

Balkon : down the airshaft = die Luftschlacht hinunter

Autor(en): **Flood, Richard / Grob, Gertrud**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): - **(1988)**

Heft 17: **Collaboration Peter Fischl/david Weiss**

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-681013>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

BALCON

RICHARD FLOOD

DOWN THE AIRSHAFT

Isn't this the sofa on which your father bled to death? - Alban Berg, LULU, 1936

That cheap originality which finds expression in putting things to uses for which they were not intended is often confounded with individuality; whereas the latter consists not in an attempt to be different from other people at the cost of comfort, but in the desire to be comfortable in one's own way, even though it be the way of a monotonously large majority.

- Edith Wharton and Ogden Codman, Jr., THE DECORATION OF HOUSES, 1897¹⁾

Let's play a game! Quick, pick a work of art - one you truly love. Now, think of a setting which would seriously compromise that art. Hurry up, be specific. How big is the room? Are the walls papered or painted? Is the floor carpeted or bare? What style of furniture? What kind of bibelots? When you see it, freeze it. Let your eyes wander. What element is most damaging to the art? Is it the paisley wallpaper, or the zebra-covered wing chairs, or the Navajo throw rugs, or the arrangement of gladiolas next to all those Toby mugs? Don't waffle; be firm. As soon as you've identified the biggest problem, think about the art. Would a great something else pale quite so definitively if it was proximate to that wallpaper or those mugs? Well, would it? If, in your mind's eye, that something else isn't experiencing nearly as many problems as your first choice, you're playing the game. Congratulations!

I started playing the game a couple of years ago in a dentist's waiting room while leafing

RICHARD FLOOD is a writer living in New York.

through an issue of the magazine HOUSE & GARDEN. There, in the middle of a glossy living room layout, hung a painting by an artist whose work I particularly admired. Yet, clinging to a wall of aubergine silk from Scalamantré and overlooking a settee in chintz from Colefax and Fowler, the painting looked mindlessly decorative - just one more cupbearer at a catamites' convention. I found myself thinking of what exactly (and by whom) might have a fighting chance in the middle of all that texture, and the game was born. Since then, I've floated Gerhard Richter landscapes between Venetian sconces, hefted Richard Serra sculptures into faux-marbled foyers, and propped Francesco Clemente watercolors over gold-fauceted bidets. I've also become addicted to interior design publications; their pages were my playing field. Month after month, I devoured an assortment of magazines (ARCHITECTURAL DIGEST, METROPOLITAN HOME, VOGUE INTERIORS, etc.), uncovering ever more startling, aesthetic abuses, finding that there was no concept too vile for some decorator to perpetrate on a

guileless work of art. Or, conversely, that there was no work of art too vile to elaborate on the endless arabesque of decor. Through it all, my favorite magazine remained the first I had seen, HOUSE & GARDEN. But that was then and this is now and everything has changed. Sadly, my playing field has run to weed.

The HOUSE & GARDEN which I discovered at the dentist's was an endearing, capricious vamp. I felt my interest in it to be not unlike that expressed by the narrator for Henry James' most exasperating of heroines, the Princess Casamassima (née Christina Light):

He was not in love with her: he disapproved of her, he distrusted her: and yet he felt it a kind of privilege to watch her. . . . The background of her nature, as he would have called it, was large and mysterious, and it emitted strange fantastic gleams and flashes. Watching for these rather quickened one's pulses.²⁾

Or as the Princess said of herself: "In plain English, I am odiously frivolous."

What, you may ask, had so effectively baited my attention? Well, initially, it was the pictures – pictures of rooms, rooms which were organized into thematic narratives where the theater of their invisible inhabitants was played out. Only infrequently were the inhabitants named; more often than not, they were referred to by vague appellations like "young professionals" or "art collectors" or, more picaresquely, an "enchanted Persian couple." So, anyway, here was this stream of rooms and some were decisively urban and some were casually country, and some were pointedly decadent and others were upstandingly traditional. The layout set a pace that moved one through a thicket of Biedermeier into a cool Modernist glade at a jogger's pace. And, behind the visuals was the prose which actually seemed to be written and/or edited to a weight that complemented the accompanying pictorials. One of the first pieces I remember reading cited a "hostess" who had removed her Syrie Maugham sofa from storage "now that

hyperbole is back" – an eminently quotable gesture which got me perusing the type with the same avidity as the visuals.

