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

Herausgeber: Parkett

Band: - (1999)

Heft: 57: Collaborations Doug Aitken, Nan Goldin, Thomas Nirschhorn

Artikel: Thomas Hirschhorn : billige Tricks : Thomas Hirschhorns Umwertungsmaschine = cheap tricks : Thomas Hrischhorn's transvalution machine

Autor: Gingeras, Alison / Opstelten, Bram

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-681351

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

ALISON GINGERAS

Billige Tricks

Thomas Hirschhorns Umwertungsmaschine

Das Wort «billig» ist ein Adjektiv mit einer Vielzahl übertragener Bedeutungen, die sich von der ursprünglichen Bedeutung, «niedrig im Preis, preiswert», herleiten. Thomas Hirschhorn – ein Künstler, den man leicht an seiner regelmässigen Verwendung einfacher Materialien wie Alufolie, Pappe, Sperrholz, Plastik und Abdeckband wieder erkennt – führt uns das Billige in allen Bedeutungsvarianten aufs Anschaulichste vor Augen. Mit dem Beigeschmack von schlechter Qualität oder Schund und dem Anschein schludriger Ausführung und wertloser Wegwerfware hat Hirschhorn mehr als nur die ästhetische Konsistenz innerhalb seines Werkes kultiviert. Seinen aus armen Materialien gefertigten Objekten liegt ein komplexer Apparat zugrunde, dessen innere Mechanismen Affekte und Deutungen hervorrufen, die über die rein formale Aussage hinausreichen. Billig ist nicht länger bloss ein Adjektiv; Hirschhorn macht ein Verfahren daraus.

In VERY DERIVED PRODUCTS (VDPs) (In hohem Mass abgeleitete Erzeugnisse), einer Installation, die eigens für «Premises» – eine Ausstellung neuerer französischer Kunst und Architektur im New Yorker Soho Guggenheim Museum – entstand, legt Hirschhorn den seinen billigen Tricks zugrunde liegenden Mechanismus offen. Auf der Verkaufsfläche der Buchhandlung des Museums, an der Ecke Broadway und Prince Street, wo die Quadratmeterpreise sich in astronomischen Höhen bewegen, machte sich als Zentrum der Installation eine riesige Rolex aus goldfarbener Alufolie und Pappkarton breit. Trotz der geradezu plumpen Anspielung auf Hirschhorns Schweizer Herkunft ist diese nicht die Pointe der Arbeit, auch wenn sie der mechanische Kern sein mag. Ausgehend von der Uhr bilden lange Bänder aus zerknüllter Alufolie ein Netz von Kapillargefässen, denen eine Unmenge sogenannter VDPs entspringt. Vereint durch das dichte Gewebe der Alufoliententakel, ist ein ganzer Katalog von Objekten auszumachen: Collagen aus handgeschriebenen Texten und Bildern, die aus Illustrierten stammen, sind auf irgendwelche Pappkartonstücke geklebt. Flugzeuge, Taxis und Gefangenenwagen der Polizei im Miniaturformat wurden notdürftig aus Pappe und farbiger Alufolie zusammengebastelt. Alltägliche Sachen, die von Strassenverkäufern in Chinatown feilgeboten werden – vom undefinierbaren Krimskrams bis hin zu winzigen Plastikgolduhren –, sind wie Infanterietruppen versammelt. Die Konterfeis von Nietzsche und Prinzessin Diana stehen auf Goldfolienblöcke montiert nebeneinander und bilden einen überraschenden Altar. Über der Rolex sorgen Haushaltventilatoren, an denen rote Flaggen befestigt sind, für heftiges Geflatter. Mit Isolierband an den Vitrinen befestigte Videobildschirme sind ein weiterer «Bestandteil» der Arbeit. Sie zeigen statische Szenen von geradezu absurder Monotonie: Eine brennende Kerze in Form eines Dollarzeichens schmilzt im Verlauf einer Stunde quälend langsam dahin, oder ein Mädchen, auf dessen Stirn die Worte *cool loser* (coole Verliererin / cooler Verlierer) geschrieben stehen, starrt ausdruckslos in die Kamera. Der gesamte Raum ist in aggressives Neonlicht getaucht.

