

<b>Zeitschrift:</b>	Parkett : the Parkett series with contemporary artists = Die Parkett-Reihe mit Gegenwartskünstlern
<b>Herausgeber:</b>	Parkett
<b>Band:</b>	- (2002)
<b>Heft:</b>	66: Angela Bulloch, Daniel Buren, Pierre Huyghe
<b>Artikel:</b>	Pierre Huyghe's ellipses = Pierre Huyghe's Ellipsen
<b>Autor:</b>	Hobbs, Robert / Goridis, Uta
<b>DOI:</b>	<a href="https://doi.org/10.5169/seals-681061">https://doi.org/10.5169/seals-681061</a>

### Nutzungsbedingungen

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

### Conditions d'utilisation

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

### Terms of use

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

**Download PDF:** 10.01.2026

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

# Pierre Huyghe's *Ellipses*

ROBERT HOBBS



Walt Disney's Snow White / *Schneewittchen*. dompte-regard,<sup>2)</sup> a term Lacan used to refer to tamed visions as opposed to undomesticated and therefore unknown ones.

Huyghe's posters represent a crisscrossing of commercial and fine art realms as well as public and contemplative domains. To create each of these posters, Huyghe first needed to find a billboard in a locale that would serve as an adequate stage for his work. Then he photographed views of this vicinity together with actual pedestrians or actors. After that he commissioned one of his snapshots to be blown up to billboard size before having it affixed to the display panel that had originally caught his atten-

---

ROBERT HOBBS, the Rhoda Thalheimer Endowed Chair in Art History at Virginia Commonwealth University in Richmond, is author of several artists' monographs. In 1982 he was the U.S. Commissioner/Curator of the Robert Smithson retrospective for the 40<sup>th</sup> Venice Biennale, and in 2002 he was U.S. Commissioner for the 25<sup>th</sup> São Paulo Bienal where he curated a selection of Kara Walker's work.



je suis venue faire le casting  
pour la voix de Blanche-Neige,



C'est le plus beau doublage  
que j'ai fait.

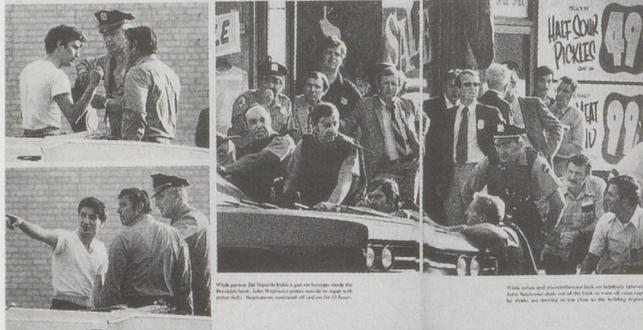
PIERRE HUYGHE, BLANCHE NEIGE, LUCIE / SNOW WHITE, LUCIE, 1997, stills from S-16/35mm film: "I have come for the casting of Snow White's voice,... It's the most enchanting doubling I've ever done." / SCHNEEWITTCHEN, LUCIE, Stillaufnahmen: «Ich bin wegen der Besetzung für Schneewittchens Stimme gekommen,... Es ist die schönste Synchronisierung, die ich je gemacht habe.» (COPYRIGHT: MARIAN GOODMAN GALLERY, PARIS & NEW YORK)

A fouled-up holdup moves step by step from threats to farce to violence

# The Boys in the Bank

by P. F. KLUGE and THOMAS MOORE

**P. F. KLUGE and THOMAS MOORE**  
In closing this Tuesday, Aug. 1, at a Christian Methodist Book Store in Brooklyn, a 17-year-old young man, recently finishing up a special course in accounting at a local college, was shot to death by a hooded, armed bandit who took bank funds, began looting the doors below and then fled. The victim was identified as Paul F. Kluge, a college sophomore, and his manager, Thomas Moore, had been working extra hours, apparently preparing to close.



PIERRE HUYGHE, THE THIRD MEMORY,  
1999, beta digital projection and book,  
coproduction of Centre Pompidou, Musée  
National d'Art Moderne, The Renaissance  
Society at the University of Chicago, and  
The Bohen Foundation: "The Boys in the  
Bank," Life Magazine, 22 September 1972 /  
Digibeta-Videoprojektion und Buch:  
Zeitungsaufgabe.  
Page /Seite 159: Daily News, 23 August  
1972 / Zeitungsaufgabe.

tion. Once his own billboard image was in place, he photographed it *in situ* and made an offset, poster-sized print of it. Although the ensuing images matched formal means with subject matter in an ostensibly modernist manner, each poster's carefully composed unity begins to break down when viewers become aware of its ongoing tensions between the real, symbolic, and imaginary registers.

