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

Herausgeber: Parkett

Band: - (2000)

Heft: 58: Collaborations Sylvie Fleury, Jason Rhoades, James Rosenquist

Artikel: James Rosenquist : stories in T-shirt yellow = Geschichten in T-Shirt-Gelb

Autor: Glenn, Constance W. / Schmidt, Susanne

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-679960

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: 14.07.2025

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

CONSTANCE W. GLENN

Stories in T-Shirt Yellow

Most writers (present company included) try to get at Jim Rosenquist's work through the imagery, generally without much success when the goal is a plausible, linear recital of cause and effect. The paintings won't cooperate. They mirror his loopy, untethered anecdotes, which curator Marcia Tucker once called "a holocaust of accents, gestures, sounds, and Rosenquist's physical restructurings of remembered events and people."[1] When he starts unraveling one of his prairie yarns, the shifting narrative simply demands that you give yourself up to the experience; it's a bit like leaping after Alice. You barrel down the rabbit hole, wary of the adventure but captivated nonetheless. Once, for example, I asked him a rather straightforward question about being a billboard painter in New York during the late fifties, and he replied in part:

I transferred into the International Sign Makers & Pictorial Painters Union Local 230, which was largely an Italian union and they really didn't want to let me in. And I made a speech saying that I respected the rights of the older men and they all winked at each other and said, "All right, bring your 275 dollars in Monday." So I reported to the union the first day and there was a secretary that I'd met before and she said, "'How would you like to paint stripes down a highway?" And I said, "No, I don't do that." "How would you like to paint ten thousand numbers up at the polo grounds on the back of seats?" I said, "No, I paint pictures; I paint pictures of anything, people, beer bottles; I can paint anything, but I can't do that." She said, "Oh, well you'll have to wait your turn." So I waited and my first job was painting a Hebrew National Salami sign on the Flatbush extension right near the Manhattan Bridge right at the end of Flatbush Avenue. And it was really difficult because the Hebrew National Salami sign is like the Superman logo with all kinds of perspective and dimension in their stupid lettering. So I had a hard time with that and then I was transferred to Coney Island, on top of baths, and that building still remains. Huge fat women used to come up on top of the roof and take off all their clothes and get a tan and I was up there with five Brooklyn guys, old Brooklyn men, painting a Seagram's whiskey bottle 120 feet long. And I said to Red Smith, I said, "Red, you better yell down there or otherwise we could get arrested for indecent exposure, or peeping tom or something." So this one woman looked up and she said to the other woman, "Don't worry, Sadie, they don't look anyway." I mean, it is a strange instance but it got to be stranger because one guy threw his cigarette butt down and accidentally started the roof, the tarp, on fire and all of these fat ladies went screaming off the roof in a fire and we had to put it out and it got to be one of those funny, strange days.[2]

Of course, merely following along the printed page doesn't give any sense of the huge component of kinetic energy involved in Rosenquist's story tell-

CONSTANCE W. GLENN is the director of the University Art Museum, California State University, Long Beach.

ing. He grimaces, pantomimes wildly, and adopts a variety of stagy voices and postures. In short, his presence is irrepressibly physical, as are the paintings. They exude the aura of the kinetic energy that is essential to their creation, much the way Jackson Pollock's paintings do. Coincidentally, in photographs taken in his Coenties Slip studio in 1961, Rosenquist bears an uncanny resemblance to the Abstract Expressionist whose "drip painting" he had disavowed, terming it an "outmoded cliché." He was not, however, oblivious to the fundamental athleticism of Pollock's attacks on giant canvases, which, in scale, set the standard for Pop Art. Born in 1933 in Grand Forks, South Dakota, Rosenquist's youth was colored by a roustabout existence where painting and hard manual labor were inextricably linked from the beginning. As a teenager, he traveled across Iowa, Minnesota, Wisconsin, and North Dakota with a rough crew of older workers, painting gas tanks, grain elevators and Phillips 66 signs.

