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 : bad jokes = schlechte Witze

Autor: White, Edmund / Moses, Magda / Opstelten, Bram

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-681206

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: 07.01.2026

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

EDMUND WHITE

Bad Jokes

The Europeans hate us because we've retired to live inside our advertisements, like hermits going into caves to contemplate. We sleep in symbolic bedrooms, eat symbolic meals, are symbolically entertained—and that terrifies them, that fills them with fury and loathing because they can never understand it. They keep yelling out: "These people are zombies!" They've got to make themselves believe that, because the alternative is to break down and admit that Americans are able to live like this because, actually, they're a far far more advanced culture—five hundred, maybe a thousand years ahead of Europe, or anyone else on earth, for that matter. Essentially we're creatures of spirit. Our life is all in the mind.

– from *A Single Man* by Christopher Isherwood (1964)

Richard Prince's jokes are empty shells, long since abandoned by the wit that once inhabited them. Jokes about psychiatrists and adultery, two of his favorite genres, flourished in the '50s, the period when the standards of normality were never more sacred and rigid and the status of the couple never more "natural." Although Prince's jokes may be more recent, they are simply degenerate forms of this once hardy breed.

As Roland Barthes argues in *Mythologies*—a book of the '60s—the function of popular art that appears to ridicule middle-class institutions is really to reinforce them. If members of a royal family are shown shopping in Antigua or sailing on the Mediterranean, the unspoken strategy underlying such magazine features is to demonstrate that even though the king and queen appear to be normal folks, in fact their sacred character remains intact even when—especially when—they are performing secular acts.

New Yorker jokes used a similarly paradoxical strategy to recuperate the very values they seemed to be mocking. The inevitability of marriage is assumed in jokes about adultery; in a genuinely permissive society such jokes misfire. Individualism and antisocial fantasizing, when expressed on the psychiatric couch, are neutralized and subsumed under the implicit and unquestioned rule of conformity. The psychiatric hour is the only time when rebellious sentiments can be aired and they are, in any event, treated as problems requiring medical attention. (Prince's most repeated joke of this type seems to be a wink toward his own appropriations: "I went to a psychiatrist. He said: 'Tell me everything.' I did, and now he's doing my act.")

But these cartoons, which once appeared to be rueful comments on conventional life, are now completely extinct and pathetically unfunny (the psychiatrist joke is a bad Henny Youngman Borscht-belt one-liner). Why has Prince decided to display these dead stars in the firmament of his art? He has sometimes been discussed as a latter-day Warhol, elevating popular culture, especially magazine culture, to the status of high art. But there are important distinctions between them, as Corinne Diserens and Vincente Todoli have pointed out in their introduction to Prince's *Spiritual America*, "...Unlike the Pop artists, Prince does not choose spectacular images of

EDMUND WHITE is the author of several novels and has recently completed a biography of Jean Genet. He lives in Paris.

ARTIST'S STUDIO (PHOTO: RICHARD PRINCE)

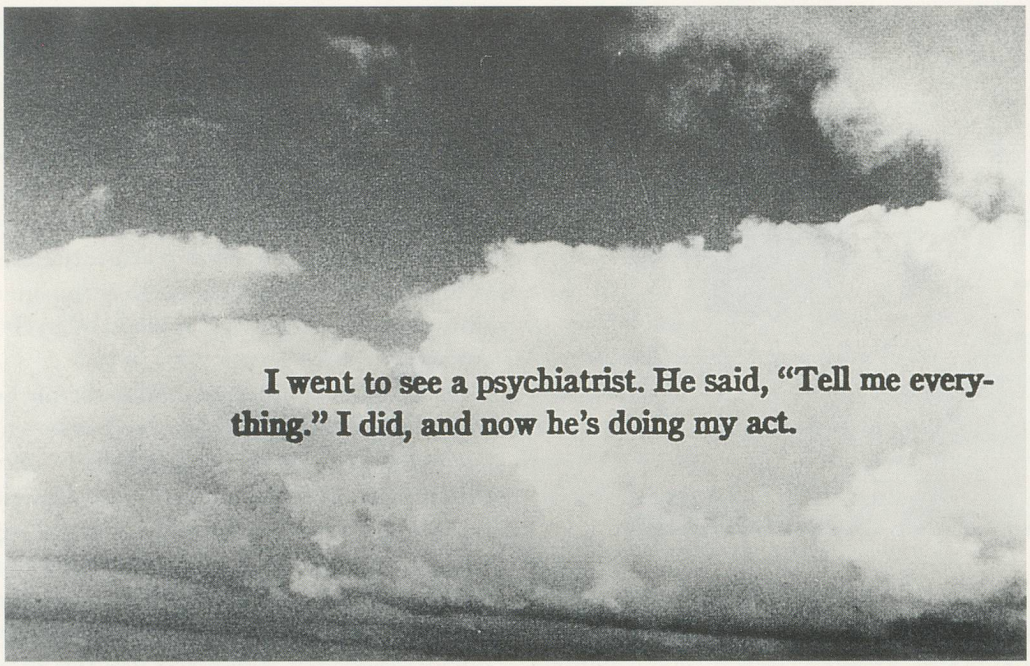
famous characters; in an important way, he is a documentarian of the strangely ordinary."

Warhol worked with commercial images (the soup-can label, the dollar bill) that were never meant to be seen as expressions of an individual sensibility; Prince's cartoons, by contrast, were conceived as witty, sophisticated comments on society by artists whose signatures were well-known to readers of the *New Yorker* (which makes Prince's emulations all the more shocking). Warhol appropriated images that were still potent (pictures of Mao or Marilyn), whereas Prince deliberately chooses material that has long since cooled off. Warhol made multiples out of images that already existed only in forms of mass reproduction and that were perceived as multiple by their very nature (photos of stars for fans, labels, money). Prince, by contrast, makes a unique work out of a cartoon that itself exists in two distinct states, as an original drawing that can be displayed and sold in a gallery, and as a "reproduction" in a magazine. Warhol's images seldom use words beyond names, whereas Prince works with both words and texts. Warhol's manipulations are "superficial" in the sense that he applies various colors or silkscreen printing techniques to an image that remains unvarying and that is true to the original. Prince, by contrast, manipulates the fundamental image by assigning written dialogue from one cartoon to another. For example, a wife surprises her husband with another woman but the words read: "A husband came home and found his wife in bed with his best friend. 'Hey! What do you think you're doing?' said the husband. 'See?' she said to the man beside her. 'I told you he was stupid.'" Irregularities in the punctuation are further distortions that degrade the text from within. In subsequent variations all three actors in the cartoon are women (image manipulation) or the written gag is totally irrelevant (text manipulation).

