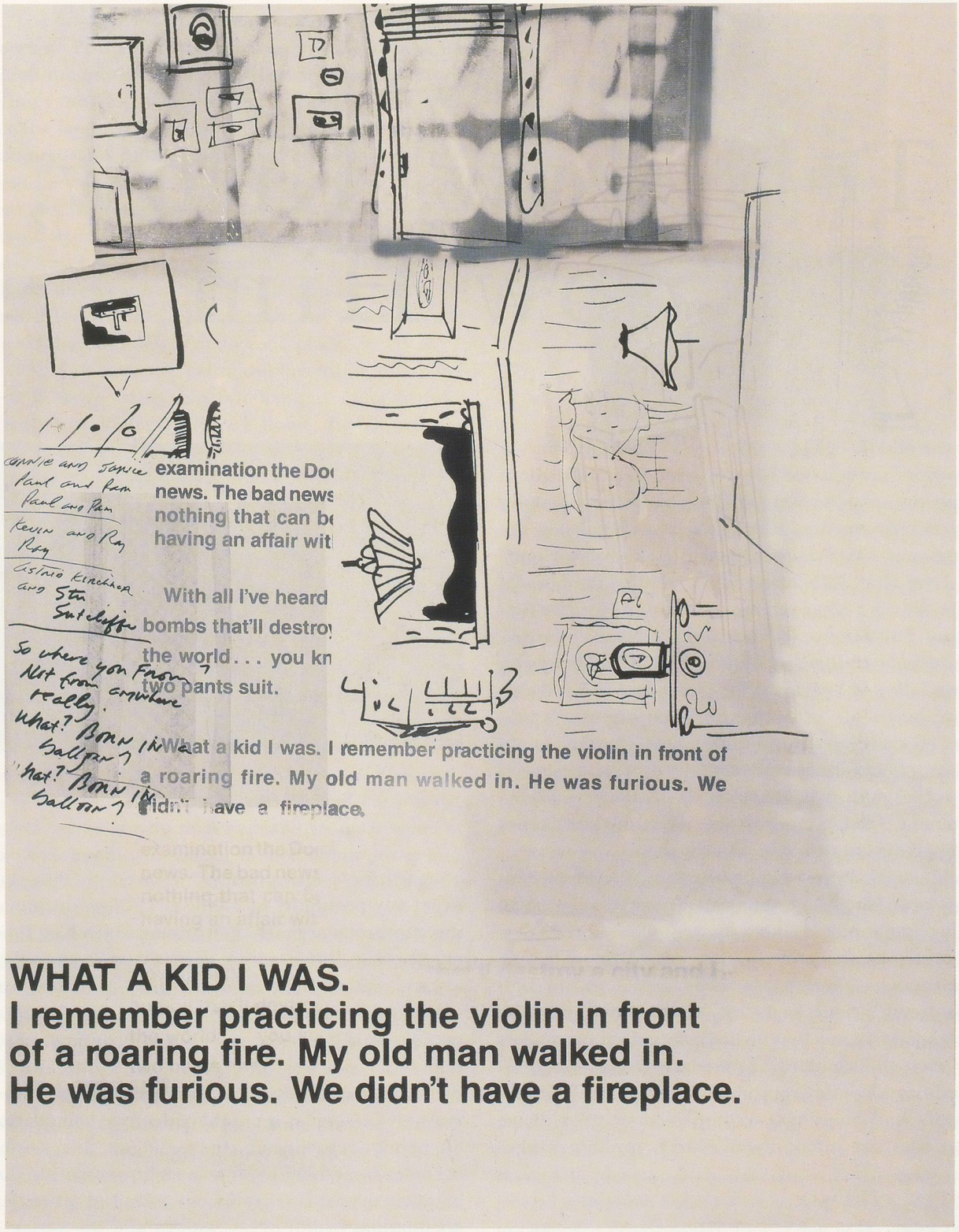
COVER OF "OUTLAW BIKER", SEPTEMBER 1992 / TITELBLATT DER ZEITSCHRIFT «OUTLAW BIKER», SEPTEMBER 1992.

Anhieb oder gar nicht; aber einen Witz schätzen lernen, den man nicht versteht, das ist eine Frage des wahren Liebhabertums.

