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

Herausgeber: Parkett

Band: - (1989)

Heft: 20: Collaboration Tim Rollins + K.O.S.

Artikel: Balkon : Getting it exactly wrong = genau verkehrt

Autor: Hickey, Dave / Nansen

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-680351

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: 23.01.2026

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

be the place to discuss why in Germany and in Switzerland the art historians in the universities hardly ever have anything to say about contemporary art, whereas in the United States, for example, the most important commentaries have stemmed from people who teach in universities: critics like Benjamin Buchloh, Rosalind Krauss or Craig Owens, for instance.

There is no reason why the campus should be the only place where art criticism is produced: museums, too, would be an appropriate setting as a high proportion of the texts that get written about contemporary art is produced there. Nor should commercial gallery catalogues be entirely discounted. Over the past few years, catalogue essays have turned into pieces of advertising copy, designed purely and simply to give some sort of metaphysical backup to the reproductions; however the potential of such publications is far too important to be left to the copywriters. It would be short-sighted, and dialectically unsound, to neglect the commercial art market as a possible context for criticism: just as good art is on offer there, so criticism worthy of the name can use the production and distribution apparatus of the market. The exhibition catalogue is one of the few forums that exist for detailed exposition and discussion. And how many platforms does the critic have? In the German-speaking world, art magazines have become a rarity; and which of them would be in a position to publish an essay of five to eight thousand words? This is by no means a utopian idea. In the 1960s, ARTFORUM *gave over one whole issue to a single essay by the critic Michael Fried. Along with the writing the problem of presentation has to be discussed in reference to the existing forms of publication.*

Whatever the medium in which criticism is published, it can possess authority and make itself heard within a specific cultural context only if it can range from the personal to the paradigmatic, from metaphorical to theoretical language, and from description to analysis.

(Translation: David Britt)

BALKON

DAVE HICKEY

GETTING IT EXACTLY WRONG:

Andy's Kindergarten for Connoisseurs

If all the beach was made of diamonds, sand would be the stone of value LOUIS REED

DAVE HICKEY is a freelance writer who lives in an apartment on the lower left hand corner of the United States.

You really had to be there, but I'll try to explain it anyway. You see, once upon a time, in the early sixties, every second gallery wall in New York seemed to be dripping with the viscous effluvia of Abstract Expressionism in its last mannerist swoon, and the irreverent street slang for all this splash and dribble was "soup." So, when you brought your pals in off the street to see Andy's pictures, there was this little ritual. Someone would always take the role of innocent. He would gaze about him as if lost, in mock confusion, and exclaim, "Where's the soup?" And everyone else would respond in unison: "In the cans!" And everyone would laugh. It was a nice subversive joke, and a biodegradable one. It only lasted long enough to subvert the object of its scorn, then fell away, leaving Andy's picture pleasantly meaningless.

Andy called this technique "getting it exactly wrong," and he would later describe the process as taking the "inside" and putting it "outside," and taking the "outside" and putting it "inside." In the case of the soup cans, he took the commodity "trademark" (usually kept tastefully covert in gallery situations) and put it on the outside of the package. Then he took the "soup" everyone seemed to be peddling that year and tidily tinned it up. So, when Barbara Rose proclaimed her annoyance at having to see in a gallery what she was forced to look at in the supermarket, she was rather wilfully missing Warhol's point. He was encouraging us to acknowledge the fact that an art gallery was, after all, if not a supermarket, at least a meta-market where, through the sublimation of appetite, we concern ourselves with commodities in "good taste" rather than commodities that "taste good" (see the "Charlie the Tuna" campaign for Starkist).

In fact, Warhol's soup can paintings, taken together, amount to a kind of kindergarten course in marketing and connoisseurship, and it was nowhere better taught than in his Ferus Gallery exhibition of thirty-two paintings of individual Campbell's soup cans. Each can was labeled with a different flavor of soup, so that, having been reassured by the brand name on the label, one was left to select his particular favorite according to "taste." Just like with "real" art: you chose the brand for value and the flavor to taste – a home truth, it must be noted, which was regarded as mildly degrading by the school of thinkers who conceived the soup-ravaged canvas as a pain-racked battleground for existential heroics.