From Minnesota to Manhattan, Rosenquist's years as a commercial sign painter (unlike the years other Pop artists spent in more genteel, desk-top commercial art pursuits) set his lifelong methodologies (as well as a good many of his visual narratives). He learned to mix "long," creamy paint that flowed seamlessly; he learned to draw effortlessly, scaling up the tiniest scraps of imagery to billboard scale; he learned to prize the finest oils and big brushes with Chinese bristles that held enormous quantities of paint; he learned to make "all of the colors in the universe" from eight separate tubes of Windsor Newton, and to blend and move the paint to his will.

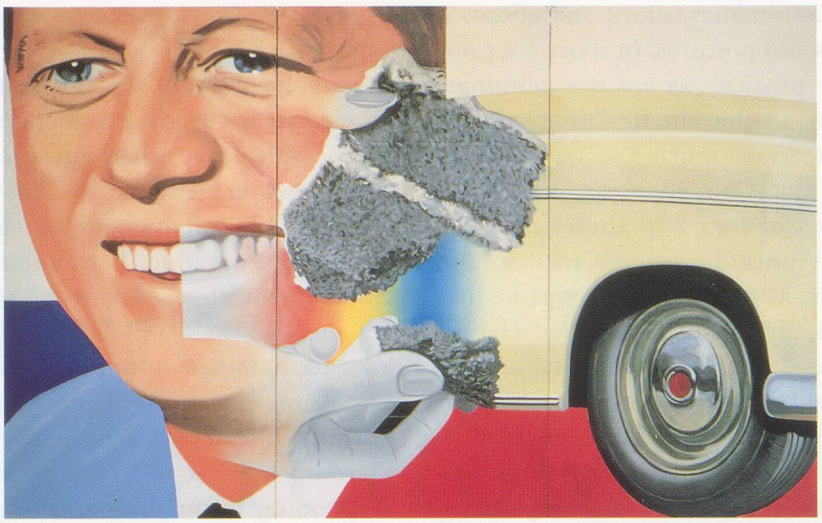
So you know, you really have to put it on thick and fat and heavy so it doesn't become like dust, because (the paintings) become very fragile, it's a very fragile surface. You know the New Realist people had all their airbrushes and all that. I just hate the look of all that stuff. So the idea was people should see the idea first and, in a way, the technique later.

Once defined in an "alphabet," as he called it, of colors that he remembered by their billboard associations—"dirty-bacon tan, T-shirt yellow, Man-tan orange"—the ideas have evolved over the years, but, expressed in increasingly exotic imagery, they comprise a visual diary of his feelings, emotions, and experiences. Giving expression to ideas drives his work, which, in a very blue-collar way, he still defines as long, hard hours of painting. In the beginning he clipped scraps of advertisements from popular magazines, which he scaled up to various degrees of magnification designed to allow him to talk about such pictorial phenomena as scale versus the speed of image recognition: The largest or closest fragment is, paradoxically, the last to be recognized. Look for instance at ZONE (1961). The *Vogue*-ish face and fingers are immediately apprehended while it is almost impossible to comprehend that they have been abruptly intersected by a hugely magnified tomato. Here, in his first fully Pop picture, Rosenquist was responding instinctively to the physical experience of being suspended high on a scaffolding with his face pressed to a two-story cheek, all the while modulating its surface and sensing defining relationships only through peripheral vision.

Big, billboard big, has remained essential to him (today he talks about a 130-foot-plus painting which has been commissioned for the ceiling of the great hall at the Palais Chaillot in Paris). At sixty-six his body still responds to the physical challenge inherent in the scale he needs. He paints in an airplane hangar, has no assistants who "fill in the ground," and, in lieu of rickety ladders, has a small lift that raises him fourteen, fifteen feet. As always, he hand-mixes the paint, working with one-quart cups and a hundred or more tubes of each of his eight colors. Rather than using clippings to trigger ideas, he now uses his own photographs to invent pictorial stories that are not intentionally obscure, just impenetrable on a narrative level without his key. The difficult part for audiences is learning to accept his astonishing flow of images on purely sensual, formal terms, which is why he is continually pressed into the role of raconteur, even though he cautions that the pictures are "not of the world, they're in the world."