NACHTRAG: Im Jahre 1983 schrieb Prince ein Buch, eine Art Roman, mit dem Titel *Why I Go to the Movies Alone* (Warum ich alleine ins Kino gehe), das die Lebenserfahrungen von Menschen aufzeichnete, denen das Bild ihres Lebens wichtiger schien als das eigentliche Erleben. Es war in verschiedene Abschnitte, gemäss seinen Photographien aus dieser Zeit, unterteilt – *Cowboys, Sunsets* – und führte seine Helden nicht als Teilnehmer in einer sorgfältig verwobenen Handlung vor, sondern als Sammlerobjekte. Heute, rund neun Jahre später, ist das Buch so gut wie vergriffen und existiert nur noch als Teil der Richard-Prince-Bibliographie, ein Titel auf einer Liste, ein seltenes Objekt, das wenige gesehen haben. Wie vieles in der Welt von Prince existiert es jetzt «in einem Raum, der die Gelegenheit hatte, wirklich zu erscheinen, aber ein Ort ist, der niemals die Gelegenheit hatte, wirklich zu sein».[4)]

(Übersetzung: Nansen)

1) Richard Prince, *Spiritual America* (Ausstellungskatalog), Valencia, IVAM, 1989.
2) Richard Prince und Jeffrey Rian, «Social Science Fiction: An Interview with Richard Prince», in: *Art in America,* Nr. 75, März 1987.
3) Richard Prince, «Bringing it All Back Home», in: *Art in America,* Nr. 76, September 1989.
4) Richard Prince, «The Perfect Tense», *Why I Go to the Movies Alone,* Tanam Press, New York 1983.



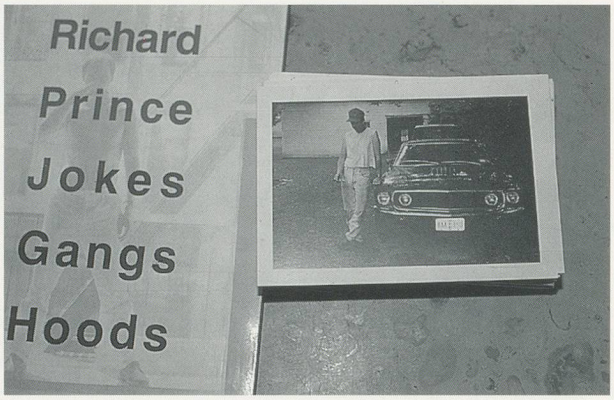
RICHARD PRINCE, UNTITLED, 1990, acrylic and silkscreen and spray-paint on canvas, 96 x 75" /
OHNE TITEL, 1990, Acryl, Siebdruck und Sprühfarbe auf Leinwand, 243,8 x 190,5 cm.

Was für ein Kind ich war. Ich erinnere mich, wie ich vor einem lodernden Feuer Geige übte.
Mein Alter kam herein. Er war sauer. Wir hatten keinen Kamin.

SUSAN TALLMAN

To Know, Know, Know Him

In the middle of Richard Prince's catalogue *Spiritual America*[1] sandwiched between an observation about time and space and an ineffectual joke, floating atop a gray reproduction of Prince's art on a wall, sits the statement, "At seventeen, he wrote, 'To Know Him Is to Love Him.'" To a certain segment of the population, this is a clear reference to the precocious first hit of Phil Spector, songwriter/producer extraordinaire and definitive rock-and-roll nut-job. Those who have followed Spector's career in any detail will also have heard the story that he lifted the song's title and chorus from the inscription on his father's tombstone, effectively transforming the dross of filial grief into the gold of bubble-gum. It is a perfect Prince moment, a debonair display of psychological bruises wrapped up in adorable pop culture.