Of course, if the soup cans had been the only examples in Warhol's early work that appeared to be this subversive and didactic, these concerns could be dismissed as fugitive and incidental, but there is enough of it, I think, dead on the same target to suggest a more articulate agenda in place than is generally supposed. In fact, I think it's possible to read the major portion of Warhol's early work as a straightforward propaganda campaign aimed not at discrediting Abstract Expressionism (which Warhol rather liked the look of), but at detoxifying it by blowing away the over-heated and sociopathic rhetoric of connoisseurship that by this time buzzed about it like a swarm of flies around a wounded lion. To an amazing extent, I think, this campaign succeeded, and the ultimate result of its success was to make the art world momentarily safe for democracy; its secondary consequence, of course, was that the didactic meaning of Warhol's early work, once its task was accomplished, simply drained away – as he no doubt intended it to. But the primary intention of this revolutionary endeavor was, I think, nothing more grandiose than to make the art world safe for Andy, who wanted to be a "fine artist" and was bright enough to see that, as long as the extant language of value remained in place, a successful, witty, effeminate, homosexual commercial artist didn't have a snowball's chance in hell of becoming one.

Look at it this way. Warhol, on the brink of his fine art career, was a task-oriented professional. His job as a commercial artist was turning words into images in order to felicitiously manipulate the aura of value around particular commodities. In the ad-parlance of the time, one didn't sell the steak, one "sold the sizzle," and it was Andy's task to provide it. So it's not hard to see how he might look at the products of the "high art" market and think, "I do not mind the steak; I hate the sizzle," then set out to extinguish it with a mighty puff of his super-breath, attacking not the paintings but the aura of self-involved, mysto-mytho-macho catch-phrases and slogans which invested them with value. He made images from these slogans and catch-phrases (this ad-copy for art) and made them exactly wrong and exactly wrong, it should be noted, in approximately the same way. All of these images, in one way or another, "civilize" the language's appeal to primitive authority and subvert its attribution of "personal" and psychological qualities to technique.

In his "Do It Yourself" paintings, for instance, he presents us with a series of semi-completed paint-by-number canvases which hilariously misconstrue the cult of "unfinishedness" which at that time equated lack of *fini* with "self-expression" and treated incompletion as an existential metaphor for the artistic personality in the process of "becoming." He went on to misconstrue the inflated diction about mythological, archetypal womanhood which had accrued around de Kooning's paintings of women, by offering up blunt, stylized images of Elizabeth Taylor, Marilyn Monroe and the Mona Lisa. ("Like that?" he seems to say, in mock innocence, "Are these girls archetypal enough?") Then he proceeds to execute these images again and again in different colors in a perfect travesty of the Abstract Expressionist penchant for obsessively reiterating the same pictorial idea in different chromatic circumstances. The colors here operate rather like the flavors of Campbell's soup. In the process, of course, Warhol was suavely distinguishing the dominion of content and quality (image and color) which

ANDY WARHOL, SUPERMAN, 1960,
SYNTHETIC POLYMER PAINT AND CRAYON ON CANVAS/
ACRYL UND WACHSKREIDE AUF LEINWAND, *67 x 52 "/ 170 x 133 cm.*

were organically confronted in Abstract Expressionist pictures.

Into a context aglow with Rothko and Newman's quasi-religious musings about the possibilities for intrasubjective communication and redemption in the artist's struggle, he inserts his own "exactly wrong" images of covert communication (Air Mail stamps) and redemption (S & H Green Stamps): and into the colloquy of learned discourse concerning Jackson Pollock's shamanistic, ritual dance around his canvases, Andy plops these dumb "Dance Diagrams," more suited to the tootsies of Vernon Castle and Ramon Novarro than to those of the noble savage, making in the process the shrewd semiotic point that "paintings" made on the floor and hung on the wall are as much "pictures" as his diagrams (which were themselves originally shown on the floor). Then, having domesticated Pollock's neo-primitivist dance into cocktail Terpsichore, he pastoralizes his "apocalyptic wallpaper" into a field of cows.