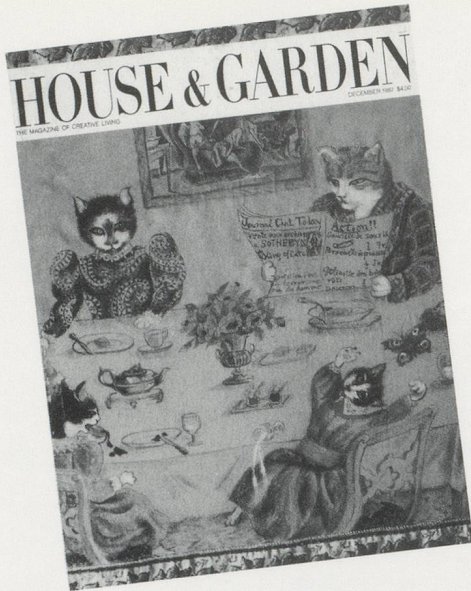
HOUSE & GARDEN's only real American competition was ARCHITECTURAL DIGEST, and, believe me, it didn't come close. For starters, it named names (usually "iffi" celebrities like Carrie Fisher and Tom Selleck) and featured rooms that looked as if the price tags were still stuck to the bottom of every Han Dynasty vase in the mirrored bookcase. Then too there was the prose – puff pieces that tended to inflate like monstrous, atomically-altered blowfish:

The owners – he, the president of a large automotive sound and telecommunications company; she, a former film and television actress and singer – knew precisely what they wanted: a resplendent Italianate villa recalling the glamor of old Hollywood.³⁾

It's the kind of grotesque gush that can stray off, as the foregoing did, into such necrophiliac visions as "a formally garbed Gable and Lombard, Hepburn and Tracy sipping apéritifs." Suffice to say, my heart remained with HOUSE & GARDEN's hyperbolic hostess.

In all fairness, it should be noted that HOUSE & GARDEN was also capable of attempting to cash in on the cult of personality but their choices – Dominique de Menil or Balthus – were so giddily *entre nous* that it was amusing to second-guess upcoming selections (maybe Ned Rorem or Doris Lessing). Even when the prose was at its silliest, its writers erred more toward Evelyn Waugh than Hedda Hopper:

All his favorite pictures were there patterning the redness, illuming the gloom, and so were the lovely gold tiered console in the manner of William of Kent, beneath the painting of a shivering dog cushioned between black marble busts, the battered old cupboard with its crowning marble Laocoön agonizing among the branches of coral, and the blue Adam armchair with the subtle upholstery of seventeenth-century Mughal velvet.⁴⁾



So, if you'd mourned the passing of Bloomsbury, you needn't have. More importantly, if you feared misplacing your brain, there was always something historically revelatory (mostly by in-house editor Martin Filler) which tended to advance a concisely authentic revisionist position. Share, for example, a moment in Filler's appreciation of Villa Savoye:

Looking at the colors of this most recent repainting of the Villa Savoye, one realizes that the salmon pink, sky blue, dark blue, dark green, maroon, terracotta, and orange are nothing less than the very palette the Postmodern architects, and especially Michael Graves, have claimed as their own in reaction to the supposed colorlessness of the International Style. It is doubly ironic that one of the least attractive and uncalled for features of Graves' lectures proposing the need for an alternative to Modernism has been his belittling attacks on Le Corbusier, whose style he copied earlier in his own career before moving on to more remote historical sources.⁵⁾

Not a bad smoking gun for the Noguchi coffee table. Nonetheless, Filler aside, I eventually felt the need to justify my reckless nibbling on the awful, chi-chi ooze of decor by swallowing the antidote of historic precedent. For my historicist rehabilitation, I turned to THE

DECORATION OF HOUSES, by Edith Wharton and Ogden Codman, Jr.

Published over a century ago and recently re-issued, this Brahminical tome had imperiously dictated American taste for more than several decades before lapsing into obscurity. Reading it now – getting caught up in the sacerdotal absolutism of the prose – is alternately charming and appalling. Share with me the salubrious fanaticism of the authors' thesis:

When the rich man demands good architecture his neighbors will get it too. The vulgarity of current decoration has its source in the indifference of the wealthy to architectural fitness. Every good moulding, every carefully studied detail, exacted by those who can afford to indulge their taste, will in time find its way to the carpenter-built cottage. Once the right precedent is established, it costs less to follow than oppose it.⁶⁾

Undeniably, the odious simplicity of this kind of premise is scary on a whole lot of levels. It is also ingeniously provocative and leads to Wharton and Codman's weirdly touching conclusion in which sails are set for a sea of aesthetic equilibrium where:

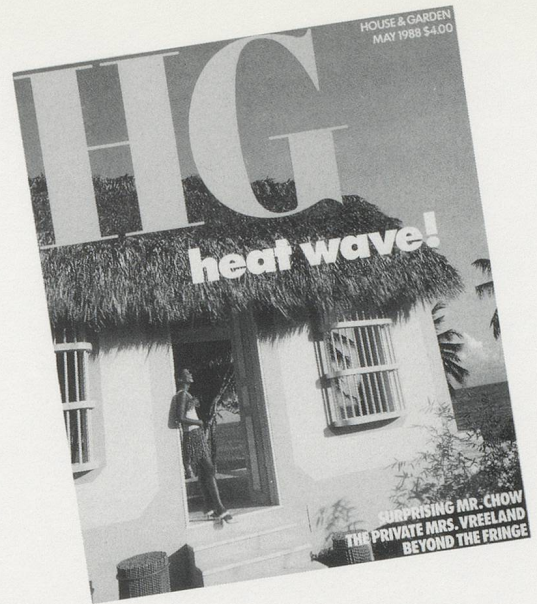
There is no absolute perfection, there is no communicable ideal; but much that is empiric, much that is confused and extravagant, will give way before the application of principles based on common sense and regulated by the laws of harmony and proportion.⁷⁾

Now, who wants to pick a fight with that? Not me. And yet... there is something more than peripherally creepy about it all. Looking for an historic placebo, I stumbled on a bunker full of live ammo. Suddenly, I was reminded of the insidiously glib fascism of Ralph Lauren's advertising campaigns as they appear month after month in upwardly-scaled American magazines. In these advertisements, Lauren's marketing features pictorial constructs in which chiseled white models enact scenarios exploring the narcotizing properties of power. (If John Updike had written the screenplay for

Visconti's *THE DAMNED* and set it in Connecticut, the result would have been a Lauren promotional video.) Those Lauren models, it occurred to me, were being installed as the proud inheritors of Wharton and Codman's houses – as the “young professional” inhabitants of all those *HOUSE & GARDEN* interiors. Shockingly my flight of associative fantasy was leading me straight into the dark night of an American Halloween where razor blades slide silently into luscious autumn apples intended for the baskets of credulous children like ourselves.

Let me pause for a moment. Perhaps I've gone too far. My topic has made me conflicted. I want to pull back and temper my anxiety. I want to return to *HOUSE & GARDEN*. I want to go back to March of 1988, when the magazine's long-standing, wonderfully named editor, Louis Oliver Gropp, was replaced by Condé Nast's smartass wunderkind, Anna Wintour. With that transfer of power, *HOUSE & GARDEN* became *HG* and the battering of an institution began. What Gropp had raised to a level of charming discourse, Wintour turned into a hyperventilated hen party. Where Gropp encouraged editorial diversity, Wintour dug in with a relentlessly anal series of theme issues. (Banner headlines on her covers have gone from “Romance” to “Heat Wave” to “Into the Garden,” with each issue maniacally conforming to its pastry shell of a theme.) Where Gropp molded writers and rooms into elegant little divertissements, Wintour brutally goosed the magazine with pinkish shears to generate page after page of jagged-edge photo layouts where details are scaled up for color, not content. Where Gropp cultivated the art of the essay, Wintour became the queen of the blurb. Her “Into the Garden” issue, for example, began with a double-page spread of a celebutant in a Philippe Model hat waving a garden fork; she was accompanied by the following copy:

Hail Botanica! This year's garden yields a bumper crop of surprises – hats



crawling with ivy, friendly follies, torso topiary, flowers of power.⁸⁾

Where Gropp was putting out a magazine with a four-star menu, Wintour is dishing out leftover stew. Her *HG* has been jokingly referred to as *HOUSE & GARMENT*, but that makes it sound more focused than it is. What Condé Nast has wrought with its new editor is just another ubiquitous Condé Nast publication dedicated to the proposition that the Siamese twins of consumerism and illiteracy are inoperably inseparable and temptingly lucrative. Most regrettably, from my point of view, Wintour has taken *HOUSE & GARDEN*'s rather delicate little feet and shoved them into tissue-crammed jack boots. She has aggressively politicized my innocent game and I resent it.