We can readily discern the path making up these different zones in CAMPUS MONTPELLIER. Located in a parking lot at the center of this image is a portable billboard picturing students comfortably seated on the ground. This displayed image closely resembles the park and low building behind it. However, as one examines the overall poster, one perceives differences between the grainy display and its environs that depend mostly on contrasts between blowing up a snapshot to billboard scale and making a photograph poster size. While the billboard looks etiolated, the colors of its surroundings are heightened, thus rendering problematic the mirroring of these two images by creating a gap between them. Relying on Lacan's thought, we might refer to the irreconcilable and competing inducements attracting viewers to these two scenes as rivaling vectors predicated on differentiated desires, in other words, distinct types of "object a" that activate these competing photographic schemes. Although the billboard might appear to be an advertisement for the vicinity in which it is located—a situation that would legitimize its sun-bleached appearance and tame the disparity between the nested images making up this work of art—it contains neither a logo nor a message. According to Huyghe, "the work advertises itself, yet its public nature is well assured."<sup>3)</sup> Featuring an ad without the verbal text hyping Montpellier, say, as the town of "gray matter"—a favored slogan since it is home to three universities, five schools of engineering, 60,000 students, and many research institutes—has the net effect of underscoring its status as a psychological rather than a commercial lure. According to Lacan, this kind of enticement functions as both a supplement and a lack by serving as a marker for the reality that a given dream excludes or represses.

Although the bleached billboard might represent the primary lure in CAMPUS MONTPELLIER, it operates as one element in a dialectic that includes the portion of

the picture permeated with saturated color. These opposing images of the real can be regarded as homeomorphisms, which can be typologically compared for similarities and differences—a project indirectly implied by the map pins Huyghe customarily uses to attach these posters inside their frames. Each of the two images making up CAMPUS MONTPELLIER has its own inducement to trap readers into accepting its credentials as authentic; however, both elide the Lacanian real since their pictorial schemes ultimately are only able to manifest their inability to come to terms with it. We might think of these two distinct and inadequate depictions of reality as bookends marking a nonrepresentational gap or a jump cut in a film bridging a rift between two scenes. The resulting lacuna is a key factor in Huyghe's ongoing project to underscore art's limits. Apropos this goal, Huyghe has pointed to the need to keep reality's inherent wilderness untamed:

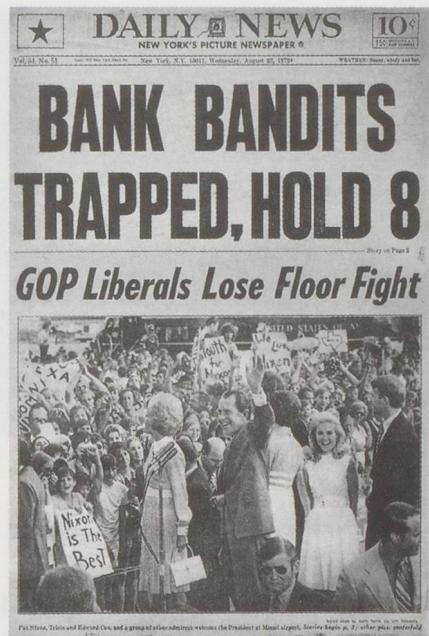
*When you ground yourself in one form of knowledge, you domesticate it, you polish it. I like it when knowledge is rough, wild... To remain that way it has to feed on dialogue... Ways of thinking that don't get formatted interest me... By saying wild, I mean something for which you can't make an image. Knowledge gets smoothed out because it has to be transmitted.<sup>4)</sup>*

Of course, the term “knowledge” in this statement is oxymoronic since information, once categorized as such, already belongs to either imaginary or symbolic registers and therefore already has been subdued. Huyghe's reference to the unmediated disorder and chaos of the unbearable and ultimately unknowable character of reality refers both to Lacan's ideas and their elaboration in Clément Rosset's *Le Réel et son double* and *Joyful Cruelty: Toward a Philosophy of the Real*.

Huyghe's statement suggests an understanding of a key source for Lacan's *Four Fundamental Concepts of Psycho-Analysis*: Maurice Merleau-Ponty's *The Visible and the Invisible*, which analogizes vision in structuralist terms as a nonmaterial flesh that represents lines of force between exterior and interior realms.<sup>5)</sup> The reciprocal force field between the two creates a situation in which the art object interpolates seers, i.e., it calls them into being so that we can conjecture, as did Merleau-Ponty, that it sees them. Such a dialectic is mirrored by Huyghe's art, which in turn entangles and enriches it by interpolating viewers through two competing types of “object a,” as we have seen. The essential triangulation between viewers confronted with rival imaginaries helps us to understand Huyghe's assertion:

*I do not direct the real in order to show it. I make an actor replay it...it is a question of creating distance, a gap between the scene which may arise and the image... Even if we are not the protagonist, we are part of the story.<sup>6)</sup>*