1) Marcia Tucker, *James Rosenquist* (New York: Whitney Museum of American Art, 1972), p. 11.

2) This and all quotes unless otherwise identified have been excerpted from unpublished portions of interviews with the author in July 1991 and April 1992.



JAMES ROSENQUIST, PRESIDENT ELECT, 1960–61, oil on masonite, 3 panels, 89¾ x 144" / DESIGNIERTER PRÄSIDENT, Öl auf Masonit, 3 Tafeln, insgesamt 228 x 366 cm. (PHOTO: CENTRE GEORGES POMPIDOU, ADAGP, PARIS, 1999)

CONSTANCE W. GLENN

Geschichten in T-Shirt-Gelb

Die meisten Interpreten (die Schreiberin dieser Zeilen nicht ausgenommen) versuchen Jim Rosenquists Werk über seine Bildsprache zu erschliessen, gewöhnlich ohne viel Glück, solange sie ein logisches, lineares Nacheinander von Ursache und Wirkung verfolgen. Die Bilder spielen da nicht mit. Sie sind eher ein Spiegel seiner wild ausufernden Anekdoten, welche die Kuratorin Marcia Tucker einmal als «wahre Sintflut aus Akzenten, Gebärden, Geräuschen und Rosenquists physischer Nachbildung von erinnerten Ereignissen und Leuten» bezeichnete.[1] Wenn er zu einer seiner Präriegeschichten ansetzt, erfordert das wilde Wogen der Handlung die ungeteilte Aufmerksamkeit seines Zuhörers; es ist ein bisschen, wie Alice ins Wunderland zu folgen. Man saust durch den Kaninchenbau hinunter, etwas nervös, aber dennoch gespannt auf das bevorstehende Abenteuer. Einmal stellte ich ihm zum Beispiel eine ziemlich unverblümte Frage über seine Zeit als Plakatmaler in New York in den 50er Jahren, und er antwortete unter anderem:

Ich wechselte zur International Sign Makers & Pictorial Painters Union Local 230 über, einer vorwiegend italienischen Gewerkschaft, die mich eigentlich nicht haben wollte. Also hielt ich eine Rede, dass ich die Rechte der Älteren respektieren würde, und sie zwinkerten einander zu und sagten: «In Ordnung, bring deine 275 Dollar am Montag.» Also meldete ich mich am ersten Tag auf dem Gewerkschaftsbüro und die Sekretärin, die ich schon von früher kannte, meinte: «Würdest du vielleicht gern die Streifen auf einem Highway malen?» Und ich sagte: «Nein, das mache ich nicht.» «Würdest du lieber zehntausend Nummern auf die Sitzrücklehnen am Polo-Spielplatz malen?» Ich sagte: «Nein, ich male Bilder; ich male alles Mögliche, Leute, Bierflaschen; ich kann alles malen, aber das kann ich

CONSTANCE W. GLENN ist Direktorin des University Art Museum an der California State University, Long Beach.