What Warhol seems to be trying to do with these subversive images is, I think, not too different from what he attempted to do by serial repetition. He seems to want to accelerate the process by which real time gradually wears the encrustation of language away from works of art, leaving them beautiful and mute for a moment or two before that beauty attracts a new encrustation of language. The pop-logic involved here would seem to run something like this: If the language informing a set of beautiful images is exactly wrong, then a set of images deriving from that language in exactly the wrong way might well be as exactly right as the original set of images and, in effect, discredit the language they so exactly misconstrue.

This kind of thinking, however wistfully arcane it might sound, was very much part of the temper of the times. I can remember sitting around with Peter Plagens in the late '60s trying to draw an Anthony Caro by covering up the photograph and following the elaborate verbal description of it in a ARTFORUM essay ("I don't know, Pete. It says the pole thrusts across the vertical planes defined by the angled steel plates. Ours seems to be, you know, just lying there."). I note this here to give you an idea of just how important this didactic aspect of Warhol's work was to those of us a generation younger, who were being force-feed this inflated rhetoric in class even as Warhol was elegantly deflating it.

However lost such associations might seem now, in 1964 it was all but impossible to walk into Stable Gallery and confront Andy's BRILLO BOXES without calling to mind Balcomb Greene's much quoted dismissal of didactic and socially conscious art as instances of "the soap box speaking instead of the man." Because there they were, the soap boxes, speaking, instead of the man, about a secular and egalitarian vision of art – and speaking as well, in context with SATURDAY DISASTER (which was hanging on the opposite wall) about the "connoisseurship of pain," about who felt it and who had the right to feel it and who enjoyed someone else feeling it.

Again, you have to remember that at this time anguish, alienation, and penultimate psychosis functioned as the unspoken hallmarks of quality in art. It was generally assumed that artists felt these things and felt them more intensely that us mere mortals and, since "great art" arose out of great suffering, to select a really good painting one need only decide which embodied the most artistic anguish – the connoisseurship of pain. Needless to say, Warhol's "Disaster" paintings shone a beam of cold sanity and human concern through this murk. As a friend of mine said, "I thought those paintings were fucking

great! Up until then you'da thought Jackson Pollock was the only drunk who ever run off the road;" which seems a pretty accurate summation of the issues involved.

I remember walking through Warhol's 1972 retrospective with John Baldessari. We had just come through the rooms filled with the car disasters and were standing in a room filled with the large electric chair paintings when Baldessari observed that we probably do Warhol a disservice by questioning the sincerity of his concern for the victims of our society. "Just judging by the visual evidence," he said, "He could be another Ben Shaun. A better image-maker, of course, and with day-glo, but not really that cool. I think it's us, you know, who are cool."

I agreed with John at the time and still do, but with this qualification. I think the real analogy with Warhol's statement is less Ben Shaun's than Thomas De Quincey's. De Quincey, in his essay ON MURDER CONSIDERED AS ONE OF THE FINE ARTS (1827) takes on the persona of a connoisseur of murder and discusses its various aesthetic dimensions: from the effeminate Italian fashion of poisoning as opposed to the sturdy, masculine, English knife across the throat, to the relative "seriousness" of the murder vis-à-vis the social class of the victim, to the similar problems encountered by murderers and artists with getting their subjects to sit still. De Quincey's essay remains one of the most profound critiques of connoisseurship extant, and Warhol's early work, I believe, is easily in that league. Certainly, the "Disaster" paintings raise the same issues, and just as certainly, in the context of the late and unlamented fashion for equating pain with theater and theater with value, Warhol's blunt images of anonymous suicides, accident victims and instruments of brutality seem to say: "You want your pain, lady? I got your pain right here, in different colors!"