If Warhol's art makes its point simply by bringing into conflict the banal sphere of mass culture with the elevated world of fine art, Prince "deconstructs" his far more complex but less lively originals through combinatorial variations—that is, the image remains constant but the caption is rotated; or, one or more images are superimposed on the original, and the text is irrelevant to all or all but one; above the image is a handwritten slogan and below is a printed one, neither relevant; the image is fragmented into details, each framed separately, and the text is eliminated; the text is printed on a canvas without an image; the text is fragmented and the characters liberated from their original cartoon and superimposed in a weightless space; all images are eliminated and the jokes are printed one after another, and so on. Sometimes, the image is derived from a sophisticated *New Yorker* cartoon and the text is a gag from a prole rag or something on the level of the *Reader's Digest.*

In *Menthol Pictures,* Prince writes, somewhat elliptically, referring to an old movie plot he has just retold: "The material formally appropriated was available to anyone who cared to use it. The fact that the material had probably been observed or unconsciously collected by persons other than myself defined its desire and threat. It was this 'prior availability' that verified this fictional transformation and helped cool down the reference to an observable reality." In other words, images or texts that have already been experienced by a generation of consumers are sufficiently exhausted and removed from

RICHARD PRINCE, TELL ME EVERYTHING / SAG MIR ALLES (Detail), 1986, Ektacolor print, 18 x 33⅞" / 47 x 86 cm.

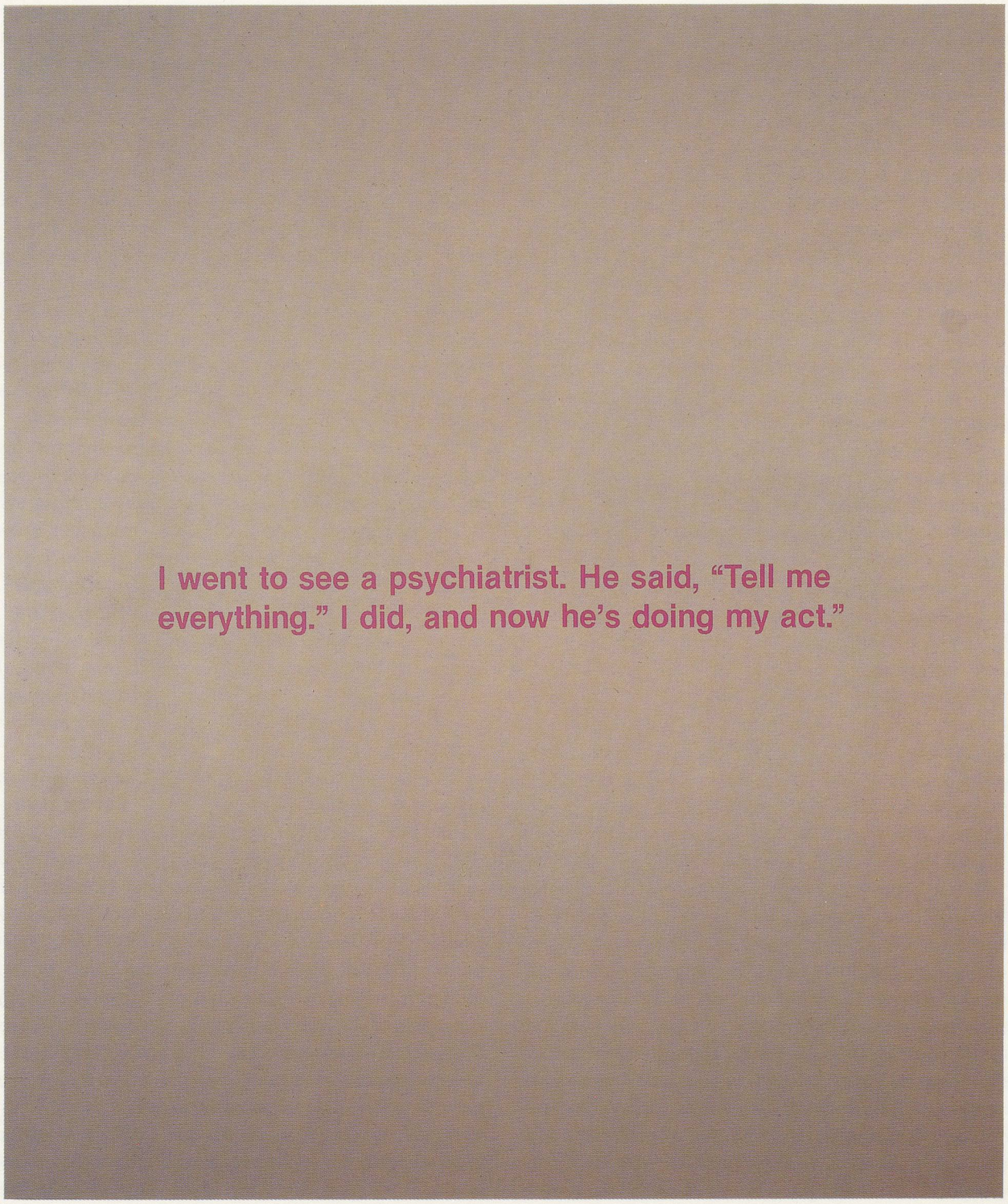


Ich ging zum Psychiater. Er sagte, «Erzähl mir alles.» Ich tat es, und nun macht er mich nach.

the original observed reality to make them suitable for appropriation.

Undeniably Prince's jokes have "cooled down" precisely because they are dated. With a distance in time each cartoon seems less an individual observation and more an item in a general series, a member of a genre, and the genre itself seems weirdly—even unpleasantly—arbitrary. The moment when individual statement begins to look like collective utterance (folk art) has been caught by Prince's sense of timing; his appropriated cartoons are no longer perky witticisms but rather old, nauseating group chatter, no longer stinging satire but rather melancholy and sometimes even loony assertions of yesteryear. Robert Darnton, the historian of the French Revolution, once wrote that the best entry point into an alien culture is through its jokes, especially those that no longer seem funny. He, for instance, derived a whole book about the pre-Revolutionary period from an analysis of a mock-trial of cats—and their very real execution—a hilarious prank at the time that now seems revoltingly cruel.