nicht.» Sie meinte: «Na gut, dann musst du eben warten, bis du dran bist.» Also wartete ich und mein erster Auftrag lautete, ein Hebrew-National-Salami-Reklameschild zu malen, gleich neben der Manhattan-Bridge am Ende der Flatbush-Avenue. Das war echt schwierig, weil der Hebrew-National-Salami-Schriftzug ähnlich aussieht wie das Superman-Logo, mit allen möglichen Perspektiven und räumlichen Effekten in den dämlichen Buchstaben. Also kämpfte ich schwer damit und danach wurde ich nach Coney Island versetzt, gleich über den Bädern, das Gebäude steht immer noch. Riesige fette Weiber stiegen aufs Dach, zogen sich vollkommen nackt aus und nahmen ein Sonnenbad, während ich und fünf alte Typen aus Brooklyn dort oben eine 36 Meter lange Seagram's-Whiskeyflasche malten. Ich sagte zu Red Smith: «Red, schrei lieber mal da runter, sonst kommen wir noch als Exhibitionisten oder Voyeure dran.» Aber dann schaute diese Frau zu uns hinauf und sagte zur anderen: «Mach dir keine Sorgen, Sadie, die gucken gar nicht hin.» Ich finde, das ist schon eine seltsame Geschichte, aber sie wird noch bizarrer, denn einer von uns warf eine Zigarettenkippe runter und setzte damit aus Versehen das Dach, das heisst die Dachpappe, in Brand, und all die dicken Damen verliessen schreiend das brennende Dach, und wir mussten es löschen; und es war wieder einmal einer dieser komischen, bizarren Tage.»[2)]

Natürlich vermittelt das blosse Nachlesen der gedruckten Worte auch nicht annähernd die ungeheure Bewegungsenergie in Rosenquists Erzählweise. Er schneidet Grimassen, führt wilde Pantomimen auf und spielt eine Menge theatralischer Stimmen und Stellungen durch. Kurz, er ist genauso nachdrücklich physisch präsent wie seine Bilder. Sie strahlen eben die kinetische Energie aus, die mit ihrem Entstehungsprozess verbunden ist, ganz ähnlich wie die Bilder Jackson Pollocks. Zufällig sieht Rosenquist auf einigen 1961 (im Coenties-Slip-Studio) entstandenen Photos diesem Vertreter des Abstrakten Expressionismus unheimlich ähnlich, dessen Drip-Paintings er als «veraltet und abgeschmackt» ausdrücklich ablehnte. Dennoch wusste er das grundlegend Athletische von Pollocks Attacken auf gigantische Leinwände zu schätzen, das in Sachen Grösse der Pop-Art Massstäbe setzte. Rosenquist wurde 1933 in Grand Forks, South Dakota, geboren und seine Jugendjahre waren von Gelegenheitsarbeiten geprägt, in denen harte körperliche Arbeit und Malerei von Anfang an untrennbar miteinander verquickt waren. Als Teenager tingelte er mit einer rauhen Bande älterer Arbeiter durch Iowa, Minnesota, Wisconsin und North Dakota und bemalte Benzintanks, Kornsilos und Phillips-66-Benzin-Reklameschilder.

Anders als bei anderen Vertretern der Pop-Art (die sich in edleren Desktop-Werbegefilden umtaten), bilden Rosenquists Wanderjahre als Maler von Reklameschildern von Minnesota bis Manhattan die lebenslängliche technische Grundlage seiner Malerei (und auch eines guten Teils seiner plastisch erzählten Geschichten). Er lernte lang haltbare Farben von cremiger Konsistenz zu mischen, die flossen ohne Ränder zu bilden; er lernte mühelos zu zeichnen und die kleinsten Bildelemente auf Reklamewand-Ausmasse zu vergrössern; er lernte die besten Öle und jene grossen chinesischen Pinsel schätzen, die enorme Farbmengen aufzunehmen vermögen; er lernte «alle Farben des Universums» aus acht Windsor-Newton-Tuben zu mischen und sie beliebig zu kombinieren und zu bewegen.

Wissen Sie, man muss sie wirklich dick und fett und schwer auftragen, damit sie nicht staubig wirken, denn die Bilder sind sehr verletzlich, weil der Grund äusserst heikel ist. Die Neorealisten hatten doch diese Airbrushgeräte und all das. Ich kann den Anblick dieser Sachen nicht ausstehen. Die Absicht war also gewissermassen, dass die Leute zuerst die Idee sehen sollten und erst danach die Technik.