In fact, as Baldessari and I walked out of the room of electric chair paintings, leaving behind us a couple of east side matrons who had been perusing the work in silence, we heard one of them say to the other,

"I think I like the blue one."

DAVE HICKEY

GENAU VERKEHRT:

Andys Kindergarten für Kenner

Wäre der ganze Strand aus Diamanten, so wäre der Sand der Edelstein. LOUIS REED

Man muss schon dabeigewesen sein, aber ich werde trotzdem versuchen, es zu erklären. Damals, zu Beginn der 60er Jahre, schien von jeder zweiten New Yorker Galeriewand der zähe Ausfluss des Abstrakten Expressionismus in seinen letzten manieristischen Windungen zu triefen; und der respektlose Strassenjargon bezeichnete all das Geklecker und Gekleckse als «Suppe». Wenn man dann seine lieben Mitmenschen hineinschleppte, um Andys Bilder anzusehen, gab es ein kleines Ritual. Dabei spielte einer den Unbedarften, der sich ganz verloren und in gespielter Verwirrung umsah und ausrief: «Wo ist denn die Suppe?» Worauf die anderen im Chor antworteten: «In den Dosen!», und alle lachten. Das war ein netter subversiver Spass und ein biologisch abbaubarer dazu. Denn es dauerte gerade lang genug, den Gegenstand seines Spotts zu untergraben und verflüchtigte sich dann, während Andys Bilder in schöner Bedeutungslosigkeit zurückblieben.

Andy bezeichnete diese Technik als «genau verkehrt machen» und beschrieb den Vorgang später so: man nimmt die «Innenseite» und kehrt sie nach «aussen»; man nimmt die «Aussenseite» und kehrt sie nach «innen». Im Falle der Suppendosen nahm er das «Warenzeichen» (die man in der Galerie-Situation normalerweise dezent verdeckt) und setzte es auf die Aussenseite der Packung. Dann nahm er die «Suppe», die in diesem Jahr alle Welt an den Mann zu bringen versuchte, und steckte sie in Konserven-Dosen. Als dann Barbara Rose ihrem Ärger darüber Luft machte, in einer Galerie zu betrachten, was sie schon im Supermarkt ansehen muss, ging sie ziemlich bewusst an Warhols Absicht vorbei; versuchte er doch, uns die Tatsache nahezubringen, dass eine Kunstgalerie, wenn nicht gerade ein Supermarkt, so aber immerhin ein Meta-Markt ist, wo wir – in Sublimierung des Appetits – uns mit Waren des «guten Geschmacks» beschäftigen und nicht

DAVE HICKEY ist freischaffender Kritiker in Los Angeles, wo er «im untersten linken Rand» der USA ein Apartment bewohnt.

mit solchen, die «gut schmecken». (Siehe die «Charlie the Tuna»-Kampagne für Starkist.)

Zusammengenommen sind Warhols Suppendosen-Bilder in der Tat eine Art Kindergarten-Unterricht in Marketing und Kennerschaft, der nirgends anschaulicher war als in der Ausstellung der Ferus Gallery mit zweiunddreissig Bildern einzelner Campbell-Suppendosen. Das Etikett jeder Dose wies eine andere Geschmacksrichtung aus, so dass man, bestärkt durch den Markennamen, seinen persönlichen «Geschmacks»-Favoriten aussuchen konnte. Genauso wie in der «richtigen» Kunst: für die Marke entschied man sich wegen des Werts, für die Geschmacksrichtung aus geschmacklichen Gründen – eine Binsenweisheit, die aber, sagen wir es ruhig, für leicht entwürdigend erachtet wurde von der Schule jener Denker, die die suppenverwüsteten Leinwände als ein schmerzreiches Schlachtfeld für existentielles Pathos auffassten.