Alles in diesem Raum ist offensichtlich handgearbeitet – eine anachronistische, wenn nicht zutiefst humoristische Geste im Hinblick auf die Trivialität der angesprochenen Konsumartikel. Durch Hirschhorns Eingriff wird die gepflegte Ladenatmosphäre der Museumsbuchhandlung zur notdürftig zusammengeschusterten Vitrine für das Warenangebot der

ALISON GINGERAS ist Kuratorin für zeitgenössische Kunst am Musée d'Art Moderne im Centre Georges Pompidou, Paris.

Stadt umfunktioniert. Welches System verbirgt sich unter dieser auffallend billigen Tünche? Wie ruft es seine Wirkung hervor?

Indem sie sich als Konsumartikel ausgeben, könnten diese wuchernden und unansehnlichen Alufolienobjekte auf den ersten Blick vermuten lassen, Hirschhorn sei es um einen Frontalangriff auf das Konsumdenken zu tun, das sich inzwischen in jedem denkbaren Bereich der Kultur ungehindert breit macht. Doch auch wenn die Arbeit VERY DERIVED PRODUCTS durchaus eine kritische Stossrichtung hat, bezieht sie ihre Energie nicht aus einer ablehnenden Widerstandshaltung gegenüber den Objekten und wirtschaftspolitischen Zusammenhängen, die sie allenfalls widerspiegeln. Ebenso wenig lauert in diesem sorgfältig choreographierten Chaos aus Pappe, Alufolie und Plastik eine unterschwellige Melancholie. Auf die Frage nach den Impulsen, die seine künstlerische Arbeit beleben, hat Hirschhorn wiederholt geäussert: «J'aime bien les choses bêtes, les trucs un peu cons.»[1] Hirschhorns Wahl einer Strategie der bewusst zur Schau gestellten Schlichtheit sollte nicht mit Parodie, Zynismus oder Ironie verwechselt werden, sondern muss als das verstanden werden, was sie ist. Der Konsumartikel wird nie verleugnet; er wird vielmehr vervielfältigt. Überproduktivität und Übertreibung, billige Qualität und Unordnung sind nichts weiter als billige Tricks, materielle Strategien, die zusammen einen Apparat bilden, der ausleuchtet, wie sich der Wert autonomer Objekte zu einem blossen Zeichen-Tauschwert verflüchtigt hat.

Indem er alle Dinge in einer dürftigeren, ausgelaugten Spielart ihrer Marktversion präsentiert, versucht Hirschhorn ansonsten leeren Zeichen des Kapitals neues Leben (oder gar Humor) einzuhauchen. Auf einer Ebene leistet dieser Apparat eine matte Bestätigung urbanen Lebens durch das Führen eines paradoxen Angriffs: Widerstand durch Schwäche. Von den überlebensgrossen Luxusgütern aus Alufolie bis zu den stets seine Pappcollagen begleitenden, aphoristischen Kritzeleien («Aidez-moi, je trouve ça beau» oder «S.V.P. Merci, Rolex!»)[2] enthält sich Hirschhorn durchwegs der Abwertung seiner Objekte. Er ist unentwegt damit beschäftigt, sich selbst und seinen Gegenstand in bescheidenere, billigere Ausgaben ihrer selbst zu übersetzen. Es findet eine Umwertung statt – keine blosse Verkehrung von Gegensätzen wie reich und arm, sondern eine Befragung, die auf das Motiv zielt, das derartigen Werten zugrunde liegt. Folgt man der Blickrichtung durch ein Billigsein jenseits der Polarität von reich und arm, so verändern sich Qualitäten und Kräfte ohne dialektischen Schnickschnack oder das Beiziehen eines dritten Begriffs. Nachdem sie Hirschhorns billigen Verwandlungstrick über sich hat ergehen lassen, wird eine Rolex – Symbol von Reichtum und Arroganz schlechthin – derart zerbrechlich, dass sie etwas beinahe Anrührendes erhält. Es ist keine Rolex für finanziell Benachteiligte: Sie ist auf eine armselige Hülse ihrer selbst reduziert – armselig nicht im finanziellen Sinn, sondern in dem Sinn, dass sie Erbarmen weckt. Manchem Besucher der Ausstellung im Guggenheim mag beim Verlassen des Museums ein leises «Armes Ding!» entfahren sein, das sich ebenso auf die Bilder der kürzlich verstorbenen Diana bezog, wie auf die Hinfälligkeit von Hirschhorns Gebilde, das die Fassade dieser sonst so makellosen Institution in Mitleidenschaft zog.

