

Roy  
**LICHTENSTEIN**



# Roy LICHTENSTEIN

Herausgegeben von Gunhild Bauer  
und Klaus Albrecht Schröder

ALBERTINA

PRESTEL München · London · New York



6	<b>VORWORT</b> Klaus Albrecht Schröder
10	<b>ROY LICHTENSTEIN – IMPERSONAL PAINTING</b> Gunhild Bauer
22	<b>PARALLAXE</b> Michel Thévoz
36	<b>„FREUDE, BRAVOUR UND RESPEKTLOSIGKEIT“</b> <b>Roy Lichtenstein und Frauenbilder</b> Avis Berman
52	<b>ROY LICHTENSTEIN UND DIE POPKULTUR</b> Thomas Hecken
64	<b>LICHTENSTEIN-SKULPTUREN: MULTIPLE PERSÖNLICHKEITEN</b> <b>Ein kurzer Überblick über fünf Jahrzehnte</b> Jack Cowart
82	<b>KATALOG</b>
219	<b>SOURCEBOOKS</b>
244	<b>BIOGRAFIE</b>
256	<b>WERKLISTE</b>

# VORWORT

Nach der Ausstellung 2011, die die radikalen Schwarz-Weiß-Gemälde und Zeichnungen von Roy Lichtenstein präsentiert hat, richtet die Albertina nun dreizehn Jahre später die „Centennial Exhibition“ dieses mit Andy Warhol wohl wichtigsten und bekanntesten Vertreters der Pop-Art aus.

Als einer der entscheidenden Vorläufer der Appropriation Art und Bahnbrecher für die Verschmelzung von High and Low Art zählt dieser Gründungsvater der Pop-Art nicht nur zu den einflussreichsten Figuren der US-amerikanischen Kunst: Roy Lichtenstein ist neben Jackson Pollock und Andy Warhol auch einer der populärsten amerikanischen Künstler. Die „Centennial Exhibition“ anlässlich des 100. Geburtstages dieses Künstlers durchzuführen, unterstreicht die enge Beziehung der Albertina zu Roy Lichtenstein.

Dank der großzügigen Schenkung der Roy Lichtenstein Foundation besitzt die Albertina heute neben mehreren Gemälden, Tapisserien und einem substanziellen Bestand an Druckgrafik eine der umfangreichsten Sammlungen von Skulpturen Lichtensteins: eine immer noch zu wenig bekannte Seite seines Schaffens.

Die in enger Zusammenarbeit mit der Roy Lichtenstein Foundation und deren Direktor Jack Cowart konzipierte Retrospektive steht unter der Schirmherrschaft von Dorothy Lichtenstein. Ihnen beiden gilt unser größter Dank, nicht nur für die umfassende Unterstützung der Ausstellung, sondern darüber hinaus für die Schenkung von über 120 Skulpturen, Tapisserien, Modellen und Arbeiten auf Papier von Lichtenstein: Diese Schenkung macht die Albertina mit dem Whitney Museum of American Art und dem Nasher Sculpture Center in Dallas zu einer der großen Lichtenstein-Kollektionen.

Lichtensteins Bilder haben mit ihrer peniblen Malerei nach einfachen Comicmotiven, inklusive der vergrößerten dem billigen Massendruck geschuldeten Ben-Day-Punkte und den das Bild begleitenden Sprechblasen, Generationen an Künstlerinnen und Künstlern befruchtet.

Unsere Schau reicht von den ersten Pop-Gemälden – eine dezidierte Affirmation der Rollenklischees der 1960er-Jahre mit den stereotypisierten Blondinen und klischeehaften Romanzen à la Hollywood, die Lichtenstein durch den Filter von Cartoonvorlagen monumentalisiert – über die Wiederbelebung der Gattung des Stilllebens, das sich dem wirtschaftlichen Boom der prosperierenden Nachkriegszeit verdankt, bis hin zu den Landschafts- und Interieurdarstellungen der 1970er- bis 1990er-Jahre. Die Retrospektive schließt auch erstmals die Skulptur Roy Lichtensteins ein, wobei die wichtige Serie der *Brushstrokes* sowohl durch Gemälde als auch Plastiken repräsentiert wird.