Wenn die Suppendosen die einzigen Beispiele in Warhols Frühwerk wären, die so subversiv und didaktisch erscheinen, so könnte man derlei Belange natürlich für ebenso kurzlebig wie zufällig halten. Aber ich denke, es gibt genug solche Werke mit gleichem Ziel, so dass sich ein viel klareres Programm abzeichnet, als man das gemeinhin annimmt. Ich halte es durchaus für angebracht, den grössten Teil des Warholschen Werks als unverhohlene Propaganda-Kampagne zu betrachten, die jedoch nicht die Diskreditierung des Abstrakten Expressionismus zum Ziel hatte (dessen Anblick Warhol eher liebte), als vielmehr dessen Entgiftung, indem man jene überhitzt soziopathische Rhetorik der Kennerschaft austrieb, die den Abstrakten Expressionismus damals umschwärmte wie die Fliegen einen verwundeten Löwen. Ich glaube, diese Kampagne war erstaunlich erfolgreich, und als ihre grösste Leistung machte sie die Kunstwelt für eine kurze Zeit sicher für die Demokratie [«Make America Safe for Democracy» war ein konservativ politischer Slogan, A.d.Ü.]. In zweiter Linie war da natürlich die Konsequenz, dass der didaktische Gehalt des Warholschen Frühwerks (das leistete die Arbeit), nachdem es seinen Zweck einmal erfüllt hatte, schlicht austrocknete – was Warhol zweifellos gewollt hat. Doch die primäre Intention dieses revolutionären Vorgehens war wohl nichts Geringeres, als die Kunstwelt sicher für Andy zu gestalten, der ein «anerkannter Künstler» sein wollte und schlau genug war zu begreifen, dass, solange die herrschende Wert-Sprache galt, ein erfolgreicher, witziger, weicher, homosexueller Graphiker nicht den Hauch einer Chance hatte, ein solcher zu werden.

Betrachten Sie es mal so: Warhol, an der Schwelle zu einer Karriere in der bildenden Kunst, war ein sachbezogener Profi. Seine Aufgabe als Graphiker bestand darin, Worte in Bilder umzusetzen, um damit gezielt die Wert-Aura bestimmter Waren zu manipulieren. Im Werbe-Jargon dieser Zeit war es nicht das Steak, das man verkaufte, sondern «das Bruzzeln»; und Andys Aufgabe bestand darin, dies zu bewerkstelligen. So kann man sich leicht vorstellen, wie er die Marktprodukte der «hohen Kunst» betrachtet und denkt: «Das Steak ist o.k., aber ich hasse das Bruzzeln»; wie er sich dann daran macht, es mit einem mächtigen Stoss seines Super-Atems auszublasen, wobei er nicht die Bilder attackiert, sondern die Aura selbstvergessener Mysto-Mytho-Macho-Schlagworte und Slogans, die ihnen Wert verleihen – aus diesen Slogans und Schlagworten (dieser Werbetext für die Kunst) schliesslich Bilder macht, und zwar genau verkehrt – verkehrt, wohlgemerkt, auf fast die gleiche Art. Auf die eine oder andere Weise «zivilisieren» alle diese Bilder die Neigung der Sprache zur primitiven Autorität und reduzieren deren angeblich «persönliche» und psychologische Qualitäten auf Technik.

In seinen «Do It Yourself»-Bildern beispielsweise präsentiert er uns eine Reihe halbfertiger Leinwände, die nach Zahlen auszumalen sind, und missdeutet damit unbekümmert den Kult des «Unfertigen», des non finito, der damals die Unfähigkeit, etwas zu Ende zu führen, mit «Selbst-Ausdruck» gleichsetzte und Unvollständigkeit als existentielle Metapher für die künstlerische Persönlichkeit im Prozess des «Werdens» verstand. Sodann missdeutete er die aufgeblasene Diktion des mythologisch archetypischen Frau-Seins, die de Koonings Frauenbildnisse umrankte, indem er ihnen simpel stilisierte Darstellungen von Elizabeth Taylor, Marilyn Monroe und der Mona Lisa entgegensetzte. («So etwa?» scheint er in gespielter Unschuld zu fragen, «Sind diese Mädchen archetypisch genug?»)