Moving from CAMPUS MONTPELLIER, we can see how Huyghe has characterized his video projections in terms of the gap created by Lacan's symbolic and imaginary registers. L'ELLIPSE (1998) is particularly apposite since its French title literally means “jump cut” and, according to the artist, refers to the breaks in a narration that suture viewers to a film when their imaginations colonize these ellipses.<sup>7)</sup> Using a scene from Wim Wenders' *The American Friend*, as an example, Huyghe interweaves a chiasmus between fictive and so-called real segments in the life of actor Bruno Ganz.<sup>8)</sup> Playing the

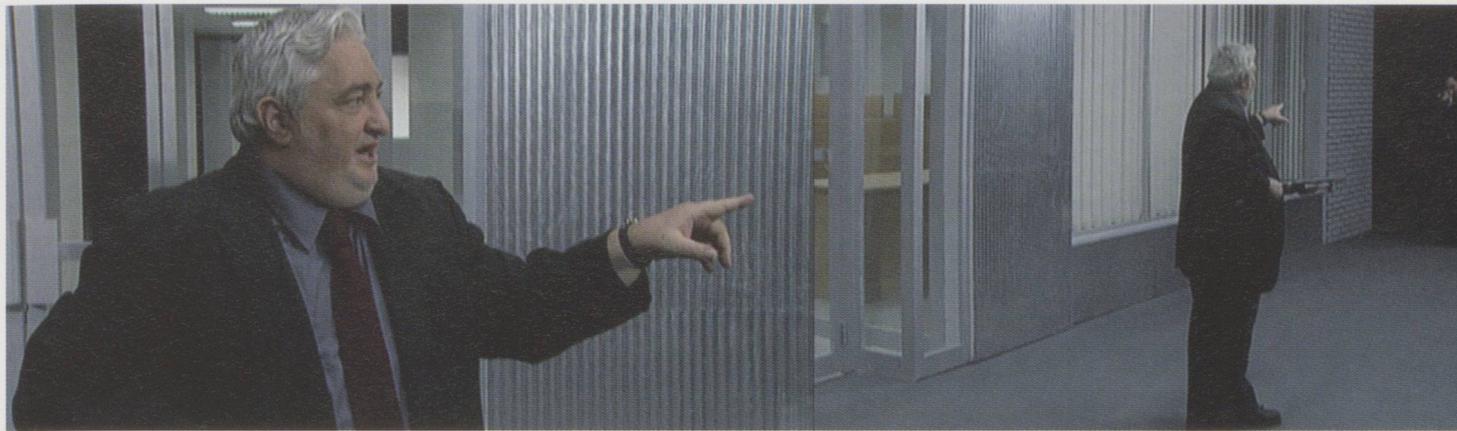




PIERRE HUYGHE, THE THIRD MEMORY, 1999, beta digital double projection of 9 mins. 46 secs.; coproduction of Centre Pompidou, Musée National d'Art Moderne, The Renaissance Society at the University of Chicago, and The Bohem Foundation / Digibeta-Video, Zweiachprojektion, 9 Min. 46 Sek.

character Jonathan Zimmermann in Wenders' 1977 film, Ganz in 1998 is directed by Huyghe to act out in real time a jump cut between the two Paris locales appearing in the earlier work by simply walking from one to the other. Conceived as a mini-play in three acts, Huyghe's film projection begins on the left screen with Winder's chronicle of Zimmermann, a Hamburg framer and restorer suffering from a rare blood disease, checking into a Japanese hotel in Paris. After receiving a telephone call in his hotel room, Zimmermann enters an elevator, and at that point Wenders cuts to the gangster's residence. In the interim between the elevator and this apartment, Huyghe creates eight minutes of footage, showing a much older Ganz crossing a bridge between the two locations in Wenders' film. This segment is projected on the center of the screen while the left and right sections are left blank. When Ganz's walk is completed, Huyghe concludes his piece by projecting the remaining portion of Wenders' jump cut on the right. Because Ganz's character dies at the end of the German film, there is no logical explanation for subsequently resuscitating him in Huyghe's piece other than as a ghost haunting the interstices constituting the real in this work.

The disparity between these two cinematic views, according to Huyghe, has a source in Roland Barthes' definition of obtuse meaning. In his essay, "The Third Meaning"<sup>9)</sup> this critic ponders the formation of a more complex signification that emphasizes the signifier above any obvious connections that it might suggest with well-established signifieds. In this self-reflexive communiqué, described by Barthes as an impertinent mask that "calls attention to itself as false yet nonetheless refuses to abandon the 'good faith' of its referent,"<sup>10)</sup> the signifier is stimulated and disturbed without being able to achieve the climax of a consensual signified. Although Barthes connects the obtuse meaning to a cinematic essence designated "filmic," which is epitomized by the film still, Huyghe emendates both Barthes' obtuse meaning and its connection with the filmic by positing the jump cut as their clearest manifestation in film. This device fulfills Barthes' criterion of being depleted and yet not emptied, becoming "the very form of an emergence, of a fold (even a crease)" that becomes "the representation [in a film] that cannot be represented."<sup>11)</sup>



The irreconcilable levels between Wenders' fictive, yet gritty realm and Huyghe's documentary one operate in a similar manner to the nested images in CAMPUS MONTPELLIER. Both set up an internal dialogue—a third or obtuse meaning—at the same time that they provide viewers with compelling and competing lures for accepting one account as either a supplement for the other or a deficit of it. While both narratives champion different sets of conventions for reality, none comes close to achieving this state since all are carefully scripted scenes. Rather than a weakness, their strength as works of art resides in their inability to come to terms with reality. Both Huyghe's CAMPUS MONTPELLIER and his L'ELLIPSE configure art in terms of complex and layered cultural nets, predicated on ongoing dialogues incapable of ensnaring the real.