Prince's jokes, because they're out of date, ignore the feminist and gay revolutions, the dissolution of the family, the advent of identity politics, the end of Communism and the collapse of any consensus about what constitutes normality. His jokes were, even when they appeared, rear-guard efforts to shore up values that were already caving in. Now that the Iron Curtain has melted down, Prince resurrects cartoons about nuclear holocaust; soon he'll be moving on to bomb shelters. Now that gays have become as touchy as women and Blacks, he's turned to puns on the word fruit; soon he'll be telling coon jokes. Now that family values survive only in campaign rhetoric, he's trotted out all the old traveling salesman stories. Even at the time these jokes evoked little beyond a wan smile; now they're archeological.



RICHARD PRINCE, TELL ME EVERYTHING, 1988, acrylic and silkscreen on canvas, 56 x 48" /
SAG MIR ALLES, 1988, Acryl und Siebdruck auf Leinwand, 142 x 122 cm.

George Orwell, by studying "penny dreadfuls" (joke books for the poor), learned that in working-class humor the horny and curvaceous honeymooners became, almost overnight, toothless old Mum and Dad; a prolonged youth existed only amongst members of the newly rich middle class and, of course, the upper class. Orwell's research is paralleled by Prince's, although Prince is reluctant to draw conclusions or to treat jokes as specimens. Prince is not a sociologist, nor a philosopher and he isn't exactly studying anything, but he is holding up stone-cold folk art for our delectation.

And it is a dandy's delectation that he's after, more than a philosopher's disdain. The dandy enjoys things (the true legacy of Pop Art); he doesn't feel superior to his world nor does he assent to common hierarchies of value. The dandy levels all distinctions and then creates a new order out of the vagaries of his own taste. Prince anthologizes gags, book titles, snippets from newspapers ("boiler plate" as such filler items are called), names and dates of minor events, slogans ("No glove no love"), even potted summaries of movie plots from *TV Guide* listings. Unlike Joe Brainard's lists in *I Remember,* Prince's aren't expressive or personal. He hasn't remembered or written them, he has merely collected them. In Prince's lists, low-level babble is juxtaposed with highbrow chat, "a surprising concurrence of events, perceived as meaningfully related, with no casual connection," which is undermined because the phrases don't add up to a sentence and the word "casual" replaced the expected "causal."

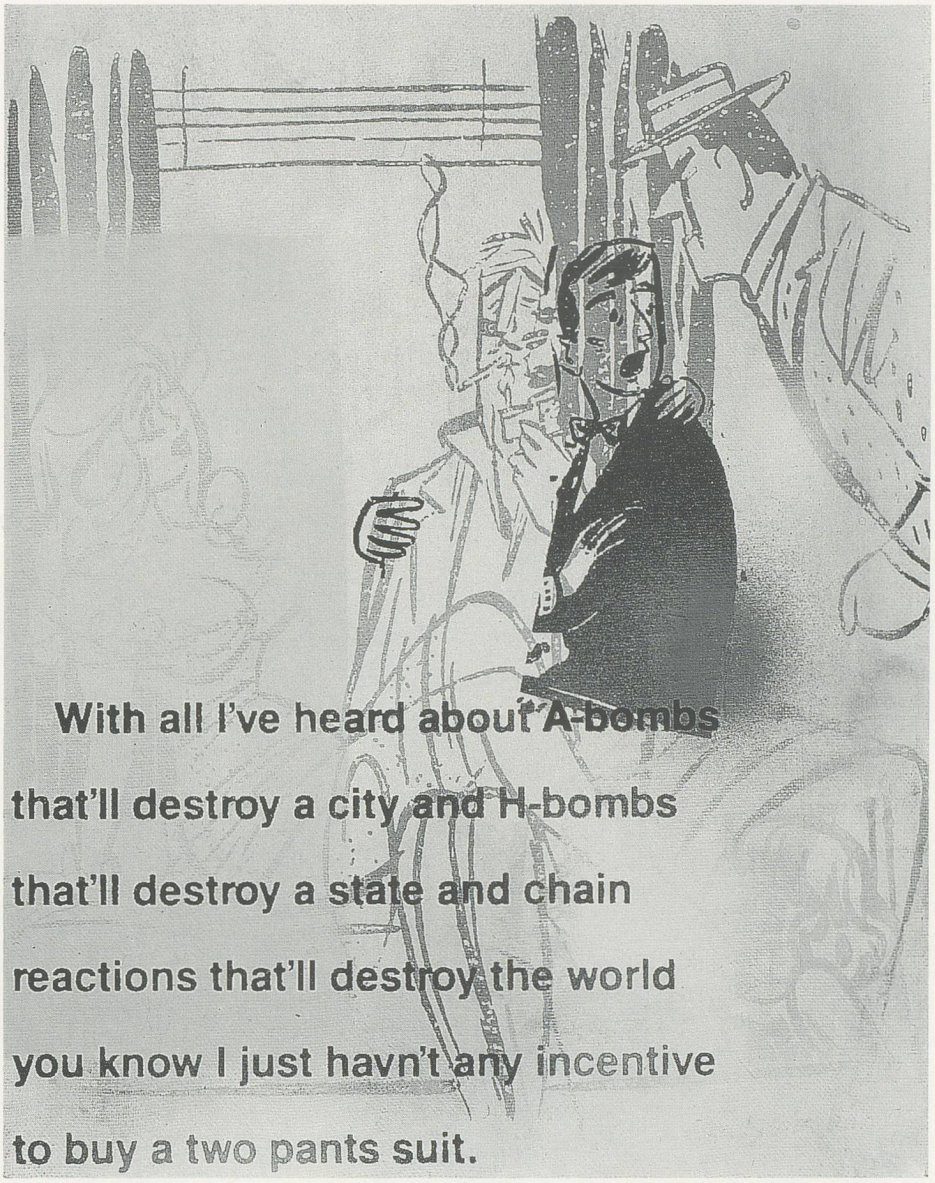
What keeps us poring through these lists? We're looking for a "concurrence" between his selections and ours. Or we're hoping to intuit the dimensions of his taste. We're checking the range of our own cultural preferences against his and possibly hoping to pick up a few new names.