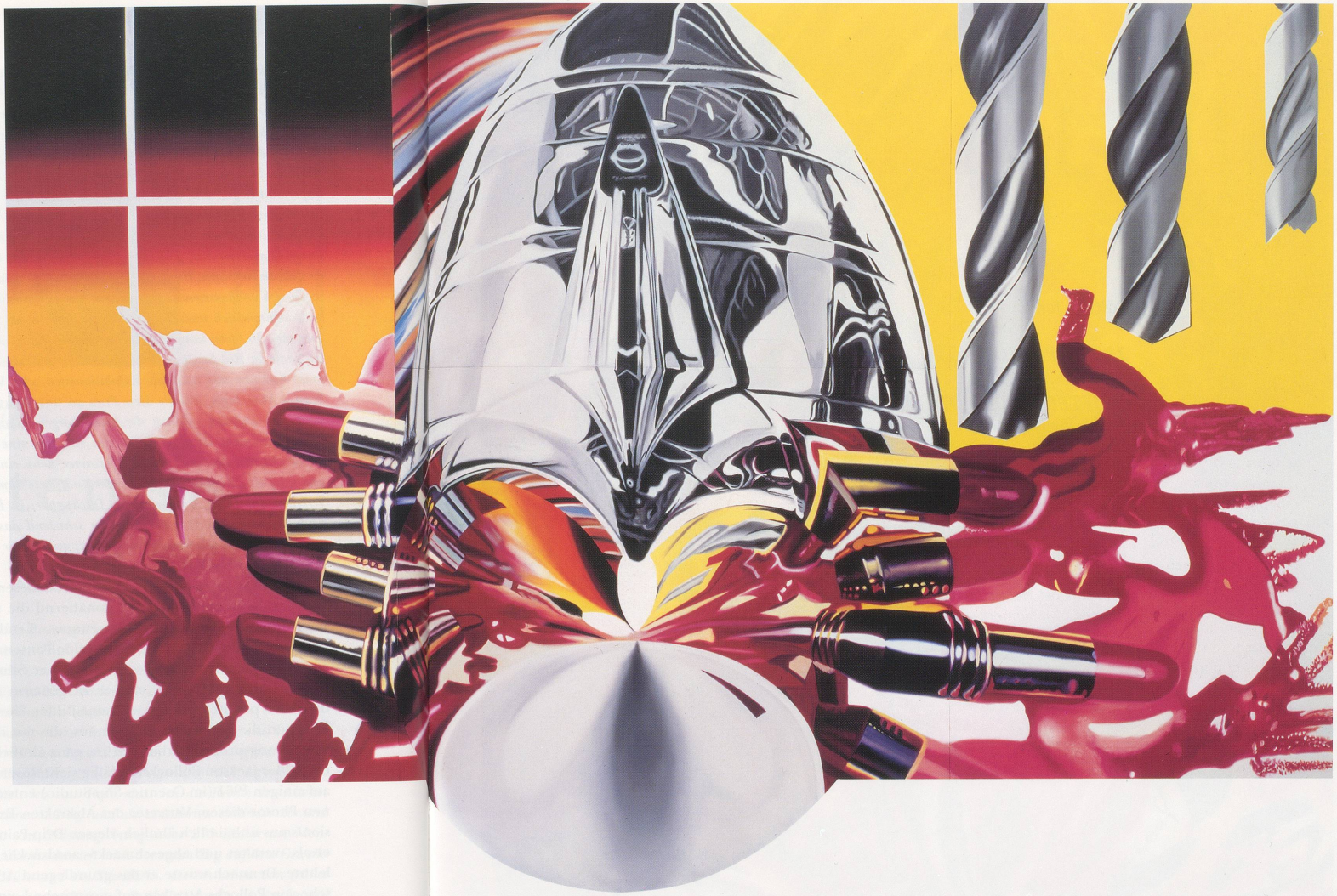
Zunächst in einer Art Alphabet jener Farben aufgelistet, an die er sich aus Reklamezeiten erinnerte – «schmutziges Speckbraun, T-Shirt-Gelb, Teint-Orange» –, haben sich diese Ideen im Lauf der Jahre entwickelt, aber im Umfeld einer immer exotischeren Bildsprache ergeben sie ein visuelles Tagebuch seiner Empfindungen, Gefühle und Erlebnisse. Es ist der Wille, Ideen Ausdruck zu verleihen, der hinter seiner Arbeit steht, die er übrigens, ganz Arbeiter, nach wie vor als «lange, anstrengende Stunden des Malens» versteht. Anfänglich schnitt er Schnipsel von Werbeanzeigen aus bekannten Illustrierten aus und vergrösserte sie in unterschiedlichem Massstab, um Phänomene abzuhandeln wie das Verhältnis von Grösse und Geschwindigkeit der Bild-Erkennung: Das grösste oder räumlich nächste Fragment ist erstaunlicherweise jenes, das zuletzt erkannt wird. Man schaue sich etwa ZONE (1961) an: Das Gesicht