I also resent having to turn to a muddled hack like Ayn Rand for my conclusion, but Wintour is simply too like Dominique Francon, the operatically conflicted heroine of *THE FOUNTAINHEAD*, to let the similarity pass unremarked. Rather romantically, I see Wintour's destruction of Gropp's creation to be very like Francon's destruction of a sculptural antiquity – an act which she justifies thusly:

I had a statue which I found in Europe – a statue of a God. I think I was in love with it, but I broke it . . . I threw it down the airshaft . . . So that I wouldn't have to love it. I didn't want to be tied to any-

thing. I wanted to destroy it rather than let it be a part of a world where beauty and genius and greatness have no chance.⁹⁾

As for me... well, I feel badly. I never wanted to see interior decoration as another imperialist cancer that bears watching. I never wanted to play a game that was slick with the sweat of the needy. Unfortunately, when one is caught in the shadow cast by the leveling hammer of capitalism, such thoughts are inescapable. Goodbye, HOUSE & GARDEN.

- 1) Edith Wharton and Ogden Codman, Jr., THE DECORATION OF HOUSES, New York-London, W.W.Norton & Company, 1978, p. 17.
- 2) Henry James, RODERICK HUDSON, Harmondsworth, Middlesex, England, Penguin Classics, 1986, p. 226.
- 3) John Gruen, "Paen to Glamour," ARCHITECTURAL DIGEST, September 1987, p. 103.
- 4) Christopher Gibbs, "Bennison Style," HOUSE & GARDEN, April 1987, p. 173.
- 5) Martin Filler, "Le Corbusier's TrueColors," HOUSE & GARDEN, May 1987, p. 226.
- 6) Wharton and Codman, p. III.
- 7) Wharton and Codman, p. 198.
- 8) Unattributed, "... into the garden," H G, June 1988, p. 108.
- 9) Ayn Rand, from the screenplay of THE FOUNTAINHEAD, 1949, directed by King Vidor, produced by Warner Bros. Starring Gary Cooper and Patricia Neal.

Post Script:

In June of 1988, Anna Wintour's slash-and-burn reign at HG came to an end. The magazine had been vulgarized, ubiquitous and given a more pluralistic advertising base. As had been rumored from the start, Wintour was named editor in chief of American VOGUE where she replaced the legendary Grace Mirabella. A Wintour trainee took her place at HG and Condé Nast's dollar-bill formula remains solidly and brutally in place.

RICHARD FLOOD

DEN LUFTSCHACHT HINUNTER

Ist das nicht das Sofa, auf dem Dein Vater zu Tode blutete? Alban Berg, LULU, 1936

Jene billige Originalität, welche zum Ausdruck kommt, wenn man Dingen eine neue Verwendung zuschreibt, wird oft mit Individualität verwechselt, wobei letztere nicht darin besteht, auf Kosten der Bequemlichkeit anders als andere Leute zu sein, sondern im Wunsch, sich auf seine eigene Art wohl zu fühlen, auch wenn dies die Art einer eintönig grossen Mehrheit ist.

Edith Wharton und Ogden Codman Jr., THE DECORATION OF HOUSES, 1897

Kommen Sie, machen wir ein Spiel. Schnell, wählen Sie ein Kunstwerk, eines das Sie wirklich lie-

ben! Und nun, denken Sie sich eine Umgebung aus, die das Kunstwerk echt kompromittieren würde.

Beeilen Sie sich, seien Sie präzise! Wie gross ist das Zimmer? Sind die Wände gestrichen oder tapetiert? Hat das Zimmer einen Teppich oder nicht? Welches ist der Stil der Möbel? Welche Nipp-sachen? Wenn Sie das alles sehen, merken Sie es sich gut. Lassen Sie Ihr Auge wandern. Welches Element stört das Kunstwerk am meisten? Ist es die Paisley-Tapete oder der zebra gestreifte Überzug des Ohrensessels, die Navajo-Teppiche oder der Gladiolenstrauss gleich neben all den Bierkrügen? Nicht quasseln, entschliessen Sie sich! Sobald Sie den grössten Störfaktor identifiziert haben, denken Sie über das Kunstwerk nach. Würde ein anderes grossartiges Kunstwerk genauso definitiv erblan-sen, stände es unmittelbar neben den Tapeten oder den Bierkrügen? Sofern jenes andere vor Ihrem geistigen Auge bei weitem nicht so viele Probleme in sich birgt wie Ihre erste Wahl, dann haben Sie das Spiel begriffen. Herzlichen Glückwunsch!