In einen Kontext, erfüllt von Rothkos und Newmans quasireligiösen Betrachtungen zu intrasubjektiver Kommunikation und Erlösung im künstlerischen Kampf, führt er seine eigenen «genau verkehrten» Bilder von «bedeckter» Kommunikation (Luftpostmarken) und Wert-Einlösung (S&H Green Stamps) ein. In die Gestelztheit des angelernten Diskurses über Jackson Pollocks schamanenhaft rituellen Tanz um die Leinwand platzt Andy mit seinen blauäugigen «Dance Diagrams», die eher auf die Füsschen von Vernon Castle und Ramon Navarro passten als zu dem edlen Barbaren. Dabei schlug er dann gleich noch den semiotischen Haken, dass «Gemälde», die auf dem Boden hergestellt und dann an die Wand gehängt werden, nicht weniger «Bilder» sind als seine Diagramme (die ihrerseits ursprünglich auf dem Boden präsentiert wurden). Nachdem er schliesslich Pollocks neoprimitivistischen Tanz in einen Tanzmusen-Cocktail gebändigt hatte, pastoralisierte er dessen «apokalyptische Tapete» zu einer Kuhweide.

Mit diesen subversiven Bildern strebte Warhol meines Erachtens etwas ganz Ähnliches an wie mit der seriellen Wiederholung. Er schien jenen Prozess beschleunigen zu wollen, in dem die reale Zeit allmählich die sprachliche Verkrustung von den Kunstwerken abträgt und sie für eine Weile in stummer Schönheit hinterlässt, bevor diese eine neue sprachliche Verkrustung auf sich zieht. Die hierin liegende Pop-Logik würde ungefähr so lauten: Wenn die Sprache, die eine Gruppe schöner Bilder prägt, genau verkehrt ist, dann ist eine Gruppe von Bildern, die sich von dieser Sprache auf genau verkehrte Weise herleiten, vielleicht genauso richtig wie die ursprüngliche Gruppe von Bildern und diskreditiert schliesslich die Sprache, die sie so genau missdeutet.

Solches Denken, so geheimnisvoll verworren es auch klingen mag, gehörte durchaus zum Zeitgefühl. Ich erinnere mich beispielsweise daran, wie ich einmal mit einem Freund Ende der 60er Jahre versuchte, einen Anthony Caro zu zeichnen, indem wir das Photo abdeckten und der detaillierten Beschreibung in einem Artforum-Artikel folgten. («Ich weiss nicht, Pete. Da steht, die Stange schiesst über die vertikalen Ebenen, die sich aus dem winkligen Stahl ergeben. Bei uns scheint sie aber einfach nur dazuliegen.») Ich erwähne das hier, um einen Eindruck davon zu vermitteln, wie wichtig dieser didaktische Aspekt des Warholschen Werks für diejenigen von uns war, die genau eine Generation jünger waren und die diese aufgeblasene Rhetorik im Unterricht zu schlucken bekamen, obwohl Warhol ihr auf elegante Weise die Luft abliess.