1992 hat Roy Lichtenstein gemeinsam mit Leo Castelli Wien besucht, um meine Victor-Vasarely-Retrospektive im Kunstforum zu studieren. Obwohl Vasarely zu diesem Zeitpunkt den Zenit seiner Berühmtheit längst überschritten hatte, war Roy Lichtenstein zu dieser Zeit an den Op-Art-Effekten besonders interessiert, wie die großformatige Landschaft *Treetops Through the Fog* in unserer Ausstellung (S. 216/217) belegt.

Mit seinem komplexen Werk vollzieht Lichtenstein einen Paradigmenwechsel in der Kunst: Er etabliert ein neues Bildverständnis, das den individuellen Ausdruck in der Kunst und die abstrakt-expressionistische Geste der abstrakten Expressionisten radikal infrage stellt. Seine Kunst ist höchst reflexiv und selbstreferenziell: Lichtensteins Bilder beziehen sich auf bereits bestehende Bilder, nicht auf die Realität. Sein visuelles Programm bedient sich gleichermaßen bei der High wie bei der Low Art. Stereotype Frauenbilder aus Werbung und Comics setzt er seit seinem frühen Werk bis ins Alterswerk überdimensioniert in Szene. Mit beißender Ironie erteilt er dem Pathos des subjektiven Ausdrucks und den

großen Gesten des künstlerischen Temperaments eine Absage, indem er in den sogenannten Brushstrokes den Pinselstrich der Malerfürsten aus dem Bildzusammenhang herauslöst und wie eine Trophäe zitiert: in einer entindividualisierten Manier aus Linien, Punkten, Rastern und Schraffuren, die die Rasanz eines expressiven Pinselstrichs stillstellt und dessen Schein der Authentizität und Unmittelbarkeit als bloß „simulierten Niederschlag des Temperaments“ entziffert. Der Künstler unterstreicht mit der Imitation von industriellen Drucktechniken die Anonymität und Serialität seiner Ausführungen. Lichtensteins Bilder erheben in ihrer Machart und Ästhetik keinen Anspruch auf Exklusivität und Originalität und schaffen doch einzigartige Meisterwerke von einem unvergleichlichen Wiedererkennungswert.

Mein tiefer Dank gilt Dorothy Lichtenstein und Jack Cowart, dem Direktor der Roy Lichtenstein Foundation, für die großzügige Schenkung der Foundation an die Albertina und für die tatkräftige Unterstützung unserer Jubiläumsausstellung. Ohne den stets bewährten Rat von Jack Cowart und ohne seine Kontakte zu privaten Leihgeberinnen und Leihgebern wäre diese Ausstellung nicht in dieser Form zustande gekommen.

Mein ganz besonderer Dank gilt auch Andrea Theil, der Verfasserin des 2023 online publizierten Catalogue Raisonné. Andrea Theil hat ihr Wissen jederzeit großzügig mit uns geteilt. Weiters möchte ich Frank Avila-Goldman vom Estate of Roy Lichtenstein und Allison Chomet von der Roy Lichtenstein Foundation für die großzügige Bereitstellung des Bildmaterials danken.

Von tiefstem Herzen bedanke ich mich bei den Autoren Avis Berman von der Roy Lichtenstein Foundation und einmal mehr bei Jack Cowart, dem intimen Kenner des skulpturalen Werks von Roy Lichtenstein. Thomas Hecken, Literatur- und Kulturwissenschaftler mit dem Forschungsschwerpunkt Popkultur, sowie Michel Thévoz, Experte für Art Brut und Gründungsdirektor der Collection de l'Art Brut in Lausanne haben uns unschätzbare Beiträge zum Werk von Roy Lichtenstein zur Verfügung gestellt.

Barbara Bertozzi Castelli, Thaddaeus Ropac, Stefan Ratibor und Antonio Homem sei von ganzem Herzen für die Vermittlung kostbarster unverzichtbarer Privatleihgaben gedankt.