Ganz gleich, welcher Satz von Zeichenwerten in Hirschhorns Arbeit jeweils zur Diskussion steht, der Mechanismus ist stets der gleiche. Von seiner Inszenierung der Globalisierungs-Codes in der Arbeit FLUGPLATZ WELT / WORLD AIRPORT anlässlich der Biennale in Venedig 1999 bis hin zur Rückeroberung öffentlicher Denkmäler durch das «Volk» in SCULPTURE DIRECTE (Direkte Skulptur, 1999), einem Werk, das auf den spontan errichteten Schrein am Pont de l'Alma in Paris, wo Prinzessin Diana verunglückte, Bezug nimmt, erzeugt Hirschhorns Billige-Tricks-Maschine nicht nur eindeutige kritische Affekte, sondern darüber hinaus eine gewinnende Form von Humor. *(Übersetzung: Bram Opstelten)*

1) «Ich mag Dummheiten und etwas blödsinnige Dinge»; der Künstler im Gespräch mit der Autorin, Mai 1998.

2) «Hilfe, ich finde das schön.» «Bitte schön. Vielen Dank, Rolex!» Diese Worte begleiten Collagen, die unterschiedlichste Bilder aus Nachrichtenmedien einander gegenüberstellen: etwa das Bild eines Supermodels neben Aufnahmen vom Kampfgeschehen im Golfkrieg oder von einem behinderten Kind. Siehe einen der frühen Ausstellungskataloge Hirschhorns, *Les plaintifs, les bêtes, les politiques*, Centre de gravure contemporaine, Genf 1995.

ALISON GINGERAS

Thomas Hirschhorn's Transvaluation Machine

Cheap Tricks

The word cheap is an adjective that has a range of secondary meanings stemming from its basic definition: "costing relatively little; inexpensive."[1] Thomas Hirschhorn—an artist easily recognized for his persistent use of low-grade materials such as tinfoil, cardboard, plywood, plastic, and masking tape in his sculptural assemblages—perfectly illustrates cheapness in all of its senses. From the connotation of poor quality or shoddy standing to appearing easily made, despicable, or having little value, Hirschhorn has cultivated more than aesthetic consistency in his oeuvre. Underlying the objects that he fashions out of these meager materials is a sophisticated machine whose inner workings produce affects and interpretations that extend beyond mere formal statement. Cheap is no longer just an adjective; Hirschhorn makes it a procedure.

ALISON GINGERAS is curator for contemporary art at the Musée d'Art Moderne, Centre Georges Pompidou, Paris.

In VERY DERIVED PRODUCTS (VDPs), a special installation created for "Premises," a New York exhibition of recent art and architecture from France, Hirschhorn reveals the mechanics behind his cheap tricks. Squatting in the exorbitantly priced square footage of the retail space of the Guggenheim Museum Soho bookshop on the corner of Broadway and Prince Street, a giant-scale Rolex made with a cardboard skeleton and a gold tinfoil skin occupies the central portion of the piece. Despite its lack of subtlety in referencing Hirschhorn's Swiss origins, this is not the punch line of Hirschhorn's piece—though it might be its mechanical heart. Emanating from the watch, long strands of crumpled tinfoil create a network of capillaries that spawn a host of VDPs. United by the dense web of these tinfoil tentacles, direct registers of objects can be distinguished. Collages of handwritten texts and images culled from popular magazines are glued to odd scraps of cardboard. Miniature airplanes, taxis, and police vans are crudely constructed of cardboard and colored foil. Commonplace things sold by Chinatown street vendors, from meaningless trinkets to tiny plastic gold watches, are assembled like infantry troops. Effigies of Nietzsche and Princess Diana are affixed to golden blocks of foil and positioned together to create an unexpected altar. Household fans with red flags attached flutter violently above the Rolex. Video monitors are "integrated" into the piece by duct-taping them to the vitrines. The monitors display fixed shots of absurdly deadpan scenes—a burning candle

in the shape of a dollar sign that painstakingly melts in an hour-long loop, or a girl with the words "cool loser" written on her forehead who stares blankly into the camera. The entire space is aggressively illuminated with fluorescent tube lighting.