und die Finger, die aus *Vogue* stammen könnten, werden sofort wahrgenommen, während es fast unmöglich ist zu erkennen, dass sie von einer riesenhaft vergrösserten Tomate brutal angeschnitten werden. In diesem ersten eigentlichen Pop-Bild reagierte Rosenquist instinktiv auf die physische Erfahrung, auf einem hohen Gerüst mit dem Gesicht dicht an einer zwei Stockwerke hohen Wange zu baumeln, dabei deren Oberfläche zu modellieren und die entscheidenden Proportionen immer nur in einem peripher streifenden Blick eher spüren als sehen zu können.

Grösse, Reklamegrösse, ist für Rosenquist wichtig geblieben (heute spricht er von einem mehr als vierzig Meter langen Gemälde, das für die Decke der grossen Halle des Palais Chaillot in Paris bestellt wurde). Mit sechsundsechzig Jahren ist sein Körper den physischen Anforderungen, die diese Massstäbe stellen, noch immer gewachsen. Er malt in einem Flugzeughangar, beschäftigt keine Assistenten «zum Flächen Ausmalen» und hat, statt wackliger Leitern, einen kleinen Lift, der ihn vier bis fünf Meter hochfahren kann. Wie eh und je mischt er die Farbe von Hand, arbeitet mit Viertelliter-Tassen und hundert oder mehr Tuben von jeder seiner acht Farben. Seine Ideen schöpft er mittlerweile weniger aus Zeitungsausschnitten als aus eigenen Photographien, die er zu Bildgeschichten verarbeitet, die nicht bewusst unverständlich sein sollen, die aber, was die Handlung angeht, ohne seinen Schlüssel undurchdringlich bleiben. Da liegt auch die Schwierigkeit für Rosenquists Publikum, dem es offenbar schwer fällt, seinen verblüffenden Bilderfluss auf einer rein sinnlichen, formalen Basis zu akzeptieren: Immer wieder wird er in die Rolle des Geschichtenerzählers gedrängt, obwohl er selbst warnt, dass seine Bilder nicht «von der Welt handeln, sondern selbst Teil der Welt sind».

(Übersetzung: Susanne Schmidt)

1) Marcia Tucker, *James Rosenquist*, Ausstellungskatalog, Whitney Museum of American Art, New York 1972, S. 11.
2) Dieses und alle anderen Zitate stammen, sofern nicht anders vermerkt, aus unveröffentlichten Sequenzen von Interviews der Autorin mit dem Künstler im Juli 1991 und April 1992.



JAMES ROSENQUIST, THE SWIMMER IN THE ECONO-MIST (PAINTING 1), 1997, oil on canvas, 138 x 240", at center ca. 156" high /
DER SCHWIMMER IM ECONO-MIST (BILD 1), Öl auf Leinwand, 350 x 610 cm, in der Mitte ca. 396 cm hoch.