But mainly we're trying to find a pattern, a basis for predictability. If we were to succeed, such closure would be both reassuring and disappointing—reassuring because the mind longs for closure, disappointing because one of the principle virtues of contemporary art is its open-endedness. We're not interested (we're not allowed to be interested) in Prince's sensibility except for our efforts to decode his criteria of inclusion and exclusion. Since his material is almost entirely appropriated, we cannot indulge in the usual Romantic speculations about the expressive Self. Since, however, we still live in the Romantic Age with its cult of the individual—a cult both boosted and undermined by the media—we cannot resist focusing on Prince as The Artist (and to be sure he signs his work, has one-man shows, allows photos of him to be published, gives interviews). He is a "personality." As a result our fascination with the Artist has nothing to dwell on except his criteria of selection—the artist as connoisseur, paladin of pure taste, the ultimate badge of the dandy as *arbiter elegantiarum.* Our mind becomes an analogue computer trying to process all of Prince's choices in order to come up with a robot portrait of his sensibility.

An overview of his entire production—not just his jokes—reveals Prince's interest in series, in variations on a single theme, in comparisons of disparate things (metaphor), recuperation of luxury or mass advertising. His starting point is always appropriation but no act of citation is clearly satirical or affirmative. His eye doesn't go to the outrageous, the grotesque, the venal but rather to the bland, the worn-out, the sublimely banal. He sinks a probe into cultural codes, but only those that have stopped functioning. His work is coherent but not systematic, baffling but not capricious.

Of course if his jokes or ads or lists or fashions are dated, they're also relevant in a larger sense. Feminism hasn't uprooted sexism but simply driven it underground; Prince's old gags take us back to a more naively bigoted era. The end of Communism hasn't eradicated nuclear threat; Prince's cartoons just pinpoint fears of mass destruction in their most paranoid form. Health-consciousness hasn't ended addiction; Prince's hallucinatory drunks simply return us to an era when drunks were considered as lovable bums (now that New York has as many homeless people as Calcutta even the *New Yorker* dare not publish all those funny bum cartoons).

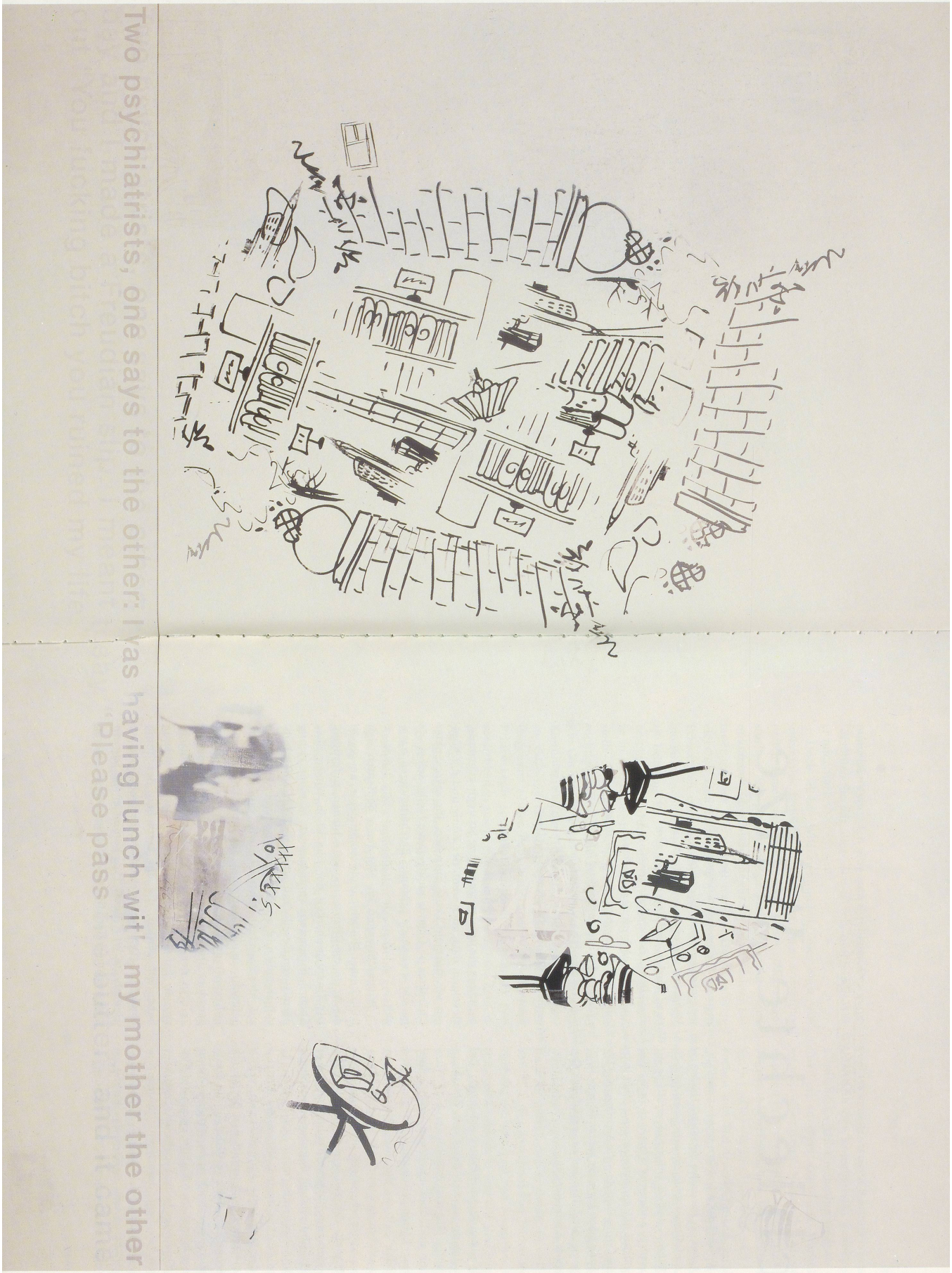
But as the Isherwood passage published at the beginning of this essay suggests, if Prince has titled one collection of his work *Spiritual America,* he has done so because he has recognized the way in which Americans have "retired to live inside our advertise-



RICHARD PRINCE, ALL I'VE HEARD, 1989, acrylic, enamel and silkscreen on canvas, 14 x 11" / WAS ICH ALLES GEHÖRT HABE, 1989, Acryl, Email und Siebdruck auf Leinwand, 35,5 x 28 cm. (PHOTO: LARRY LAME)

Mit all dem, was ich gehört habe über A-Bomben, welche Städte zerstören, H-Bomben, welche Staaten zerstören, Kettenreaktionen, welche die ganze Welt zerstören, wissen Sie, habe ich einfach keinen Anreiz, mir einen dreiteiligen Anzug zu kaufen.

ments like hermits going into caves to contemplate." His ghostly cowboys with their raised lariats, his phantom models with the lovely downsweeping curve of their lashes, his sepia-tinted joke collections all point to the beauty and essentially mystic aspect of America, the land of Bugs Bunny and Jonathan Edwards, of Horatio Alger and Moby Dick. The spiritual side of life, to be sure, is diminished by jokes: as Henri Bergson argued, humor reveals the triumph of the material over the spiritual. Humor is the enemy of lyric beauty and sadism (Jean Genet is never funny), but their friend—or at least their willing accomplice—is wan humor, weak jokes, old gags, tired one-liners. The wise-ass will never feel enough about anything to arrive at wisdom, but the failed comic, who bores others and embarrasses himself but can't shut up, is both the Fool and Lear. Prince's bad jokes are the truest expression we have of spiritual America.