(PHOTO: RICHARD PRINCE)

Like most Prince catalogues, *Spiritual America* consists of a Madison Avenue medley of photographs, reproductions, jokes, shotgun sentences, and stories. The various elements are not unified by subject or appearance—there are cowboys and Kool-aid jars, motorcycles and make-up cases. Nor are they arranged in a way that invites comparison or analysis or even the standard postmodern critique of commodification—tidy reproductions of Prince's photographs and paintings, accompanied by titles, dates and sizes, are intercut with blurry "rephotographs" of magazine pages printed full-bleed so that they expel any possibility of context. The layout mimics the rupturous organization of magazines like *Vogue* or *Car and Driver*, where everything is meant to attract, and nothing is meant to be pursued, and where the disconnection from page to page is radical because it is governed by rules of economy rather than by rules of narrative. At the same time, and for the same reasons, *Spiritual America* ceases to be what most art catalogues are—an inadequate compilation of poorly reproduced, independent things—and becomes something in its own right; something that parallels the art it reproduces—a kind of art-critical docudrama.

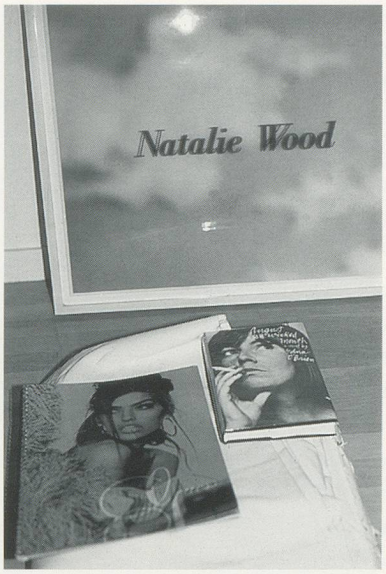
SUSAN TALLMAN is an artist and writer who lives in Amsterdam.

The book opens with a reprint of an old interview between Prince and British writer J.G. Ballard, in which the adolescent Prince describes the effects of being rendered homeless and nationless by a mercenary father. J.G. Ballard's own inadvertent abandonment and subsequent brutal childhood in Japanese concentration camps were, of course, turned into family entertainment by no less a personage than Stephen Spielberg in the movie *Empire of the Sun*. Another perfect Prince moment, another displaced double-cross between pain and a pretty picture, this one with a hidden twist: one is never really sure if the interview actually took place.

The spot between reality and invention, where fiction is more believable but truth is more artfully directed, is Richard Prince's home. In his writings and his art he has staked out a situation in which "it's hard to locate what's figurative and what's literal, what's fictive and what's nonfictive."[2] When he began photographing magazine advertisements, he picked images that appeared to have erupted without an author and which had about them a kind of presumptuous reality, a sense that if the viewer didn't enter fully into their invented world it was due to failings on the viewer's part. Prince's subtle intervention, moving them from magazine page to photograph, knocked them a bit wobbly. It's an affect of bluster atop deep insecurity that he has managed to maintain. His jokes are archetypes of standard, pathetic, male swagger; the refurbished custom car hoods, while totally impenetrable to most women, speak eloquently to American men about power and desire and the need to convince people you've got a really big engine.

In his books—*Spiritual America* (1989), *Inside World* (1989), *Jokes, Gangs, Hoods* (1990)—Prince essentially displaces his art one step further. Everything is reduced to the status of a reproduction and is made part of a collection. But a reproduction also insures the legitimacy of the thing it reproduces, it guarantees that it is a real thing in the real world. Prince is fond of photographing his art haphazardly stacked around the studio or hanging behind a gallery desk. It's like an advertisement for the reality of his imagery.

Gary Indiana has made the point that Prince's magazine ads don't cause you to reflect on what the original photographer intended, but rather on what the original target audience was. Advertising and jokes speak to very specific groups, and Prince jumbles the demographics—a page of biker girlfriends next to a page of European cigarettes, gold watches, and pen sets; jokes for *Playboy* mixed up with those suitable for *Parade*. Instead of a portrait—of audience or an artist—you get a collection governed by rules both sophisticated and quixotic. Instead of responding to the seduction of the adverts or the humor of the jokes, you end up searching for the mechanism—or rather vacillating between observation of the mechanism and the experience of its effect.



