

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

Herausgeber: Parkett

Band: - (2001)

Heft: 63: Collaborations Tracey Emin, William Kentridge, Gregor Schneider

Artikel: This text is a work of art = Dieser Text ist ein Kunstwerk

Autor: Dannatt, Adrian / Goridis, Uta

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-680890>

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: 03.04.2026

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

This Text Is a Work of Art

ADRIAN DANNATT

THE THREE are three female fashion models who live and work together in London as what might be described as a conceptual art team. They dress in a similar austere manner of plain white or black T-shirts and jeans. They do not reveal their individual names or details about their backgrounds, aims, or intentions. In fact they are unusually reticent about explaining their work, even by the standards of conceptual practitioners.

Despite refusing to give out their names, ages, or activities, a certain amount of information has already been gleaned by assumption. All three met when working for the London modeling agency Z, where the artist Mariko Mori was then also modeling. They have lived in the usual fashion cities around the world such as New York or Tokyo and are currently based in Britain. Fixtures at art world and fashion events, this immediately striking trio at any occasion naturally solicits discreet inquiries and minor paparazzi.

THE THREE exploit the paradox of being enigmatically mysterious whilst simultaneously being photographed for glossy magazines and gossip pages. As they are professionally photogenic and appear before the public as a tight group, those added elements of secrecy and silence only further the intrigue.

ADRIAN DANNATT is a critic, curator, and artist based in New York, Paris, and London.



THE THREE / DIE DREI (PHOTO: CONEY/JAY)

Thus THE THREE have appeared in numerous publications, from American journals of art theory such as *Acme* to *The Independent* newspaper in England and even in psychoanalytic reviews. As subject matter THE THREE are equally at home in a tabloid, a glossy fashion magazine, or critical text.

In this respect, THE THREE are typical of many younger British artists who have found widespread



THE THREE / DIE DREI (PHOTO: CONEY/JAY)

success at home due to the attention of the UK media, all looking for 'stories' about art, providing they have a suitable element of, indeed, sensation. For there is more press coverage in Britain, far more newspapers, magazines, and journals, than in any other country. A successful artist in Manhattan could only expect to be written-up by one serious newspaper, *The New York Times*. In Britain there are five broad-sheet newspapers equivalent to the *New York Times*, all of them hungry for topical arts coverage, the more outlandish the better. That is not even counting the equally numerous tabloid papers or Sunday editions published. Thus in Britain artists can have a strange degree of fame bestowed upon them by this glut of journalism, this surfeit of newspapers and magazines.

This fundamental difference in the sheer number of media outlets is crucial to understanding the gap between London artists and those of, say, Los Angeles or Paris. The momentum of the rolling media-machine makes certain local artists household names in Britain, by now famous for being famous, quite aside from the secondary issue of what they might actually exhibit as art. THE THREE have taken such conditions as the core of their conceptual practice, realizing that in this media age the making of art objects is of less interest than the key importance of press coverage.

But what do THE THREE actually exhibit in a commercial gallery as artists? What is the content of their exhibition in London at the Percy Miller Gallery last December? What is on the walls? Nothing but the media coverage about them, all the gossip items, profiles, society page photos, art journal essays, catalogue analyses, and theoretical texts. THE THREE breed media about themselves and that is their art: everything which has been written or broadcast about them. So all reviews of the show while it is in the gallery, any further mention in the press, all additional coverage is then added in turn, a veritable snowball effect. And in the tradition of classic conceptual art, the original article is offered for sale, along with a stamped and signed certificate. THE THREE exist only as coverage, they have no life other than their representation through the media, perfect symbols of our age in

which column-inches replace talent. Is there any precedent for this in modern art?

Curiously the title THE THREE has already been used, for paintings by Paul Nash, Malevich, and Philip Guston. It was even the title of one of Chagall's earliest shows in Russia. But in terms of the history of conceptual art nobody before THE THREE entirely abolishes art-making for the sake of pure media, untouched by the artist's hand. James Lee Byars stated, "The content of this exhibition is publicity," but he was still showing sculptures. There are numerous cases of media inserts: Dan Graham's magazine project FIGURATIVE published in *Harper's Bazaar* in March 1968, Koons's print-ad campaigns then shown as work-for-sale, Lynda Benglis's notorious *Artforum* advert of 1974, or that of Robert Morris in S&M chains. But these were paid advertisements that did not really partake in the media-chain, they existed in isolation as art projects. Likewise, John Knight's *Journal Series* beginning in 1978 was really about conditions of magazine publishing, not about being featured in them for free. In 1969, Gilbert & George created their MAGAZINE SCULPTURE by appearing in the pages of an obscure journal and Sarah Charlesworth's THE ARC OF TOTAL ECLIPSE (1979) reprinted a set of newspaper front pages. Perhaps the closest comparison is Sylvia Kolbowski exhibiting all reviews of her previous exhibitions as a show at Postmasters, or Lucy Lippard writing a review of a show by Robert Barry as the show itself.