RICHARD PRINCE, FREUDIAN SLIP, 1991, acrylic and silkscreen on canvas, 110 x 114" /
FREUDSCHER VERSPRECHER, 1991, Acryl und Siebdruck auf Leinwand, 280 x 290 cm. (PHOTO: LARRY LAME)

EDMUND WHITE

Schlechte Witze

Wir sind den Europäern verhasst, weil wir uns in unsere Reklamewelt zurückgezogen haben wie Einsiedler, die in ihre Höhlen gehen, um zu kontemplieren. Wir schlafen in symbolischen Schlafzimmern, essen symbolische Mahlzeiten und werden symbolisch unterhalten – und das entsetzt sie, erfüllt sie mit Wut und Abscheu, weil sie es nie begreifen werden. Andauernd schreien sie in die Welt hinaus: «Diese Leute sind wie Zombies!» Sie müssen sich das einreden, sonst bleibt ihnen nichts anderes übrig als zu kapitulieren und zuzugeben, dass die Amerikaner so leben können, weil sie Europa – und in der Beziehung schon lange der ganzen übrigen Welt – um fünfhundert oder gar tausend Jahre voraus sind. Wir sind im wesentlichen Geschöpfe des Geistes, unser gesamtes Leben spielt sich im Kopf ab.

Christopher Isherwood, *Der Einzelgänger (1964)*

Die Witze, mit denen Richard Prince aufwartet, sind leere Hülsen, aus denen sich der Geist, der ihnen einst innewohnte, längst verabschiedet hat. Witze über Psychiater und über Ehebruch, zwei seiner Lieblingsgenres, hatten Hochkonjunktur in den 50er Jahren, der Zeit, in der die Massstäbe der Normalität so sakrosankt und rigide waren und der Ehestand als so «natürlich» angesehen wurde, wie es später niemals mehr der Fall sein sollte. Die Witze von Prince mögen zwar jüngeren Datums sein, aber sie sind schlicht und einfach degenerierte Ableger dieser einst kühn-dreisten Sorte.

Wie Roland Barthes in den *Mythen des Alltags* – einem Buch der 60er Jahre – argumentiert, erfüllt Trivialkunst, die scheinbar Institutionen der Mittelschicht ins Lächerliche zieht, in Wahrheit die Funktion, diese Institutionen noch zu zementieren. Wenn Mitglieder einer königlichen Familie etwa beim Einkaufen in Antigua oder beim Segeln im Mittelmeer gezeigt werden, so liegt derartigen Illustriertenbeiträgen die unausgesprochene Strategie zugrunde, zu zeigen, dass, auch wenn der König und die Königin wie normale Leute aussehen, ihr sakrosankter Charakter im Grunde unangetastet bleibt, selbst – ja gerade – wenn sie profanen Beschäftigungen nachgehen.

Witzzeichnungen im *New Yorker* bedienten sich früher einer ähnlich paradoxen Strategie, um genau die Werte, die sie zu verspotten schienen, zu festigen. Die Unentrinnbarkeit der Ehe ist in Witzen über Ehebruch geradezu vorausgesetzt; in einer richtig permissiven Gesellschaft wären sie Fehlzünder. Individualismus und asoziale Phantasien werden, wenn auf der psychiatrischen Couch zum Ausdruck gebracht, neutralisiert und den unbedingten und unhinterfragten Regeln der Konformität untergeordnet. Die Stunde beim Psychiater ist die einzige Zeit, in der aufmüpfigen Regungen Luft gemacht werden kann und diese immerhin wie Probleme behandelt werden, die der ärztlichen Beachtung bedürfen. (Der von Richard Prince am häufigsten wiederholte Witz dieses Typs kommt einem wie ein augenzwinkernder Hinweis auf dessen eigene Aneig-

EDMUND WHITE ist Autor mehrerer Romane und hat kürzlich eine Biographie von Jean Genet abgeschlossen.

nungstaktik vor: «Ich ging zum Psychiater. Der sagte: ‹Erzählen Sie mir alles›. Das tat ich, und jetzt macht er mich nach.»)

Doch diese Witzzeichnungen, die einst wie wehmütige kritische Anmerkungen zum konventionellen Leben erschienen, sind heute völlig ausgestorben und wirken auf geradezu rührende Weise unkomisch (der Psychiaterwitz ist ein schlechter Kalauer von der Art, wie zweitrangige Hotelconférenciers sie zum besten geben). Warum hat Richard Prince sich entschlossen, diese erloschenen Sterne am Firmament seiner Kunst aufs neue zum Leuchten zu bringen? Er ist mitunter als ein neuer Warhol beschrieben worden, der Trivialkultur – insbesondere in der Form, in der sie sich in Illustrierten darstellt – auf die Ebene hoher Kunst hievt. Doch es gibt wichtige Unterschiede zwischen beiden Künstlern, wie Corinne Diserens und Vincente Todoli in ihrer Einführung zu der Prince-Anthologie *Spiritual America* («Geistiges Amerika») dargelegt haben: «Im Gegensatz zu den Popkünstlern sucht sich Richard Prince keine spektakulären Bilder berühmter Persönlichkeiten aus; in einer bestimmten, entscheidenden Weise ist er ein Dokumentarist des befremdlich Alltäglichen.»