(PHOTO: RICHARD PRINCE)

In addition to his activities as an artist and writer, Richard Prince is a serious and eclectic book collector: he buys books of jokes, photography books, biographies, cartoon albums, and fiction, from *Lolita* to *Mandingo*. In a piece he wrote several years ago[3] Prince acknowledged the escapist pleasure of reading books ("I like having lives I can go in and out of when I'm alone") but his real subject was the intractable fascination, not of reading, but of owning:

I want the best copy. The only copy. The most expensive copy. I want James Joyce's *Chamber Music*. I want the 1907 version, the "variant," the first variant, the one with the lighter green binding, the taller trim size, laid endpapers as opposed to wove.... I want mine to be one of the advance review copies, one of 509 copies, with the

publisher's ALS to a certain British man of letters tipped to the front pastedown. I want the tipped-in letter to be dated May 3, 1907. I want this date because I know that the British Museum's copy (destroyed during World War II) was received on May 8, and the Bodleian Library copy was received on May 11. I want the earliest copy on record. I want the copy that is rarer than anyone had previously dreamed of. I want the copy that dreams.

As always, Prince is flirting with the distinction between the real and the feigned. Reading books provides a variety of ersatz experiences to be picked up and dropped, like mail-order shopping without a credit card, but owning books is a real, factual, first-hand experience—an experience that becomes more real the more distinctive the book is.

Ownership, furthermore, allows Prince to arrange and display, to highlight and reframe, to direct focus without altering the nature of the object as acquired (you can't see him, for instance, rebinding his cartoon albums in blue morocco, as some collectors might).

A collection—almost any collection, but the effect is especially noticeable with Richard Prince—is a kind of self-portrait, executed by consumption. Brian Wallis has made an effective case for Prince's early work as a kind of self-portrait at the masquerade ball of masculinity. But Prince's selections continue to have a kind of unexpected subtlety and even elegance. If the ultimate consumer object is a fully self-advertising object, which requires nothing further to explain itself or incite desire, then the ultimate collector's object is just the opposite—a thing, like Joyce's *Chamber Music,* whose importance and appeal is virtually imperceptible to non-connoisseurs. In Prince's description, it is the invisible or nearly invisible things about the book that count: who owned it, who read it, when it was read, how the endpapers of other copies were made. These things have nothing to do with the content of the text or even with the nature of the object per se. They have entirely to do with the relationship between that object and the world. They are both real and unreal; distinctions that depend upon the knowledge you have and your faith in the reality of that knowledge.

In Prince's line about the song "To Know Him Is to Love Him" there is no hint of psychological or historical significance, unless you happen to know the song. There is nothing in the interview with J.G. Ballard to indicate that it's fictional, or who Ballard might be, or what his childhood was like. There are dozens upon dozens of neatly typeset sentences that are equally inscrutable, and equally full of promise. Like the caption-free, marginless pictures around them, they all sound like they come from somewhere, and they all sound like they mean something to somebody.

Jokes, of course, depend on this same tension between visible and invisible information. For the punch line to work, its exact content must be hidden until spoken, and its effect relies on the establishment of certain expectations. You can explain a joke, but you can't make it funny to the person who meets it with the wrong frame of reference. You either get a joke or you don't, but learning to appreciate a joke you don't get, now that's an act of connoisseurship.

POSTSCRIPT: In 1983 Prince wrote a book, a novel of sorts called *Why I Go to the Movies Alone,* which charted the experience of people for whom the picture of life had come to seem more vital than the experience of life itself. It was broken into sections titled after his photographs of the time—*Cowboys, Sunsets*—and presented its characters not as pawns in some neatly braided plot, but as items in a collection. Now, some nine years later, the book has all but disappeared from circulation and lives on mainly as an entry in Prince's bibliography, a title in a list, a reputed and rare object that few have seen. Like everything else in Prince's world, it now inhabits "a space that had the chance of looking real, but a place that didn't have any specific chance of being real."[4)]

1) Richard Prince, *Spiritual America* (exhibition catalogue), Valencia: IVAM, 1989.
2) Richard Prince and Jeffrey Rian, "Social Science Fiction: An Interview with Richard Prince." *Art in America,* no. 75, March 1987.
3) Richard Prince, "Bringing it All Back Home." *Art in America,* no. 76, September 1988.
4) Richard Prince, "The Perfect Tense," *Why I Go to the Movies Alone,* Tanam Press, New York, 1983.

(PHOTO: RICHARD PRINCE)