- 1) Jan Estep, "Action! An Interview with Pierre Huyghe," *New Art Examiner*, Vol. 27, no. 10 (July/August 2000), p. 32.
- 2) Jacques Lacan, *The Four Fundamental Concepts of Psycho-Analysis*, ed. Jacques-Alain Miller, trans. Alan Sheridan (New York and London: W.W. Norton & Company, 1978), p. 105.
- 3) Unless otherwise noted, all quotations by Pierre Huyghe are from a telephone conversation between the author and Huyghe on September 18, 2002.
- 4) Hans Ulrich Obrist, "Pierre Huyghe: Collaborating on Utopia," *Flash Art*, no. 225 (July–September 2002), pp. 2, 5.
- 5) Cf. Maurice Merleau-Ponty, *The Visible and the Invisible*, ed. Claude Lefort, trans. Alphonso Lingis, (Evanston, IL: Northwestern University Press, 1968), pp. 130ff, 139.
- 6) *Pierre Huyghe*, ex. cat. (Munich: Kunsthalle München; Zurich: Kunsthalle Zürich; in co-production with Secession, Vienna, and Le Consortium, Dijon, 2000), p. 177.
- 7) Estep, op. cit., p. 32.
- 8) Originally Huyghe had wanted to use Michelangelo Antonioni's 1966 film *Blow Up* because it presented so elegantly and concisely the problem of photography's limits in the face of the real, but he was unable to find the right constellation of historic traces to support his use of the jump cut.
- 9) No doubt Barthes' characterization of the third meaning inspired Huyghe's THE THIRD MEMORY (2000), which dramatizes the extent to which John Wojtowicz's own recollection of his attempted bank robbery is indebted to Al Pacino's characterization of him in Sidney Lumet's film *Dog Day Afternoon*.
- 10) Roland Barthes, "The Third Meaning" in *The Responsibility of Forms: Critical Essays on Music, Art, and Representation*, trans. Richard Howard (New York: Hill & Wang, a division of Farrar, Straus, and Giroux, 1985), p. 41.
- 11) Ibid., pp. 55, 59.

# Pierre Huyghe

# *Ellipsen*

ROBERT HOBBS

Kritiken zum Werk Pierre Huyghe vernachlässigten häufig die Mitte der 90er Jahre entstandenen Plakate zugunsten seiner bekannteren Filmarbeiten, obwohl für den Künstler selbst eine enge Beziehung zwischen beiden Ausdrucksformen besteht.<sup>1)</sup> Zu statischer Form kondensiert bieten Plakate wie GÉANT CASINO (Grosses Kasino, 1995), LITTLE STORY (Kleine Geschichte, 1995) und CAMPUS MONTPELLIER (1995) eine gute Gelegenheit, sich mit zentralen Aspekten von Huyghe Kunst zu befassen, die Lacans Diskurs zuzuordnen sind, insbesondere dem nicht assimilierbaren Realen, das notwendigerweise über die Grenzen der Kunst hinausgeht. Zu Huyghe Verdiensten in diesem Bereich gehört es: (1) die Einheit des künstlerischen Objektes aufgebrochen und damit eine Vielfalt von Perspektiven und Dialektiken veranschaulicht zu haben; (2) die Thematik des Lacanschen Blicks und vor allem dessen Betonung des Begehrrens als der eigentlichen Motivation des «Objekts a» aufgenommen und sich so der Komplexität gemeinsamer und sich überschneidender Vorstellungswelten angenähert zu haben; (3) sich mit der «Blickzähmung» auseinander gesetzt zu haben, einem Begriff, der bei Lacan den gezähmten Blick im Gegensatz zu nicht domestizierten und deshalb unbekannten Wahrnehmungsweisen bezeichnet.<sup>2)</sup>