Warhol arbeitete mit kommerziellen Bildmotiven (dem Suppendosenetikett, dem Dollarschein), denen nie die Intention zugrunde gelegen hatte, als Ausdruck eines individuellen Bewusstseins gesehen zu werden; die von Prince ausgewählten Witzzeichnungen dagegen waren ursprünglich als geistreiche, anspruchsvolle kritische Gesellschaftskommentare von Künstlern ausgedacht worden, deren Signaturen den Lesern des *New Yorker* nur allzu bekannt waren (was die Nachbildungen von Prince um so anstössiger macht). Die Motive, die Warhol sich aneignete (Bilder von Mao oder Marilyn), besassen immer noch eine starke Ausstrahlung, während Prince sich bewusst Material aussucht, das längst jede Aktualität eingebüsst hat. Warhol machte Multiples aus Bildmotiven (Fanphotos von Stars, Etiketten, Geld), die bereits ausschliesslich in Form serienweiser Vervielfältigung existierten und schon von ihrem spezifischen Charakter her als «Multiple» wahrgenommen wurden. Prince macht im Gegensatz hierzu ein Unikat aus einer Witzzeichnung, die an sich bereits in zwei verschiedenartigen Fassungen existiert: als eine innerhalb des Kunstbetriebs ausstellbare und verkäufliche Originalzeichnung und als eine «Reproduktion» in einer Zeitschrift. Warhols Bilder verwenden über reine Namen hinaus selten Wörter, während Prince sowohl mit Wörtern wie mit ganzen Texten arbeitet. Warhols Überarbeitungen bleiben an der «Oberfläche», insofern als er verschiedene Farben und Siebdrucktechniken auf ein Bildmotiv appliziert, das an sich unverändert bleibt und dem Original getreu ist. Prince dagegen manipuliert das zugrundeliegende Bildmotiv, indem er die Dialogzeilen einer Witzzeichnung nimmt und sie einer anderen zuordnet. Zum Beispiel: Eine Frau überrascht ihren Ehemann mit einer anderen Frau, aber der Text lautet: «Ein Ehemann kam nach Hause und fand seine Frau im Bett mit seinem besten Freund. ‹He, was macht ihr denn da?› sagte der Ehemann. ‹Siehst du›, sagte sie zu dem Mann neben sich, ‹ich habe dir gesagt, dass er dumm ist.›» Unregelmässigkeiten in der Interpunktion bilden weitere Verzerrungen, die den Text von innen her entwerten. In späteren Variationen sind alle drei handelnden Personen innerhalb der Zeichnung Frauen (Bildmanipulation), oder der in Worten wiedergegebene Gag ist ganz und gar irrelevant in bezug auf das Bild (Textmanipulation).

Während der Kern der Kunst Warhols einfach darin besteht, dass sie das banale Reich der Massenkultur mit dem erhabenen Bereich der hohen Kunst zusammenprallen lässt, «dekonstruiert» Prince seine wesentlich komplexeren, aber weniger lebendigen Originale durch kombinatorische Variationen: das heisst, das Bildmotiv bleibt unverändert, aber der zugehörige Text wird ausgewechselt; oder ein oder mehrere Bildmotive werden über das Original gelegt, und der Text hat nur mit einem dieser Motive überhaupt etwas zu tun; oder über dem Bildmotiv steht ein handgeschriebener Spruch und darunter ein gedruckter, wobei weder der eine noch der andere relevant ist; oder das Bildmotiv wird in Fragmente zerlegt, die jedes für sich gerahmt werden, und der Text wird weggelassen; der Text wird auf eine Leinwand ohne das Bildmotiv abgedruckt; der Text wird zerstückelt und die Figuren aus ihrem ursprünglichen Cartoon herausgelöst und in einen

schwerelosen Raum verlegt; sämtliche Bildmotive werden weggelassen, und die Witze werden nacheinander abgedruckt usw. usw. Manchmal geht das Bildmotiv zurück auf eine anspruchsvolle Witzzeichnung aus dem *New Yorker,* und der Text ist ein Gag aus irgendeinem Schundblatt oder etwas vom Niveau des *Reader's Digest.*

In *Menthol Pictures* schreibt Prince etwas verschlüsselt in bezug auf den Plot eines alten Filmes, den er gerade nacherzählt hat: «Das Material, das formal übernommen wurde, stand jedem zur Verfügung, der daran interessiert war, es zu verwenden. Die Tatsache, dass das Material vermutlich von anderen als mir selbst wahrgenommen oder unbewusst gesammelt worden war, machte seine Begehrlichkeit und zugleich seine Bedrohung aus. Genau diese ‹vorausgegangene Verfügbarkeit› war das, was die fiktionale Umgestaltung legitimierte und dazu beitrug, den Bezug zu einer wahrnehmbaren Wirklichkeit herunterzuspielen.» Mit anderen Worten: Bilder oder Texte, mit denen bereits eine Generation von Konsumenten zu tun hatte, sind hinlänglich erschöpft und von der ursprünglichen wahrgenommenen Wirklichkeit weit genug entfernt, um für eine Aneignung überhaupt in Frage zu kommen.

Die Witze, die Richard Prince aufgreift, haben unbestreitbar aus genau dem Grund ihren Biss verloren, weil sie veraltet sind. Mit einem bestimmten zeitlichen Abstand erscheint jede Witzzeichnung nicht mehr so sehr wie eine individuelle Beobachtung, sondern eher wie ein Einzelbeispiel einer übergeordneten Kategorie, ein Exempel eines Genres, und das Genre selbst erscheint seltsam, ja unangenehm, beliebig. Das Zeitgefühl von Richard Prince hat genau den Moment erfasst, in dem eine individuelle Aussage anfängt, wie ein kollektiver Ausdruck (Volkskunst) zu wirken; die von ihm angeeigneten Witzzeichnungen sind nicht länger kühne Witzeleien, sondern ziemlich angestaubtes, ekelerregendes Stammtischgeschwätz, nicht länger beissende Satire, sondern eher melancholische und mitunter sogar bescheuerte Apologien des Gestern. Robert Darnton, der Historiker der Französischen Revolution, hat einmal geschrieben, der beste Einstieg in eine fremde Kultur sei der über ihre Witze, besonders über die Witze, die nicht länger komisch wirken. So hat er selbst zum Beispiel auf der Analyse eines damals gegen Katzen geführten Scheinprozesses, der mit deren überaus realen Hinrichtung endete (zu der Zeit eine vergnügliche Posse, die heute aber widerwärtig grausam wirkt), ein ganzes Buch über die vorrevolutionäre Zeit aufgebaut.