As French critic-curator Nicolas Bourriaud wrote about THE THREE in *Flash Art* (no. 155, 1990): "The game is the structure. In this way, THE THREE, through their more or less declared inactivity, play out a game whereby they fight against the distribution of their image—a thoroughly orchestrated paradox. THE THREE take the extreme stance of non-artistic production, refusing to make anything whatsoever. Communication has a commonplace role at the bottom line of existence."

THE THREE turn anyone who writes anything about them into exhibited artists and so the more pertinent question becomes how much gallery wall-space someone like Bourriaud will take up with his text compared to someone like myself, here.

Dieser Text ist ein Kunstwerk

ADRIAN DANNATT

THE THREE (Die drei) sind drei Mannequins, die als eine Art Konzept-Kunst-Team in London zusammenleben und -arbeiten. Alle drei bevorzugen eine ähnlich elementare Garderobe aus einfachen weissen oder schwarzen T-Shirts und Jeans. Ihre Namen oder nähere Informationen über ihren Werdegang, ihre Ziele und ihre Absichten halten sie streng geheim. Und auch in Bezug auf ihre Kunst sind sie selbst nach den Massstäben von Konzeptkünstlern ungewöhnlich zurückhaltend.

Trotz ihrer Weigerung, Namen, Alter oder die Art ihrer Aktivitäten preiszugeben, haben sich doch einige Informationen zusammentragen lassen: Begegnet sich die drei bei der Londoner Modeagentur Z, wo damals auch Mariko Mori als Modell arbeitete. Sie sind in allen grossen Modemetropolen der Welt wie New York und Tokio in Erscheinung getreten und haben gegenwärtig ihre Zelte in Grossbritannien aufgeschlagen. Als fester Bestandteil der Kunstszene und von Modeveranstaltungen verleitet das Aufsehen erregende Trio immer wieder zu heimlichen Nachforschungen und weckt die Neugier einiger Paparazzi.

THE THREE arbeiten mit der Paradoxie, sich einerseits mit der Aura des Rätselhaften zu umge-

ben und gleichzeitig für Hochglanzmagazine und Klatschspalten zu posieren. Da sie von Berufs wegen photogen sind und vor Publikum immer als geschlossene Gruppe auftreten, stachelt diese zusätzliche Geheimniskrämerei und Verschwiegenheit die Neugierde der Leute nur noch mehr an.

Auf diese Weise haben es THE THREE geschafft, in zahllosen Publikationen zu erscheinen, von amerikanischen Kunstzeitschriften wie *Acme*, über die englische Zeitung *The Independent*, bis zu psychoanalytischen Fachzeitschriften. THE THREE sind ebenso ein Thema für die Sensationspresse wie für Modejournale oder kritische Texte.

In dieser Hinsicht sind THE THREE exemplarisch für viele jüngere britische Künstler, die sich dank der Aufmerksamkeit der britischen Medien einen Namen machen konnten; Medien, die immer auf der Jagd sind nach einer Story aus dem Kunstbereich, vorausgesetzt sie ist auch skandalös genug. In Grossbritannien gibt es nämlich viel mehr Zeitungen, Magazine und Illustrierte als in jedem anderen Land der Erde. Ein erfolgreicher Künstler in Manhattan kann gerade mal auf eine Besprechung in der seriösen *New York Times* hoffen. In England hingegen gibt es fünf Zeitungen vom Format der *New York Times* und alle sind auf Kunstthemen erpicht, je abgefahrener, desto besser. Von den ebenso zahlreichen Boulevardblättern und Sonntagsbeilagen gar nicht

ADRIAN DANNATT ist Kunstkritiker und Kurator. Er lebt in New York, Paris und London.



THE THREE / DIE DREI (PHOTO: CONEY/JAY)

zu reden. Dank diesem journalistischen Überangebot, dieser wahren Zeitungs- und Zeitschriften-schwemme kann ein britischer Künstler zu erstaunlicher Berühmtheit gelangen.

Dieser fundamentale Unterschied, allein was die Zahl der Printmedien angeht, erklärt auch die Kluft zwischen den Künstlern in London und denen in Städten wie Los Angeles oder Paris. Die ungeheure Dynamik des stets rotierenden Medienapparates macht, dass lokale Kunstgrößen plötzlich in aller Munde sind, bis sie schliesslich dafür berühmt sind, berühmt zu sein, unabhängig von der eher zweit-rangigen Frage, was sie als Kunst präsentieren. THE THREE haben diesen Umstand zum Herzstück ihrer Konzeptkunst gemacht, im vollen Bewusstsein, dass die präsentierte Kunst selbst im Zeitalter der Massenmedien weit weniger bedeutend ist als die Präsenz in der Presse.