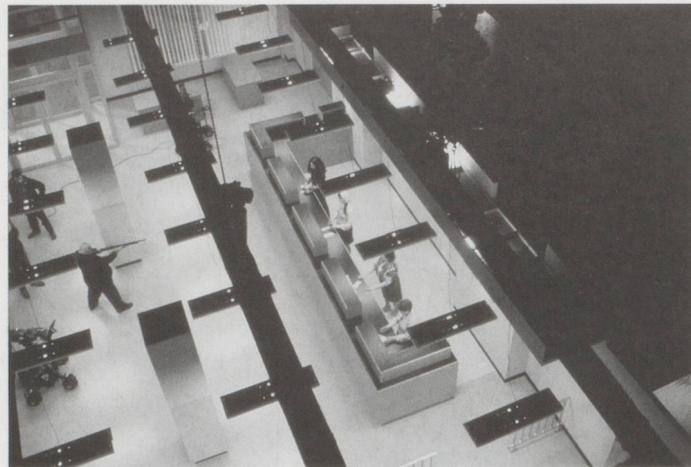
In Huyghe Plakaten vermischen sich Kommerz und Kunst, Öffentliches und Kontemplatives. Für jedes dieser Plakate musste Huyghe zuerst eine Plakattafel an einem Ort finden, der sich als Schauplatz für seine Arbeit eignete. Darauf photographierte er Ansichten dieser Umgebung zusammen mit Passanten oder als solche agierenden Schauspielern. Einen dieser Schnapschüsse liess er dann auf das entsprechende Plakatwandformat vergrössern und brachte ihn auf der Tafel an, die ursprünglich sein Interesse geweckt hatte. Sobald sein eigenes Plakat montiert war, photographierte er

---

ROBERT HOBBS bekleidet an der Virginia Commonwealth University, Richmond, den Rhoda Thalheimer Lehrstuhl für Kunstgeschichte und verfasste zahlreiche Künstlermonographien. 1982 war er US-amerikanisches Ausschussmitglied und Kurator der Robert-Smithson-Retrospektive an der Biennale von Venedig. An der Biennale in São Paulo, 2002, präsentierte er eine Werkauswahl von Kara Walker.



PIERRE HUYGHE, RUE LONGVIC, billboard, 1994, and offset-print poster, 1999 / Werbeplakat, 1994, und Offsetposter, 1999.



PIERRE HUYGHE, THE THIRD MEMORY,  
1999, still from beta digital projection of 9 mins.  
46 secs.; coproduction of Centre Pompidou, Musée  
National d'Art Moderne, The Renaissance Society  
at the University of Chicago, and The Bohem  
Foundation / Digibeta-Videostill, 9 Min. 46 Sek.

es in situ und machte davon, ebenfalls in Plakatgrösse, einen Offsetprint. Obwohl in dieser Folge von Bildern Form und Inhalt in klar modernistischer Manier aufeinander abgestimmt sind, wird die sorgfältig komponierte Einheit jedes Plakats hinfällig, sobald dem Betrachter die ständigen Spannungen zwischen realer, symbolischer und imaginärer Ebene bewusst werden.

Der Weg, auf dem diese verschiedenen Ebenen ins Spiel kommen, lässt sich in CAMPUS MONTPELLIER einfach nachvollziehen. Auf einem in der Mitte des Bildes angesiedelten Parkplatz befindet sich eine transportable Plakatwand, die gemütlich auf dem Boden sitzende Studentinnen und Studenten zeigt. Dieses Bild hat grosse Ähnlichkeit mit dem Park und dem niedrigen Gebäude dahinter. Betrachtet man jedoch das ganze Plakat etwas genauer, bemerkt man Unterschiede zwischen dem körnigen Bild im Zentrum und seiner Umgebung, was mit der Vergrösserung der qualitativ unterschiedlichen Bilder zusammenhängt. Während das Plakat in der Bildmitte eher verwaschen aussieht, wirken die Farben der Umgebung sehr intensiv, sodass das Spiegelverhältnis zwischen den beiden Bildern ins Wanken gerät und ein Bruch entsteht. Mit Lacan könnten wir von gegensätzlichen und miteinander rivalisierenden Verlockungen sprechen, die den Betrachter dieser beiden Szenen faszinieren, Szenen, die auf einem unterschiedlich ausgeprägten Begehrten basieren, anders ausgedrückt, auf unterschiedlichen Typen des lacanschen «Objekts a», welche diese konkurrierenden photographischen Entwürfe aktivieren. Auch wenn das Plakat wie eine Werbung für seine Umgebung wirkt – ein Sachverhalt, der sein verblichenes Aussehen rechtfertigen und den Gegensatz zwischen den ineinander gefügten Bildern mildern würde –, enthält es weder ein Logo noch eine Botschaft. Huyghe zufolge «wirbt die Arbeit für sich selbst, doch auch ihr öffentlicher Charakter ist sichergestellt».<sup>3)</sup> Eine Anzeige ohne Text zu zeigen, der Montpellier etwa als die Stadt der «grauen Zellen» anpreisen würde – ein beliebter Werbespruch, da die Stadt drei Universitäten, fünf Ingenieurschulen, 60 000 Studenten und viele wissenschaftliche Institute beherbergt –, bedeutet, sie vor allem psychologisch und weniger auf kommerzieller Ebene attraktiv wirken zu lassen. Laut Lacan ist diese Art von Verlockung sowohl ein Extra wie auch ein Mangel, denn sie steht für die Realität, die ein bestimmter Traum ausschliesst oder unterdrückt.