Die von Richard Prince ausgesuchten Witze ignorieren, weil sie veraltet sind, die feministische und homosexuelle Revolution, den Zerfall der Familie, das Aufkommen einer Politik der individuellen Persönlichkeiten, das Ende des Kommunismus und den Zusammenbruch jedweden Konsenses darüber, was Normalität ausmacht. Seine Witze waren, sogar als sie aufkamen, gewissermassen «Nachhutversuche», Werte am Leben zu erhalten, die bereits im Verschwinden begriffen waren. Jetzt, da der Eiserne Vorhang eingerissen ist, lässt Prince Witzzeichnungen über den atomaren Holocaust wiederaufleben; bald wird er zu Luftschutzkellern übergehen. Jetzt, da Schwule genauso empfindlich geworden sind wie Frauen und Schwarze, hat er sich auf Wortspiele mit dem Wort «fruit» (veralteter Slang für «Schwuler») verlegt; bald wird er Niggerwitze erzählen. Jetzt, da mit der Familie verbundene Werte nur noch in Wahlreden existieren, hat er all die alten Geschichten von Handelsreisenden hervorgekramt. Sogar zu ihrer Zeit riefen diese Witze höchstens ein müdes Lächeln hervor; heute haben sie archäologischen Wert.

George Orwell fand durch das Studium sogenannter *«penny dreadfuls»* (billige Witzheftchen) heraus, dass in dem typischen Humor der Arbeiterklasse aus den geil-prallen Flitterwöchnern praktisch über Nacht zahnlose alte Vatis und Muttis wurden; eine sich länger hinziehende Jugend existierte nur unter Angehörigen der neureichen Mittel- und natürlich der Oberschicht. Princes Recherchen lassen sich mit den Forschungen Orwells vergleichen, obgleich es Prince widerstrebt, Schlüsse zu ziehen oder Witze als Anschauungsobjekte zu betrachten. Richard Prince ist weder Soziologe noch Philosoph, und genau besehen erforscht er nicht wirklich etwas, sondern er präsentiert blutleere Volkskunst zu unserer Belustigung.

Und es geht ihm eben auch um das Ergötzen des Dandys und nicht so sehr um die Geringschätzung des Philosophen. Der Dandy geniesst die Dinge

RICHARD PRINCE, TWO HUSBANDS AND A WIFE, 1989, acrylic and silkscreen on canvas, 75 x 58" /
ZWEI EHEMÄNNER UND EINE GATTIN, 1989, Acryl und Siebdruck auf Leinwand, 190,5 x 147,3 cm. (PHOTO: LARRY LAME)

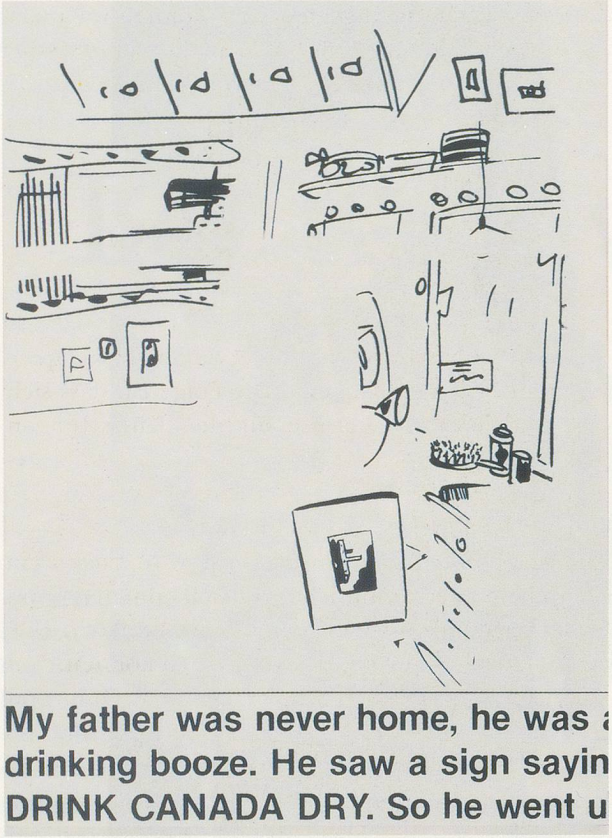
(das eigentliche Vermächtnis der Pop-art); er fühlt sich weder der Welt um ihn herum überlegen noch unterschreibt er übliche Wertordnungen. Der Dandy nivelliert sämtliche Unterschiede und schafft daraufhin eine neue Ordnung aus den Launen seines persönlichen Geschmacks. Richard Prince sammelt Witze, Buchtitel, Zeitungsschnipsel *«boiler plate»* genannte Artikel: Füllsel, die von Nachrichtenagenturen an mehrere Zeitungen verschickt werden), Namen und Daten unbedeutender Veranstaltungen, Slogans (*«No glove no love»*), sogar Kurzbeschreibungen von Filmplots aus den Ankündigungen in Fernsehzeitschriften. Anders als bei Joe Brainard in *I Remember* haben die Auflistungen bei Richard Prince nichts Expressives oder Persönliches. Er hat sich weder an sie erinnert noch sie aufgeschrieben, er hat sie nur gesammelt. In den Aufzählungen bei Prince finden sich unmittelbar nebeneinander niveauloses Geplapper und das anspruchsvolle Gespräch, «ein überraschendes Zusammentreffen verschiedenster Begebenheiten, zwischen denen von der Bedeutung her ein Zusammenhang erkannt wird, ohne kasuale Verbindung», was zugleich wieder untergraben wird, weil die Phrasen letztlich keinen Satz ergeben und das Wort «kasual» das an dieser Stelle erwartete «kausal» verdrängt hat.

Was lässt uns immer wieder eifrig diese Aufzählungen durchgehen? Wir suchen nach Übereinstimmungen zwischen seiner Auswahl und der unseren. Oder wir hoffen intuitiv die Eckpunkte seines Geschmacks zu erfassen. Wir überprüfen das Spektrum unserer eigenen kulturellen Vorlieben an Hand der seinen und hoffen womöglich, ein paar neue Namen aufzuschnappen.