Diese Centennial-Ausstellung wurde von Gunhild Bauer, Kuratorin für moderne Kunst an der Albertina, konzipiert und durchgeführt. Gunhild Bauer und ihrer Assistentin Serena Ligas gilt mein ganz besonderer Dank. Schließlich danke ich Kristin Jedlicka vom Ausstellungsmanagement, dem Registrar der Albertina Patrick Lichtenecker und Sandra Maria Rust, unserem Head of Publications, sowie unserer Cheffrestauratorin Eva Glück und der die fragilen Skulpturen betreuenden Restauratorin Magdalena Duftner.

Last, but not least gilt mein tiefster Dank den vielen institutionellen und privaten Leihgeberinnen und Leihgebern, die sich anlässlich des 100. Geburtstages von Roy Lichtenstein für diese Retrospektive von ihren Hauptwerken getrennt haben. Erst durch sie wurde die Ausstellung zu jener Jubiläumsschau, die man nur den ganz Großen der Kunstgeschichte widmet.

Prof. Dr. Klaus Albrecht Schröder  
Generaldirektor der Albertina





# ROY LICHTENSTEIN – IMPERSONAL PAINTING

Gunhild Bauer

In den 1960er-Jahren schlägt Roy Lichtenstein nach dem abstrakten Expressionismus den Weg einer einfachen, unpersönlichen Bildsprache ein und widmet sich der existierenden Bilderwelt der Alltags- und Populärkultur. Wegen seiner künstlerischen Auseinandersetzung mit einer mediatisierten Wirklichkeit gilt er heute als der bedeutendste Vorläufer der Appropriation Art der 1970er-/1980er-Jahre und der Verschmelzung von High und Low Art in der Gegenwartskunst. Zusammen mit Andy Warhol ist er einer der zwei bekanntesten Gründungsväter der Pop-Art und neben Jackson Pollock und Warhol einer der drei größten US-amerikanischen Künstler des 20. Jahrhunderts.

Noch während des internationalen Triumphs des abstrakten Expressionismus kehrt eine Reihe von Künstlern in Großbritannien und den USA zu einer banal gegenständlichen, selbstreflexiven Kunst zurück. Später unter dem Begriff „Pop-Art“ subsummiert reißen sie in den Jahren des Wirtschaftsbooms der Nachkriegszeit mit viel Ironie die traditionellen Grenzen zwischen hoher Kunst und Konsumkultur nieder und übernehmen die Führungsrolle in der bildenden Kunst. Lichtensteins damalige bahnbrechende Erfindung, die nicht nur ihm, sondern auch der amerikanischen Pop-Art 1961 zum Durchbruch verhilft, liegt in der Aneignung der neuen, aggressiven und die amerikanische Alltagskultur dominierenden Bilderflut dieser Jahre für seine Malerei. Er wendet sich nach den Jahren des abstrakten Expressionismus nicht der Realität, sondern der Second-Hand-Realität der Konsumgesellschaft zu: den Werbeanzeigen der Gelben Seiten der Telefonbücher und der Cartoons dieses „Golden Age of Comics“. In einer relativ kurzen Zeitspanne von nur fünf Jahren, von 1961 bis etwa 1965, stilisiert Lichtenstein Bildvorlagen der Populärkultur zu ikonischen Gemälden, die ihn zu einem der erfolgreichsten Künstler der Pop-Art machen.

Als Erster übernimmt er das durchschlagskräftige Vokabular der Werbegrafiker und Comiczeichner, das dem Profit unterworfen ist beziehungsweise den flüchtigen Blick der Passantinnen und Passanten erhaschen soll. Mit platten Stereotypen richten diese sich an die Massen. Lichtenstein übernimmt nicht nur die stets gleichen Muster dauerhaft attraktiver Mädchen, ihre exaltierte Gestik sowie die Comicsprechblasen, sondern imitiert auch die industrielle Drucktechnik, die schwarzen Konturen, die mit Ben-Day-Punkten und Primärfarbfleichen ausgefüllt werden. Er stellt damit den individuellen Ausdruck des künstlerischen Individuums der abstrakten Expressionisten radikal infrage.