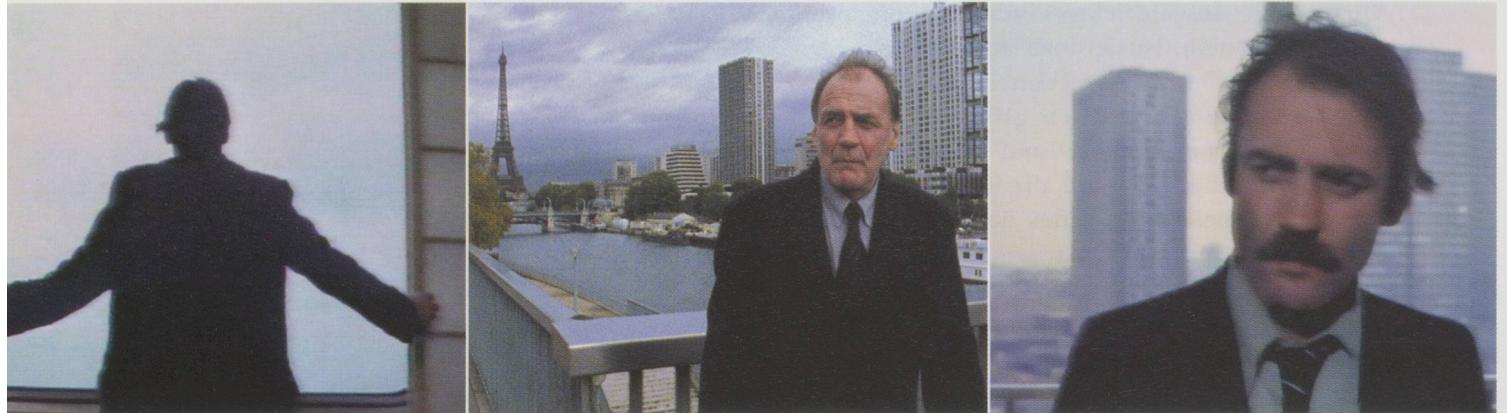
Obwohl die ausgebleichte Plakatwand die primäre Blickfalle in CAMPUS MONTPELLIER darstellt, ist sie doch auch nur ein Element einer Dialektik, die den sattfarbenen Teil des Bildes mit einschliesst. Diese gegensätzlichen Bilder des Realen können als Homöomorphismen gelten, die man typologisch auf Ähnlichkeiten und Unterschiede untersuchen kann – ein Projekt, das indirekt durch die Landkarten-Stecknadeln impliziert wird, die Huyghe gewöhnlich benutzt, um die Poster in ihrem Rahmen zu befestigen. Jedes der beiden Bilder, aus denen sich CAMPUS MONTPELLIER zusammensetzt, hat seine eigenen Lockmittel, um uns dazu zu bringen, es als authentisch zu akzeptieren; beide lassen jedoch das Reale im Sinne Lacans aus, denn ihre Bildstrategien bezeugen im Grunde nur ihre Unfähigkeit, die Realität in den Griff zu bekommen. Wir könnten uns diese beiden unterschiedlichen und unzureichenden Abbildungen von Realität als vertikale schwarze Balken auf einem Bildschirm denken, welche eine nicht konkret fassbare Kluft oder einen *jump cut* markieren, ein Schnitt, der einen Bruch zwischen zwei Filmszenen überbrückt. Die dabei entstehende Lücke ist für Huyghe und sein Anliegen die Grenzen der Kunst aufzuzeigen von entscheidender Bedeutung. In Bezug auf dieses Ziel hat Huyghe die Notwendigkeit unterstrichen, das der Wirklichkeit inhärente wilde Element nicht zähmen zu wollen.

*Wenn man sich in einer Form von Wissen einrichtet, domestiziert man es, bringt es auf Hochglanz. Ich bevorzuge das ungeschliffene, wilde Wissen... Damit es so bleibt, muss es vom Dialog leben... Mich interessieren unformatierte Denkprozesse. Mit «wild» meine ich etwas, was sich nicht abbilden lässt. Wissen wird geglättet, weil es vermittelt werden muss.<sup>4)</sup>*

Natürlich ist der Begriff «Wissen» in dieser Aussage ein Widerspruch in sich, da Information, sobald sie als solche kategorisiert ist, bereits einer imaginären oder symbolischen Ebene zugeordnet und damit gebändigt wurde. Wenn Huyghe von der wilden Unordnung und dem Chaos spricht, die den unerträglichen und letztendlich unergründlichen Charakter der Realität ausmachen, nimmt er sowohl Bezug auf Lacans Theorien, wie auch auf deren Weiterentwicklung in Clément Rossets Arbeiten, *Le Réel et son double* und *Joyful Cruelty: Toward a Philosophy of the Real*.