Hauptsächlich aber versuchen wir ein Muster zu entdecken, eine Basis, aufgrund derer einiges vorhersagbar würde. Würde uns dies gelingen, so wäre eine derartige Festlegung zugleich beruhigend und enttäuschend: beruhigend, weil es den Geist nach Festlegung verlangt, enttäuschend, weil eine der Hauptqualitäten zeitgenössischer Kunst in ihrer offenen Form liegt. Die spezifische Sensibilität von Richard Prince interessiert uns nicht (darf uns nicht interessieren), ausser im Zusammenhang mit unseren Bestrebungen, seine Kriterien der Einbeziehung und Ausklammerung zu entschlüsseln. Da sein Material fast vollständig angeeignet ist, können wir nicht den üblichen romantischen Spekulationen über das sich im Ausdruck offenbarende Ich nachhängen. Da wir aber noch immer im romantischen Zeitalter mit seinem Kult des Individuums leben – ein Kult, der von den Medien zugleich geschürt und untergraben wird –, können wir uns der Konzentration auf Richard Prince als den Künstler nicht widersetzen (und, um genau zu sein: er signiert sein Werk, macht Einzelausstellungen, gestattet, dass Photos von ihm veröffentlicht werden, gibt Interviews). Er ist sozusagen eine «Persönlichkeit». Die Folge ist, dass sich unser fasziniertes Interesse für den Künstler an nichts klammern kann ausser an seine Auswahlkriterien: der Künstler als Connaisseur, als Paladin des reinen Geschmacks, die Vollendung des Dandy als *«arbiter elegantarium»*. Unser Geist wird zu einem Computer, der sämtliche Entscheidungen von Prince speichert und sortiert, um am Ende ein Diagramm seiner Sensibilität entwerfen zu können.

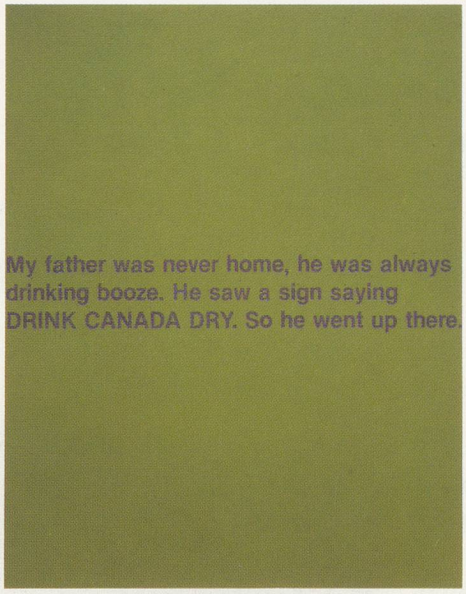
Überblickt man das gesamte Schaffen von Richard Prince – und nicht nur seine Witze –, so erkennt man ein übergreifendes Interesse am Seriellen, an Variationen über ein einziges Thema, an dem Vergleich disparater Dinge (der Metapher), an der Wiederaufwertung von Luxus oder Massenwerbung. Sein Ausgangspunkt ist stets die Aneignung, doch kein Akt des Zitierens ist eindeutig satirisch oder affirmativ. Sein Auge forscht nicht nach dem Ungeheuerlichen, dem Grotesken, dem Korrupten, sondern vielmehr nach dem Unauffälligen, dem Abgegriffenen, dem grandios Banalen. Er lotet kulturelle Kodes aus, aber nur solche, die aufgehört haben zu funktionieren. Sein Schaffen besitzt eine Kohärenz, aber hat kein System, es ist verstörend, aber nicht kapriziös.

Freilich: wenn seine Witze, Werbeanzeigen, Aufzählungen oder Moden veraltet sind, kommt ihnen auch in einem übergeordneten Sinn Relevanz zu. Der Feminismus hat den Sexismus nicht ausgerottet, sondern nur verdrängt; die alten Witze von Prince führen uns zurück in eine Ära, die auf eher naive Weise bigott war. Das Ende des Kommunismus hat nicht die nukleare Gefahr beseitigt; die von Prince ausgesuchten Witzzeichnungen zeigen nur Massenvernichtungsängste in ihrer paranoidesten Form auf.



RICHARD PRINCE, UNTITLED, 1989, acrylic and silkscreen on canvas, 66 x 48" / OHNE TITEL, 1989, Acryl und Siebdruck auf Leinwand, 167,6 x 121,9 cm.

RICHARD PRINCE, DRINK CANADA DRY, 1989, acrylic and silkscreen on canvas, 75½ x 58" / Acryl und Siebdruck auf Leinwand, 191,7 x 147,3 cm.



Mein Vater war nie zu Hause. Er war immer am Saufen.
Er sah ein Schild «DRINK CANADA DRY» –
Trink KANADA TROCKEN! – Also ging er hin.

Das neue Gesundheitsbewusstsein hat nicht dem Suchtverhalten ein Ende bereitet; die halluzinierenden Betrunkenen bei Prince lassen vor unseren Augen lediglich eine Zeit wiederaufleben, in der Betrunkene als liebenswürdige Penner galten (jetzt, da es in New York genauso viele Obdachlose gibt wie in Kalkutta, traut sich nicht einmal der *New Yorker* mehr, all die komischen Witzzeichnungen von Pennern zu veröffentlichen).

Aber wie schon das diesem Beitrag vorangestellte Isherwood-Zitat vermuten lässt: Wenn Richard Prince einer Anthologie seiner Arbeit den Titel *Spiritual America* («Geistiges Amerika») gibt, dann, weil er erkannt hat, wie die Amerikaner sich in ihre «Reklamewelt zurückgezogen haben wie Einsiedler, die in ihre Höhlen gehen, um zu kontemplieren». Seine geisterhaften Cowboys mit ihren kreisenden Lassos, seine Phantom-Models mit der wunderbar nach unten geschwungenen Kurve ihrer Wimpern, seine vergilbten Witzsammlungen: all dies verweist auf die Schönheit und die zutiefst mystische Seite Amerikas, das Land von Bugs Bunny und Jonathan Edwards, von Horatio Alger und Moby Dick. Die geistige Seite des Lebens erfährt freilich durch Witze eine Abwertung: Im Humor offenbart sich, wie schon Henri Bergson meinte, der Triumph der Materie über den Geist. Der Humor ist der Feind von lyrischer Schönheit und Sadismus (Jean Genet ist niemals «komisch»), deren Förderer aber – oder zumindest deren bereitwillige Komplizen – sind farbloser Humor, schwache Witze, alte Gags, ausgelaugte Kalauer. Der Klugscheisser wird niemals genug Ahnung von irgend etwas haben, um je Weisheit zu erlangen, aber der gescheiterte Komiker, der andere langweilt und sich selbst in Verlegenheit bringt, aber einfach nicht aufhören kann, ist zugleich der Narr und König Lear. Die schlechten Witze, mit denen Richard Prince aufwartet, sind der wahrhaftigste Ausdruck des geistigen Amerika, den wir haben.

(Übersetzung: Magda Moses, Bram Opstelten)

ARTIST'S STUDIO (PHOTO: RICHARD PRINCE)