Ich begann dieses Spiel vor etwa zwei Jahren im Wartezimmer beim Zahnarzt, beim Durchblättern einer Ausgabe von HOUSE & GARDEN. Da hing, inmitten einer glänzenden Wohnzimmereinrichtung, ein Gemälde eines Künstlers, dessen Werke ich ganz besonders bewundere. Aber an einer mit auberginefarbener Seide von Scalamandré bespannten Wand, über einem Sofa mit Chintz-überzug von Colefax und Fowler, sah das Bild geistlos dekorativ aus, gerade wie ein weiterer Mundschenk an einer Versammlung von Lustknaben. Ich ertappte mich bei der Überlegung, was genau (und von wem) inmitten all dieser Stoffe eine Chance auf Erfolg haben würde, und so war das Spiel geboren. Seither lasse ich Landschaftsmalereien von Gerhard Richter zwischen venezianischen Leuchtern treiben, stelle Skulpturen von Richard Serra in Entrées aus falschem Marmor und hänge Aquarelle von Francesco Clemente über Bidets mit goldenen Hähnen. Ich wurde auch süchtig nach Magazinen für Inneneinrichtungen, deren Seiten mein Spielplatz wurden. Monat für Monat verschlang ich eine Auswahl von Zeitschriften (ARCHITECTURAL DIGEST, METROPOLITAN

RICHARD FLOOD schreibt und lebt in New York.

HOME, VOGUE INTERIORS usw.), wobei ich stets mehr solcher erschreckender ästhetischer Missbräuche entdeckte und feststellte, dass für einige Innenarchitekten kein Konzept abscheulich genug sein konnte, um an einem harmlosen Kunstwerk ein Verbrechen zu begehen. Oder umgekehrt, es war kein Kunstwerk abtossend genug, um die endlose Arabeske der Ausstattung zu vervollkommen. Nach all dem blieb HOUSE & GARDEN, die erste jener Zeitschriften, die ich entdeckt hatte, mein Favorit. Aber das war damals, und jetzt ist heute, und alles hat sich verändert. Wie traurig, mein Spielplatz ist zu Unkraut geworden.

Die Ausgabe von HOUSE & GARDEN, welche ich damals beim Zahnarzt vorfand, war ein lockend kapriziöser Vamp. Mein Interesse daran ist etwa zu vergleichen mit demjenigen an Henry James' aufreizendster Heldin, Prinzessin Casamassima (geborene Christina Light), das der Erzähler wie folgt beschreibt:

Er liebte sie nicht, er verurteilte sie, er traute ihr nicht und trotzdem betrachtete er es als eine Art Privileg, sie zu beobachten . . . Der Hintergrund ihres Wesens, wie er es genannt haben würde, war gross und mysteriös und strömte fremde, fantastische Schimmer und Blitze aus. Nach diesen Ausschau zu halten beschleunigte den Puls.

Oder wie die Prinzessin von sich selbst sagte: «Unverblümt gesagt, ich bin abscheulich frivol.»

Was, mögen Sie sich fragen, hat denn meine Aufmerksamkeit so erfolgreich geködert? Nun ja, zu Beginn waren es die Bilder, Bilder von Räumen, die nach thematischen Erzählungen gestaltet waren, wo das Theater ihrer unsichtbaren Bewohner gespielt wurde. Die eigentlichen Bewohner wurden nur selten genannt, viel öfter wurde auf sie Bezug genommen mit vagen Anspielungen wie «young professionals», «Kunstsammler» oder eher abenteuerlich: «ein bezauberndes, persisches Paar». Wie dem auch sei, da war diese Flut von Räumen, einige davon bewusst städtisch und andere ungezwungen ländlich gehalten, einige ausgesprochen dekadent und andere aufrichtig traditionell. Das Layout führte den Betrachter im Jogger-Tempo durch ein Dickicht von Biedermeier in



FROM/AUS: HOUSE & GARDEN, DECEMBER 1987, 180/81

eine kühle, modernistische Lichtung. Hinter dem Visuellen war die Prosa, die tatsächlich den Anschein erweckte, mit der Absicht geschrieben und/oder veröffentlicht worden zu sein, die begleitenden Bilder zu vervollständigen. Einer der ersten Texte, den ich las, zitierte eine «Gastgeberin», die ihr Syrie-Maugham-Sofa aus dem Estrich geholt hatte: «jetzt, da die Übertreibung wieder in ist» – eine ganz besonders erwähnenswerte Geste, die mich veranlasste, diese Art von Magazinen mit derselben Begierde durchzulesen, wie ich die Bilder betrachtete.