Diesen schreienden, damals schon kontrovers diskutierten gebrauchsgrafischen Bildern begegnet man in den USA in den Jahren des wirtschaftlichen Aufschwungs der Kennedy-Ära überall. Sie zieren Kaugummipapiere und säumen die Highways, überschwemmen Kinosäle, Kinderzimmer, das Fernsehen und die Drucksorten, die man am Kiosk erhält. Trotzdem entdeckt erst Lichtenstein sie als großes Thema für die Malerei und macht sie in diesem Feld als Erster sichtbar. So erforscht er auf ironische und provokative Weise und analog zu den damals bereits aufkommenden Protesten der Frauen- und Antivietnambewegung die aggressive Bildsprache der Nachkriegszeit: „Amerika wurde stärker und härter vom Industrialismus und Kapitalismus getroffen, und seine Werte scheinen noch schräger zu sein. [...] Ich denke, die Bedeutung meiner Arbeit ist, dass sie industriell ist, sie ist das, was die ganze Welt demnächst sein wird.“<sup>1</sup>

Lichtenstein ist der Erste, der die Bilder der Werbe- und Gebrauchsgrafik scheinbar eins zu eins kopiert – und nicht die alten Meister oder Gipsabgüsse antiker Statuen –, der ein aus dem Geschmack

WHAT? WHY DID  
YOU ASK THAT?  
WHAT DO YOU KNOW  
ABOUT MY IMAGE  
DUPLICATOR?



der Massen generiertes Bildvokabular scheinbar bloß abzeichnet – und nicht wie etwa die abstrakten Expressionisten seiner persönlichen Ergriffenheit angesichts der Welt Ausdruck verleiht –, was eine nie dagewesene Radikalität bedeutet: „Ich wusste, dass die Leute ein großformatiges gemaltes Bild von einem Comic als genau dasselbe ansehen würden wie einen Comic. Es sah genauso aus, nur größer. Mir wurde klar, wie sehr die Leute nach dem abstrakten Expressionismus darauf reagieren würden. [...] Ich habe es wirklich stark verändert.“<sup>2</sup> Auf die dem abstrakten Expressionismus vorge-worfene Realitätsferne reagiert Lichtenstein mit verständlichen, alltäglichen Sujets.

Die Vortäuschung einer Kopie ist Teil seines ironisch-provokativen Konzepts und daher hat von allen Künstlern der Pop-Art speziell Lichtenstein von Anfang an mit dem Vorwurf des Plagiats zu kämpfen. Bereits 1963 meldet sich erstmals ein Comiczeichner, William Overgard, scherzhaft in einem Brief an das Magazin *TIME* zu Wort, in dem er Lichtensteins Aneignung eines seiner Panels aufzeigt. Ein paar Monate später wirft ihm Erle Loran, Kunstgeschichtsprofessor an der University of California in Berkeley in *ARTnews* und *Artforum* vor, ein Diagramm der Komposition eines Werks von Paul Cézanne aus einem Kunstgeschichtsbuch kopiert zu haben. Auf diese Kritiken antwortet Lichtenstein noch im selben Jahr mit dem Selbstporträt als Comicbösewicht namens *Image Duplicator* (Abb. 1). 1964 wird es im Magazin *Life* mit der provokanten Headline „Is He the Worst Artist in the U.S.?“ publiziert<sup>3</sup> – in Opposition zur Foto-Inszenierung Jackson Pollocks als Action Painter in dem Artikel „Is He the Greatest Living Painter in the United States?“ in einer *Life*-Ausgabe von 1949, die dem abstrakten Expressionisten damals zum Durchbruch verholfen hat.<sup>4</sup>