Mögen derlei Assoziationen heute auch allzu verspielt erscheinen, 1964 war es jedenfalls absolut unmöglich, in die Stable Gallery zu gehen und vor Andys BRILLO BOXES *zu stehen, ohne an Balcomb Greenes vielzitierte Ablehnung didaktischer und sozialkritischer Kunst zu denken, wo für ihn die «Seifenkiste anstelle des Menschen» sprach. Denn da waren sie tatsächlich, die Seifenkisten, und sprachen, anstelle des Menschen, von einer weltlich egalitären Kunst; und sprachen, im Zusammenhang mit* SATURDAY DISASTER *(das an der gegenüberliegenden Wand hing), von der «Kennerschaft des Schmerzes» – darüber, wer ihn empfand und wer das Recht dazu hatte und wer den Schmerz eines andern genoss.*

Noch einmal sollten wir uns daran erinnern, dass damals Qual, Entfremdung und der Zustand kurz vor der Psychose als die unausgesprochenen Qualitätsgarantien der Kunst galten. Allgemein wurde angenommen, dass diese Künstler solche Sachen empfanden, und zwar intensiver als wir Normalsterblichen und so weiter; da «grosse Kunst» aus grossem Leid entstand, brauchte man nur zu suchen, welches Bild besonders viel künstlerische Qual verkörperte, um ein wirklich gutes herauszufinden. Warhols «Disaster»-Bilder warfen natürlich einen Strahl kühler Vernunft und Menschlichkeit in dieses Dunkel. Ein Freund von mir meinte: «Ich fand diese Bilder verdammt gut! Bis dahin musste man Jackson Pollock für den einzigen Betrunkenen halten, der von der Strasse abgekommen ist.» – was die Sache wohl ziemlich genau auf den Punkt brachte.

Ich erinnere mich noch, wie ich 1972 zusammen mit John Baldessari Warhols Retrospektive ansah. Wir kamen gerade aus dem Raum mit den Autounfällen und standen in einem Saal mit den Bildern von elektrischen Stühlen, als Baldessari meinte, wir erwiesen Warhol wahrscheinlich einen schlechten Dienst, wenn wir ihm die ernsthafte Beschäftigung mit den Opfern unserer Gesellschaft absprächen. «Wenn man einmal nur vom optisch Evidenten ausgeht», sagte er, «könnte er ein zweiter Ben Shawn sein. Ein besserer Bildermacher natürlich, und mit Leuchtfarbe, aber in Wirklichkeit nicht so cool. Ich glaube, cool sind eigentlich nur wir.»

Ich stimmte John damals – und auch heute noch – zu, allerdings mit folgender Einschränkung: Ich glaube, die wirkliche Entsprechung zu Warhols Position liegt weniger bei Ben Shawn als vielmehr bei Thomas De Quincey. In seinem Aufsatz ON MURDER CONSIDERED AS ONE OF THE FINE ARTS *(1827) schlüpft De Quincey in die Rolle des Mord-Spezialisten und diskutiert die verschiedenen ästhetischen Dimensionen des Mordes – von der Dekadenz der italienischen Vergiftungs-Mode im Gegensatz zur derb-maskulinen englischen Variante vom Messer im Hals, von der relativen «Ernsthaftigkeit» des Mordes hinsichtlich der sozialen Klassenzugehörigkeit des Opfers bis hin zum Verweis auf die ähnliche Problematik bei Mördern und Künstlern, das Objekt zum Stillsitzen zu bekommen. De Quinceys Aufsatz ist und bleibt eine der profundesten Kritiken der Kennerschaft, die es bisher gibt, und Warhols Frühwerk scheint mir fraglos in dieselbe Kategorie zu gehören. In den «Disaster»-Bildern geht es zweifellos um das gleiche Thema. So scheinen im Kontext der damaligen Unart, Schmerz mit Theater und Theater mit Qualität gleichzusetzen, Warhols taktlos unverblümte Bilder von anonymen Selbstmördern, Unfallopfern und Instrumenten der Brutalität zu sagen: «Sie wollen Schmerz, Madame? Da haben Sie Ihren Schmerz, in verschiedenen Farben!»*

Und tatsächlich: Als Baldessari und ich aus dem Raum mit den Bildern von elektrischen Stühlen gingen und zwei Damen von der Eastside drinnen noch in stille Betrachtung versunken waren, hörten wir die eine plötzlich sagen:
«Ich glaube, mir gefällt das blaue.»

(Übersetzung: Nansen)