Die einzig wirkliche amerikanische Konkurrenz von HOUSE & GARDEN war ARCHITECTURAL DIGEST und, glauben Sie mir, dieses war nicht annähernd so gut. Zunächst einmal erwähnte es Namen (normalerweise fragwürdige Größen wie etwa Carrie Fisher und Tom Selleck) und zeigte Räume, die aussahen, als ob an allen Vasen aus der Han-Dynastie, welche im Spiegelschrank standen, noch die Preisschilder klebten. Auch hier die Prosa, aufdringliche Sätze, die dazu neigten, sich aufzublasen wie monströse, atomarisch veränderte Kugelfische.

«Die Besitzer – er Präsident einer grossen Auto-Hi-Fi- und Telekommunikationsfirma, sie eine ehemalige Film- und Fernseh-Schauspielerin und Sängerin – wussten genau, was sie wollten: eine strahlende Villa im italienischen Stil, die Gefühle an den alten Hollywood-Glanz wieder wachruft.»

Dies ist die Art groteske Überschwenglichkeit, die abschweift in solche nekrophile Visionen wie «for-

mell gekleidete Gable und Lombard, Hepburn und Tracy, Apéritifs nippend». Unnötig zu sagen, mein Herz blieb bei der übertreibenden Gastgeberin von HOUSE & GARDEN.

Bei aller Fairness sollte man beachten, dass HOUSE & GARDEN auch fähig war, versuchsweise dem Persönlichkeitskult zu frönen, aber die Wahl – Dominique de Menil oder Balthus – war so leichtsinnig «entre nous», dass es amüsant war zu rätseln, wer als nächster dran war (vielleicht Ned Rorem oder Doris Lessing). Auch wenn die Prosa am dümmlichsten war, irrten die Autoren eher in Richtung Evelyn Waugh als Hedda Hopper:

«All seine Lieblingsbilder waren da, bildeten die Röte nach und beleuchteten die Düsterteit. Genauso war dort die liebliche Konsole in der Art von William von Kent, darunter, eingebettet zwischen schwarzen Marmorbüsten, das Gemälde eines zitternden Hundes, der schäbige alte Schrank mit seinem krönenden, marmorenen Laokoon, herzzerreissend inmitten der Korallenzweige, und der blaue Adam-Lehnstuhl mit dem echten Mughal-Samtüberzug aus dem 17. Jahrhundert.»

Nun denn, falls Sie Bloomsbury nachgetrauert haben, wäre es nicht nötig gewesen. Viel wichtiger ist – wenn Sie gerade befürchteten, Ihren Verstand zu verlieren –, dass immer etwas historisch Ergötzendes (meist von Martin Filler, hausinterner Redaktor) auftauchte, das eine prägnant authentische, revisionistische Position einnahm. Verweilen Sie zum Beispiel einen Augenblick bei Fillers Würdigung der Villa Savoye:

«Beim Betrachten der Farben des letzten Anstrichs der Villa Savoye realisiert man, dass die Lachsfarbe, das Himmelblau, Dunkelblau, Dunkelgrün, Kastanienbraun, Terracotta und Orange nichts anderes sind als die Farbenpalette, welche die Architekten der Post-Moderne für sich beanspruchten, vor allem Michael Graves, als Reaktion auf die angebliche Farblosigkeit des internationalen Stils. Es ist doppelt ironisch, dass einer der unattraktivsten und unnützigsten Sätze von Graves' Vorlesung, welche die Notwendigkeit einer Alternative zur Moderne vorschlägt, seine schmähende Attacke auf Le Corbusier gewesen ist, dessen Stil er früher während seiner eigenen Karriere kopierte, bevor er sich

weiter zurückliegenden historischen Quellen zuwandte.»

Filler beiseite, ich hielt es schliesslich für notwendig, mein rücksichtsloses Knabbern am furchtbaren Sumpf von Dekors durch Schlucken des Gegenmittels, nämlich des historischen Vorgängers, zu rechtfertigen. Für meine geschichtliche Rehabilitation wandte ich mich *THE DECORATION OF HOUSES* von Edith Wharton und Ogden Codman Jr. zu.