Huyghes Bemerkung lässt auf sein Vertrautsein mit einer wichtigen Quelle für Lacans *Vier Grundbegriffe der Psychoanalyse* schliessen: Maurice Merleau-Pontys Schrift *Das Sichtbare und das Unsichtbare*, in welcher der Gesichtssinn gemäss dem strukturalistischen Denken als etwas immateriell Leibliches verstanden wird, in welchem sich Kraftlinien zwischen dem inneren und äusseren Bereich manifestieren.<sup>5)</sup> Das wechselseitige Kraftfeld zwischen den beiden Bereichen lässt eine Situation entstehen, in der ein Kunstobjekt seine Betrachter interpoliert beziehungsweise sie erschafft, sodass es, wie wir mit Merleau-Ponty annehmen dürfen, diese auch sieht. Dieselbe Dialektik finden wir in Huyghes Kunst wieder, einer Kunst, die das Ganze noch zusätzlich verkompliziert und bereichert, indem sie, wie bereits erwähnt, ihre Betrachter mit Hilfe von zwei rivalisierenden «Objekten a» interpoliert. Diese grundlegende Dreiecks situation der mit zwei rivalisierenden Vorstellungswelten konfrontierten Betrachter lässt uns die folgende Bemerkung Huyghes besser verstehen:

*Ich halte keine realen Szenen fest, um sie dann vorzuführen. Ich lasse sie von einem Schauspieler nachstellen. Mir geht es darum, eine Distanz aufzubauen, einen Unterschied zwischen der Szene (...) und dem Bild. (...) Selbst wenn wir nicht der Schauspieler des Bildes sind, stehen wir doch mitten in seiner Geschichte.<sup>6)</sup>*



PIERRE HUYGHE, *L'ELLIPSE*, 1998, triple video projection,  
S-16-film transferred onto beta digital video film, 13 mins.,  
parabolic screen / dreifache Videoprojektion, S-16-Film überspielt  
auf DigiBeta-Videofilm, 13 Min., gewölbte Projektionsfläche.

Gehen wir von CAMPUS MONTPELLIER weiter, können wir sehen, wie Huyghe seine Videoprojektionen im Sinne der Lacanschen Kluft zwischen symbolischen und imaginären Ebenen ausgearbeitet hat. Ein gutes Beispiel hierfür ist *L'ELLIPSE* (Die Ellipse, 1998), da der französische Titel englisch mit *jump cut* übersetzt werden kann und sich – so Huyghe – auf jene Brüche in einer Erzählung bezieht, die einen Film für die Zuschauer spannend machen, weil sie beginnen, diese Ellipsen oder Auslassungen mit ihrer Phantasie zu besiedeln.<sup>7)</sup> Huyghe flieht am Beispiel einer Szene aus Wim Wenders' Film *Der amerikanische Freund* einen Chiasmus zwischen fiktiven und so genannt realen Abschnitten im Leben des Schauspielers Bruno Ganz.<sup>8)</sup> Ganz, der in dem 1977 gedrehten Film die Rolle des Jonathan Zimmermann spielte, wurde von Huyghe gebeten, einen Jump-Cut zwischen zwei im ursprünglichen Film vorkommenden Pariser Schauplätzen in Echtzeit nachzuspielen, indem er einfach zu Fuss von einem Ort zum anderen geht. Die als Mini-Theaterstück in drei Akten konzipierte Filmmaterial beginnt auf der linken Projektionsfläche mit Wenders Erzählung von Zimmermann: Dieser, ein Rahmenmacher und Restaurator aus Hamburg, der an einer seltenen Blutkrankheit leidet, bezieht ein Zimmer in einem japanischen Hotel in Paris. Nachdem er dort einen Anruf erhalten hat, verlässt er sein Zimmer und nimmt den Aufzug. In diesem Moment erfolgt der Schnitt und man sieht nun die Wohnung des Gangsters, der Zimmermann angerufen hat. Zwischen Aufzug und Wohnung schiebt Huyghe acht Minuten Filmmaterial ein, auf dem man sieht, wie ein nunmehr um einiges älterer Bruno Ganz über eine Brücke geht, welche die beiden Schauplätze in Wenders Film verbindet. Dieser Teil wird in die Mitte der Projektionsfläche projiziert, während die linke und rechte Seite leer bleiben. Nachdem Ganz seinen Spaziergang beendet hat, beschliesst Huyghe seine Arbeit damit, dass die auf den Jump-Cut folgende Sequenz von Wenders' Film auf die rechte Seite projiziert wird. Da der von Ganz dargestellte Charakter am Ende von Wenders' Film stirbt, gibt es eigentlich keine andere Erklärung für seine Wiederbelebung durch Huyghe als die, ihn als Geist in jenen Zwischenräumen herumspuken zu lassen, die in dieser Arbeit für die Realität stehen.