Aber was stellen THE THREE eigentlich in Kunstgalerien aus? Was bekommt man im Dezember in der Londoner Percy Miller Gallery zu sehen? Was hängt an den Wänden? Nichts ausser Presseberichten über sie, all die Klatschgeschichten, Porträts, Gesellschaftsphotos, Beiträge in Kunstzeitschriften, Katalogtexte und kunsttheoretische Texte. THE THREE bringen ihre eigene Presse hervor, und das ist ihre Kunst: alles, was je über sie geschrieben oder ausgestrahlt wurde. Und während die Ausstellung läuft, kommen laufend Ausstellungsrezensionen, sonstige Erwähnungen in der Presse, einfach alles, was über sie erscheint, hinzu, ein echter Schneeballeffekt. Und wie in der klassischen Konzeptkunst ist der Originalartikel zusammen mit einem gestempelten und signierten Zertifikat käuflich zu erwerben. THE THREE sind ein reines Produkt der Medien, sie existieren gar nicht ausserhalb der Re-Präsentation durch die Medien; damit sind sie ein perfektes Symbol unserer Zeit, in der anstelle des Talents die Präsenz in der Presse zählt. Hat es das in der modernen Kunst schon einmal gegeben?

Seltsamerweise kommt der Werktitel THE THREE bereits bei Paul Nash, Malewitsch und Philip Guston vor. Sogar eine der ersten Chagall-Ausstellungen in Russland trug diesen Titel. Doch vor THE THREE ist es in der Geschichte der Konzeptkunst noch nie vorgekommen, dass jemand die eigene Arbeit völlig auf-

gab zugunsten eines reinen, nie von der Hand des Künstlers berührten Medienprodukts. Schon James Lee Byars meinte: «Der Inhalt dieser Ausstellung ist Werbung.» Er zeigte aber immer noch Skulpturen. Es gibt auch Fälle, in denen von den Medien Gebrauch gemacht wurde, etwa Dan Grahams Insert FIGURATIVE, das im März 1968 in Harper's Bazaar erschien, Jeff Koons' Anzeigenkampagnen, die anschliessend als Kunstwerke zum Verkauf angeboten wurden, Lynda Benglis' berühmt-berüchtigte *Artforum*-Anzeige von 1974, oder jene von Robert Morris in S-M-Ketten. Doch handelte es sich dabei um bezahlte Anzeigen, es waren immer noch unabhängige Kunstprojekte und keine reinen Medienprodukte. Auch in John Knights 1978 gestarteter *Journal Series* ging es eigentlich um eine Untersuchung des Magazinjournalismus und nicht darum, sich selbst kostenlos in die Medien zu bringen. 1969 schufen Gilbert & George ihre MAGAZINE SCULPTURE, indem sie auf den Seiten eines völlig unbekanntes Journals erschienen, und Sarah Charlesworths THE ARC OF TOTAL ECLIPSE (1979) druckte eine Reihe bereits bestehender Titelseiten als Reprint. Am nächsten kommt dem Phänomen vielleicht Sylvia Kolbowski, die sämtliche Rezensionen ihrer vorhergehenden Ausstellung bei Postmasters ausstellte, oder Lucy Lippard, die das Schreiben einer Rezension über eine Ausstellung von Robert Barry als eigene Schau präsentierte.

Der französische Kritiker und Kurator Nicolas Bourriaud schrieb in *Flash Art* (155/1990) über THE THREE: «Das Spiel ist die Struktur. So spielen THE THREE durch ihre mehr oder weniger ausdrückliche Passivität ein Spiel, in welchem sie sich gegen die Verbreitung ihres Bildes wehren – ein sorgfältig orchestriertes Paradoxon. THE THREE vertreten die extreme Position einer nicht-künstlerischen Produktion, indem sie sich weigern irgendetwas hervorzu-bringen. Und die Kommunikation spielt ihre ganz normale, alles entscheidende Rolle.»

THE THREE verwandeln jeden, der über sie schreibt, in einen Künstler, der ausgestellt wird, und damit kommen wir zu der viel wichtigeren Frage, wie viel Platz Bourriaud oder sonst jemand mit seinem Text im Vergleich zu mir, dem Verfasser dieser Zeilen, an der Galeriewand beansprucht.

(Übersetzung: Uta Goridis)