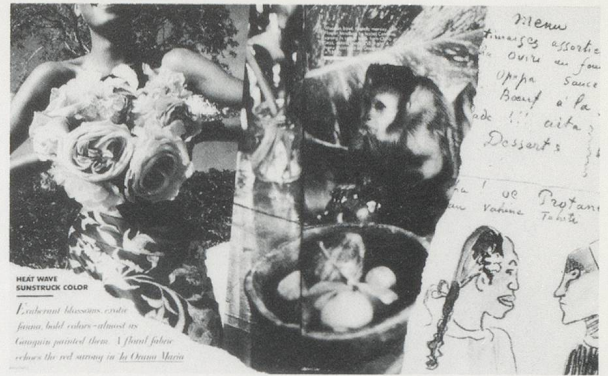
Vor mehr als einem Jahrhundert publiziert und kürzlich wieder aufgelegt, hat dieses kultivierte Werk den amerikanischen Geschmack für einige Jahrzehnte diktiert, bevor es ins Obskure abfiel. Es jetzt zu lesen – sich von der Prosa des priesterlichen Absolutismus fangen zu lassen – ist als Alternative reizend und erschreckend zugleich. Teilen Sie mit mir den heilsamen Fanatismus der Thesen des Autors:

«Wenn der reiche Mann gute Architektur verlangt, werden seine Nachbarn sie ebenfalls erhalten. Die Vulgarität der gegenwärtigen Innenarchitektur hat ihren Ursprung in der Gleichgültigkeit der Reichen gegenüber architektonischer Schicklichkeit. Jede gute Form, jedes sorgsam überlegte Detail, gefordert von jenen, die es sich leisten können, ihrem Geschmack zu frönen, wird mit der Zeit in jedem Haus zu finden sein. Wenn ein Präzedenzfall geschaffen worden ist, ist es einfacher zu folgen, als sich zu widersetzen.»

Es ist unbestritten, die abscheuliche Simplifizierung dieser Art von Prämisse ist auf ganz verschiedenen Ebenen erschreckend. Sie ist auch genial provokativ und führt zu Wharton und Codmans sonderbar ergreifendem Schluss, in dem die Segel für ein Meer von ästhetischem Äquilibrium gesetzt werden und wo es heisst:

«Es gibt keine absolute Perfektion, es gibt kein kommunizierbares Ideal; aber vieles, das empirisch ist, vieles, das verworren und extravagant ist, wird den Prinzipien Platz machen, die auf gesundem Menschenverstand beruhen und gelenkt werden von den Gesetzen der Harmonie und Proportion.»

Nun, wer möchte dagegen den Kampf aufnehmen? Ich nicht. Und trotzdem... da ist etwas mehr als nur etwas entfernt Gruseliges. Nach einem historischen Placebo Ausschau haltend, stiess ich zufällig auf einen Bunker voller echter



FROM/AUS: HG, MAY 1988, 150/151

Munition. Plötzlich wurde ich an den heimtückischen, schlagfertigen Faschismus von Ralph Laurens Werbekampagne erinnert, wie sie Monat für Monat in amerikanischen Magazinen für höhere Ansprüche erscheinen. In diesen Annoncen hat Laurens Marketing malerische Konstrukte erdacht, in denen wohlgeformte weisse Modelle Szenarios darstellen und dabei die narkotisierenden Eigenschaften von Macht erkunden. (Hätte John Updike das Drehbuch für Viscontis «Die Verdammten» geschrieben und die Geschichte in Connecticut angesiedelt, wäre das Resultat ein Lauren-Werbe-Video geworden.) Es fiel mir auf, dass jene Lauren-Modelle dargestellt wurden als die stolzen Erben von Wharton und Codmans Häusern – als die «young professionals»-Bewohner aller *HOUSE & GARDEN*-Inneneinrichtungen. Schrecklich, meine assoziative Phantasie führte mich direkt in die dunkle Nacht eines amerikanischen Halloween: da gerieten Rasierklingen unversehens in leckere Herbstäpfel, die für die Körbe von leichtgläubigen Kindern, wie wir selbst, gedacht waren.

Gönnen Sie mir eine kurze Pause. Vielleicht bin ich zu weit gegangen. Mein Thema hat mich in einen Widerspruch verstrickt. Ich möchte vergessen und meine Bedenken zerstreuen. Ich will zurück zu *HOUSE & GARDEN*, dorthin zurück, als im März 1988 der langbewährte Redaktor mit dem schönen Namen Louis Oliver Gropp durch Anna Wintour, das neunmalkluges Wunderkind von Condé Nast, ersetzt wurde. Mit diesem Machttransfer wurde *HOUSE & GARDEN* zu HG, und die Belagerung