Die Unvereinbarkeit der beiden filmischen Auffassungen erklärt Huyghe mit Roland Barthes' Definition des «stumpfen Sinns». In seinem Essay «Der dritte Sinn»<sup>9)</sup> beschäftigt sich der Kritiker Barthes mit der Entstehung einer komplexeren Signifikanz, für die der Signifikant wichtiger ist als alle offensichtlichen Verbindungen zu wohl be-

kannten Signifikaten. In dieser selbstreflexiven Form des Berichtens, die Barthes als eine Art «Verkleidung» beschreibt, «die unecht aussieht, aber dennoch an der ‹Glaubwürdigkeit› ihres Referenten festhält»,<sup>10)</sup> wird der Signifikant stimuliert und provoziert ohne je die Klimax eines allgemein anerkannten Signifikats zu erreichen. Obwohl auch Barthes den stumpfen Sinn mit einem Grundelement des Films verbindet, dem so genannten «Filmischen», das paradoxerweise im «Fotogramm» (der Standaufnahme) zu seiner Vollendung findet, arbeitet Huyghe sowohl den stumpfen Sinn wie auch dessen Verbindung mit dem Filmischen auf, indem er den Jump-Cut als ihre augenfälligste Manifestation im Film sichtbar macht. Dieses filmische Mittel erfüllt Barthes' Kriterium einer *déplétion* oder Entleerung ohne leer zu werden und wird zur «eigentlichen Form eines Auftauchens, einer Falte (ja sogar einer Knitterfalte)», und somit zur «Darstellung [im Film], die sich nicht darstellen lässt». <sup>11)</sup>

Die Unvereinbarkeit zwischen Wenders' fiktiver, aber realistischer Ebene und Huyghes dokumentarischer Ebene funktioniert ähnlich wie jene der in CAMPUS MONTPELLIER ineinander geschachtelten Bilder. Beide Ebenen entwickeln einen inneren Dialog – einen dritten oder stumpfen Sinn – und versuchen den Betrachter mit zwingenden, rivalisierenden Bildern davon zu überzeugen, die eine Version entweder als Ergänzung der anderen oder als deren Defizit zu betrachten. Beide Geschichten unterstützen je verschiedene Konventionen hinsichtlich der Realität, doch keiner gelingt es, Realität auch nur annähernd zu erlangen, denn immer handelt es sich um sorgfältig arrangierte Szenen. Diese Unfähigkeit, die Wirklichkeit in den Griff zu bekommen, ist aber weniger ein Zeichen von Schwäche als eines der künstlerischen Stärke dieser Arbeiten. Huyghes CAMPUS MONTPELLIER, aber auch L'ELLIPSE betreibende Kunst in Form komplexer und vielschichtiger kultureller Netze, die auf den fortwährenden Dialog bauen und das Reale nie einzufangen vermögen.

(Übersetzung: Uta Goridis)

- 1) Jan Estep, «Action! An Interview with Pierre Huyghe», in: *New Art Examiner*, Bd. 27, Nr. 10, (Juli/August) 2000, S. 32.
- 2) Jacques Lacan, *Die vier Grundbegriffe der Psychoanalyse, Das Seminarbuch XI* (1964), übers. v. Norbert Haas, Quadriga, Berlin 1987, S. 116.
- 3) Falls nicht anders angegeben, stammen alle Zitate Pierre Huyghes aus einer telefonischen Unterhaltung, die der Autor am 18. September 2002 mit dem Künstler führte.
- 4) Hans Ulrich Obrist, «Pierre Huyghe: Collaborating on Utopia», in: *Flash Art*, Nr. 225, Juli–September 2002, S. 2 und 5. (Hier aus dem Englischen übersetzt.)
- 5) Maurice Merleau-Ponty, *Das Sichtbare und das Unsichtbare*, hrsg. v. Claude Lefort, Wilhelm Fink, München 1994.
- 6) *Pierre Huyghe*, Ausstellungskatalog, Kunstverein München; Kunsthalle Zürich; Secession Wien; Le Consortium Dijon, 1999–2000, S. 177.
- 7) Estep, op. cit., S. 32.
- 8) Ursprünglich wollte Huyghe Michelangelo Antonionis Film *Blow Up* aus dem Jahr 1966 als Vorlage benutzen, da dieser die Grenzen der Photographie angesichts der Realität so elegant auf den Punkt bringt. Aber er fand darin nicht die richtige Konstellation historischer Spuren für seine Verwendung des Jump Cut.
- 9) Zweifellos hatte Barthes' Definition des dritten Sinns Huyghe zu THE THIRD MEMORY (2000) angeregt, wo er dramatisch inszeniert, in welchem Mass John Wojtowicz' eigene Erinnerung an seinen verlorenen Bankraub von Al Pacinos Darstellung seiner Person in Sidney Lumets Film *Dog Day Afternoon* beeinflusst ist.
- 10) Roland Barthes, «Der dritte Sinn», in: *Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn*, Edition Suhrkamp, Frankfurt am Main 1990, S. 54.
- 11) Barthes, ebenda, S. 61, 63.