Everything inside this space is obviously handmade—an anachronistic, if not deeply humorous gesture in regard to the vulgarity of the commodity objects that are referenced. With Hirschhorn's intervention, the usual commercial slickness of the Guggenheim bookshop is transformed into a tenuously constructed showcase for the city's wares. What machine lies beneath this strikingly cheap veneer; how does it produce its affects?

Playing off the commodity object, these proliferating and clumsy tinfoil objects might at first suggest that Hirschhorn is interested in enacting a frontal critique of the diffusion of consumerism into every imaginable crevice of the cultural sphere. While certainly VERY DERIVED PRODUCTS possesses a critical force, it does not derive its energy from a negation of or opposition to the objects and the political economies it might mirror. Nor is there a sense of melancholia lurking underneath this carefully choreographed mess of cardboard, tinfoil, and plastic. When speaking about the pulsions that animate his practice, Hirschhorn has often said, "J'aime bien les choses bêtes, les trucs un peu cons."[2] Hirschhorn's active choice in adopting a strategy of affected simplicity should not be mistaken for parody, cynicism, or irony. It should be taken at face value. The commodity object is never denied; it is multiplied. Hyperproductivity and excess, low quality and mess are nothing but cheap tricks—material strategies that work in concert to form a machine that addresses the way the worth of autonomous objects has evaporated into pure sign-exchange value.

By rendering everything into a poorer, weaker version of its commercial self, Hirschhorn attempts to inject new vitality (or even humor) into otherwise empty signs of Capital. On one level, this machine offers a low-fidelity affirmation of urban life by fashioning a paradoxical offense: resistance through weakness. From the larger-than-life tinfoil luxury goods to his aphoristic scrawlings that always accompany the cardboard collages found in his installations (*Aidez-moi, je trouve ça beau,* or *S.V.P. Merci, Rolex!*)[3], Hirschhorn is not degrading his objects. He is in a constant process of rendering both himself and his subject matter into more humble, cheaper versions of themselves. A transvaluation occurs—not a mere inversion of oppositional terms such as rich versus poor, but a questioning that drives at locating the very impulse behind these values. By tracing a line of sight through a cheapness that is outside the rich/poor binary, qualities and forces are changed without a dialectical flip-flop or the creation of a third term. After passing through Hirschhorn's cheap trick, a Rolex—symbol of wealth and arrogance—becomes fragile to the point that it is almost emotionally touching. It is not a Rolex for the financially disadvantaged. It is reduced to a poor shell of itself—poor not in the financial sense, but in the manner that it implores pity. Visitors to the Guggenheim show might have been overheard outside the museum saying "Poor thing!" in reference to the images of the recently deceased Diana as much as for the dilapidated nature of Hirschhorn's structure that infected the facade of this otherwise pristine institution.

No matter what set of sign-values are at stake in Hirschhorn's work, the same automaton is in play. From a mise-en-scène of the codes of globalization in his FLUGPLATZ WELT / WORLD AIRPORT at the 1999 Venice Biennale to the popular reappropriation of public monuments in SCULPTURE DIRECTE (Direct Sculpture, 1999), a work that references the ad-hoc shrine at the Pont d'Alma in Paris where Princess Diana was killed, Hirschhorn's cheap trick machine produces not only legible critical affects but a form of endearing humor.

1) *Collins Pocket Dictionary of the English Language* (London and Glasgow: Collins, 1989).

2) "I like insipid things, things that are a little stupid." From an interview with the author and Hirschhorn, May 1998.

3) "Help me, I find this beautiful." "Please. Thank you. Rolex!" These texts accompany collages that juxtapose radically different images from the news media—an image of a supermodel next to battle scenes from the Gulf War or a photo of a handicapped child. See one of Hirschhorn's early exhibition catalogues, *Les plaintifs, les bêtes, les politiques* (The plaintifs, the beasts, the politicals), (Geneva: Centre de Gravure contemporaine, 1995).