Die scheinbar bloße Kopie, mit der Lichtenstein so offensichtlich provoziert, entpuppt sich bei genauer Betrachtung als Aneignung, das heißt Umformung. Lichtenstein vergrößert seine kleinen Vorbilder auf fast zwei Meter hohe Leinwände. Er isoliert, stilisiert, ent-emotionalisiert das Vorbild, nimmt ihm jede Tiefe und betont damit das industrielle, unkünstlerische Erscheinungsbild der kommerziellen Vorbilder und das Maschinelle ihrer Herstellung. Er hebt sie vor allem ins Feld der Malerei und Kunst. In Opposition zur expansiven und vitalen Geste des abstrakten Expressionismus setzt Lichtenstein die betont emotionalen Sujets aus den Liebescomics besonders emotionslos und flächig um. Die Objekte der Werbeanzeigen isoliert und monumentalisiert er vor leerem Hintergrund. Er übernimmt die Reduktion auf Umrisslinien in Schwarz und Weiß und macht sie so zu riesigen Zeichen und Ikonen. „Die Techniken, die ich verwende, sind nicht kommerziell, sie wirken nur so – und die Art zu sehen, zu komponieren und zu vereinheitlichen ist anders.“<sup>5</sup>

Lichtensteins Pop-Art entsteht als unmittelbare Antwort auf die Aggressivität, das Format und das All-Over, die scheinbar über den Bildrand hinausreichende Expansivkraft der Werke der abstrakten Expressionisten Jackson Pollock, Franz Kline und Willem de Kooning: „Der abstrakte Expressionismus wirkte sehr menschlich. Meine Arbeit ist das genaue Gegenteil. Sie hat ein pseudomechanisches Aussehen – als sei sie maschinell hergestellt. [...] als sei sie gedankenlos. [...] Sie erweckt den Eindruck totaler Gefühllosigkeit. [...] Ich arbeite in einem Stil, der nicht (sensibel) zu sein scheint.“<sup>6</sup> Das temperamentvolle, aber realitätsferne Action Painting gilt als Symbol für den amerikanischen Begriff der individuellen Freiheit. Lichtensteins Bilder sollen neben jenen der abstrakten Expressionisten standhalten. Und so antwortet Roy Lichtenstein auf die berühmte Frage „What is Pop Art?“ vom November 1963: „Die Verwendung von kommerzieller Kunst als Thema in der Malerei. Es war schwer, ein Bild zu finden, das abstoßend genug war. [...] Man hätte genauso gut einen tiefenden Mal-Lappen aufhängen können, daran war man gewöhnt. Was alle ablehnten, war die kommerzielle Kunst. [...] Es ist eine Beschäftigung mit dem, was ich für die schamlosesten und bedrohlichsten Merkmale unserer

Kultur halte, Dinge, die wir zwar ablehnen, die jedoch so übermächtig sind. [...] Schilder und Comics sind als Themen interessant. Die kommerzielle Kunst besitzt manche nützlichen, wirkungsvollen und vitalen Aspekte. Wir verwenden diese Dinge – ohne deswegen für Dummheit, internationale Teenagerkultur und Terrorismus einzutreten. [...] Oberflächlich gesehen scheint es in der Pop-Art allein um die Thematik zu gehen, während der abstrakte Expressionismus ausschließlich ästhetischer Natur zu sein scheint. [...] Es heißt, sie sei eine genaue Kopie, keine Kunst. [...] Der Stil ist, wie Sie sagten, cool.<sup>47</sup>

Lichtensteins maßgeblichen Beitrag zur Geburt der Pop-Art verdanken wir seiner Rückübersiedlung im Jahr 1960 in die Nähe von