einer Institution begann. Was Gropp auf ein Niveau charmanter Unterhaltung gehoben hatte, wurde von Wintour in eine hyperventilierte Hühnerparty verwandelt. Wo Gropp zu redaktioneller Vielfalt anregte, setzte sich Wintour fest mit einer schonungslosen Serie von langweiligen Themen (die Hauptüberschriften bei ihr reichen von «Romanze» über «Hitzewelle» zu «In den Gärten», um sich mit jeder Ausgabe manisch der Hülle des jeweiligen Themas anzupassen). Wo Gropp Autoren und Räume zu eleganter, kleiner Unterhaltung formte, zerstörte Wintour das Magazin mit einer Zackenschere und produzierte Seite um Seite Photo-Layout, wo Details wegen ihrer Farbe und nicht wegen des Inhalts herausgeholt werden. Wo Gropp die Kunst des Essays kultivierte, wurde Wintour zur Königin des Buchklappentexts. Ihre «Into the Garden»-Ausgabe, zum Beispiel, begann mit einer doppelseitigen Bildreportage über eine fragwürdige Person mit einem Hut von Philippe Model, einen Gartenrechen schwingend, begleitet von folgendem Text:

«Heil Botanica. Dieses Jahr bringt der Garten eine Rekordernte von Überraschungen – Hüte mit Efeu bewachsen, wohlwollende Torheiten, Kunst des Baumschneidens, Blumen der Macht.»

Dort, wo Gropp 4-Stern-Menüs publizierte, serviert Wintour übriggebliebenen Eintopf. Man spricht von ihrem HG als dem HOUSE & GARDEN, aber das lässt es konzentrierter erscheinen, als es ist. Was Condé-Nast mit seiner neuen Chefredaktorin geschmiedet hat, ist lediglich eine weitere, allgegenwärtige Condé Nast-Publikation, die sich der Behauptung widmet, die siamesischen Zwillinge – Konsumismus und Analphabetentum – seien nicht zu trennen und verlockend lukrativ. Meiner Ansicht nach ist es sehr bedauerlich, dass

Wintour die delikaten, kleinen Füße von HOUSE & GARDEN genommen und diese in mit Papier gestopfte Reitstiefel gesteckt hat. Sie hat mein unschuldiges Spiel auf eine aggressive Art politisiert, und das ärgert mich.

Ich bin auch aufgebracht darüber, dass ich für meine Schlussfolgerung zu einem verworrenen Schreiberling wie Ayn Rand zurückgreifen muss. Aber Wintour ist Dominique Francon, der opernhafte gegensätzlichen Königin von THE FOUNTAINHEAD, ganz einfach zu ähnlich, als man dies unbemerkt passieren lassen könnte. Ein bisschen romantisch gesinnt, sehe ich Wintours Zerstörung von Gropps Kreation, ähnlich Francons Zertrümmerung einer bildhauerischen Antiquität – ein Akt, den sie folgendermassen rechtfertigt:

«Ich hatte eine Statue, die ich in Europa fand – die Statue eines Gottes. Ich glaube, ich war verliebt in sie, aber ich zerbrach sie . . . Ich warf sie den Luftschacht hinter . . . So musste ich sie nicht lieben. Ich wollte sie eher zerstören, als sie Teil einer Welt werden zu lassen, in der Schönheit, geniale Schöpferkraft und Erhabenheit keine Chance haben.»

Was mich betrifft, ich fühle mich schlecht. Nie wollte ich Inneneinrichtungen als einen weiteren imperialistischen Krebs sehen, der beobachtet werden muss. Nie wollte ich ein Spiel treiben, das nass ist vom Schweiss der Bedürftigen. Wenn man überrascht wird vom Schatten, den der kapitalistische Nivellierhammer wirft, sind solche Gedanken leider unvermeidlich. Lebewohl, HOUSE & GARDEN!

(Übersetzung: Gertrud Grob)

Für den Nachweis der Zitate siehe englischen Text.

Postscriptum:

Im Juni 1988 hatte Anna Wintours Feuer- und Schwert-Regentschaft bei HG ein Ende. Das Magazin war vulgarisiert, allgegenwärtig und einer pluralistischeren Werbebasis geöffnet worden. Wie bereits seit Beginn gemunkelt worden war, wurde Wintour Chefredaktorin der amerikanischen VOGUE, wo sie die legendäre Grace Mirabella ersetzt. Ein Wintour-Lehrling nahm ihren Platz bei HG ein, und somit bleibt uns Condé Nasts geldbringende Formel fest und brutal erhalten.