New York. Nach Wanderjahren durch die amerikanische Provinz erhält er eine Stelle als Lehrer am Douglass College der Rutgers State University in New Brunswick (New Jersey) und verkehrt dort im Kreis von Allan Kaprow. Über ihn lernt er Jasper Johns und Robert Rauschenberg kennen sowie Claes Oldenburg, Jim Dine, Robert Whitman, George Segal, Robert Watts, George Brecht und Lucas Samaras, deren als Neo-Dada bezeichnete Happenings, Performances, Environments und Assemblagen die industrielle Massenproduktion und Werbung thematisieren. Ihre Auseinandersetzung mit der Bildwelt der Popkultur ist kein neues Phänomen, wir kennen es seit Ende des 19. Jahrhunderts. Die Expressionisten, Kubisten und Dadaisten reflektierten den Wandel des Industriezeitalters eher kritisch und verwendeten dafür erstmals vorhandenes Bildmaterial der Populärkultur in Form von Collagen, was einer Infragestellung dessen gleichkam, was eine Kunstschaffende oder einen Kunstschaffenden ausmacht, was sie oder er eigentlich können muss. Nicht nur in Anspielung auf die gleichermaßen kurz und trivial klingenden, lautmalerischen Namen „Pop“ und „Dada“ meinte Andy Warhol daher, die beiden Namen seien eigentlich Synonyme.

Auch Lichtenstein, der gegen Ende der 1950er-Jahre noch abstrakt malt, wendet sich nun diesen zeitgenössischen Themen und der Gegenständlichkeit zu. 1958 malt er erstmals anthropomorphe Comicfiguren wie Walt Disneys Micky Maus und Donald Duck oder Bugs Bunny (Warner Brothers) in einem gestisch-expressionistischen Stil (Abb. 2). Es heißt, Jasper Johns habe ihm daraufhin geraten, neben den Motiven auch die Ästhetik der industriellen Drucktechnik in seine Bilder zu übernehmen. Damit kommen sie dem realen Gegenstand näher, sind nicht Darstellung von etwas, sondern Trompe-l'Œilhaft das Objekt selbst, wie Jasper Johns Flaggenbilder von 1954/55.



Abb. 1 Roy Lichtenstein, *Image Duplicator*, 1963, Acryl und Bleistift auf Leinwand, 61 × 50,8 cm, Privatsammlung



Abb. 2 Roy Lichtenstein, *Mickey Mouse II*, 1958, Tusche auf Papier, 53,8 × 48,4 cm, Privatsammlung

Zu Beginn des Jahres 1961 sind Warhols und Lichtensteins Kunst einander so ähnlich, dass der New Yorker Galerist Leo Castelli, nachdem er *Look Mickey*, das erste Bild in Lichtensteins nunmehr unpersönlichem, grafischem Stil der Comiczeichner, gesehen hat, zwar Lichtenstein zum großen Durchbruch verhilft, es jedoch bis 1964 ablehnt, gleichzeitig Warhol zu vertreten. Nur kurz, im Frühjahr 1961, malt Lichtenstein berühmte amerikanische Comichelden wie Micky Mouse oder Popeye. Auch Andy Warhol schafft im Frühjahr 1961 Bilder, in denen er berühmte Comicfiguren sowie Werbegrafik aufgreift. Vier dieser Bilder werden im April 1961 in einem Schaufenster des

New Yorker Kaufhauses Bonwit Teller ausgestellt, für das Warhol, damals einer der erfolgreichsten Werbegrafiker New Yorks, arbeitet. Warhol lässt seine Comichelden im Unterschied zu Lichtenstein besonders künstlerisch und expressiv erscheinen. Diese Überschneidung wird allgemein als Zufall angesehen, dennoch entwickelt sich in der Folge eine gewisse Rivalität zwischen den beiden. Laut einer Anekdote hat Warhol 1961 bei Leo Castelli erstmals ein Bild von Roy Lichtenstein gesehen – *Girl with Ball*. Die Frage des Plagiats steht auch hier kurz im Raum. Warhol geht daraufhin ganz von den Comicfiguren ab und widmet sich alltäglichen Konsumprodukten, wie in der Campbell Suppendosen-Serie, und dem fotografischen Siebdruckverfahren, mit denen er die Serialität und Konformität, die Wiederholung und Standardisierung der Massenware betont. Lichtenstein malt weiterhin Comics, wendet sich aber von den berühmten alten amerikanischen Comiccharakteren der Anfangsphase ab (S. 86) und widmet sich den anonymen Männern und Frauen der Kriegs- und Liebescomics sowie weiterhin den Objekten der Produktwerbung.

Im bereits erwähnten Artikel „Is He the Worst Artist in the U.S.?“ des Magazins *Life* von 1964 inszeniert sich Lichtenstein in einem Foto, das ihn beim Abzeichnen einer mit einem Projektor auf die Leinwand projizierten Vorzeichnung zeigt, bewusst als technischer Zeichner (S. 248).<sup>8</sup> Auch die von Lichtenstein selbst getextete Sprechblase „What do you know about my image duplicator“ des Selbstporträts *Image Duplicator* spielt auf eine Maschine an.

Das Impersonal Painting, die Ambivalenz zwischen Künstler und Maschine, zwischen Originalität und Kopie, zwischen Kunstwerk und Reproduktion ist Thema von Lichtensteins Kunst. Sein grafischer Stil ist von der in vielen Schritten vorbereiteten Vervielfältigungstechnik inspiriert: Zuerst fertigt Lichtenstein eine Zeichnung an, indem er ein Comicpanel kopiert, dabei vielleicht auch mehrere Panels kombiniert. Daraufhin projiziert er die Zeichnung auf die Leinwand, wo er die Grundzüge der Kom-

position mit Bleistift nachzeichnet. Das annähernd quadratische Format, in dem alle Bildelemente gleich gewichtet und gleichberechtigt erscheinen, ist durch den Projektor vorgegeben. Mithilfe von Linealen arbeitet Lichtenstein im Anschluss die Unterzeichnung auf der Leinwand um (S. 219). Später verwendet er rotierende Staffeleien, um die Lineale besser anlegen zu können und nicht zu sehr vom Motiv abgelenkt zu werden. Dann deckt er alle Flächen ab, die nicht gepunktet werden sollen, und paust die Ben-Day-Punkte durch Lochschablonen, perforierte Metallplatten in verschiedenen Größen. Anfänglich entsteht durch Verrinnen der Ölfarbe, Verrutschen oder falsches Anstückeln der Schablonen noch eine lebendige Struktur. Im nächsten Arbeitsschritt führt er die monochromen Farbflächen und schwarzen Umrisslinien aus. Dann überarbeitet Lichtenstein das Bild, achtet dabei aber darauf, keine Pentamenti, Texturen oder Reliefs zu hinterlassen, sodass die Oberfläche so glatt und mühelos erstellt aussieht, als hätte er nichts weiter als die Umrisszeichnungen ausgefüllt: „[Das Bild] wirkt so, als sei es in nur einem Schritt gemacht worden [...] und als ginge es lediglich darum, die Linien auszufüllen.“<sup>9</sup> Um sichtbare Spuren der Überarbeitung und somit jede lebendige Struktur zu unterbinden, verwendet Lichtenstein seit 1962 nicht mehr Öl-, sondern Acrylfarbe, die sich gänzlich in Terpentin auflösen lässt und somit Korrekturen von Fehlern erlaubt. Nur für das Durchpausen der Ben-Day-Punkte verwendet er weiterhin Ölfarbe, die er ab 1963 von Assistenten ausführen lässt. Die aalglatte Technik schockiert, stößt ab, die Diskrepanz zum oft emotionalen Inhalt ist intendiert. In Opposition zur raumgreifenden Komposition des abstrakten Expressionismus lässt er die gedruckte Bildvorlage noch flacher erscheinen, als sie ohnehin schon ist: „[Die Komposition] wird genau ausgearbeitet, bevor das Malen beginnt [...] Ich arbeite viel mit Collage und bemühe mich, die Spuren meiner Arbeit im fertigen Bild nicht zu zeigen. Im Gegensatz zum abstrakten Expressionismus.“<sup>10</sup> und „Ich versuche, [...] eine harte, stählerne Wirkung zu erzielen, die antiseptisch zu sein scheint.“<sup>11</sup>

Als Lichtenstein um die Mitte der 1960er-Jahre von der Aneignung von Comicpanels abgeht und sich dem Kopieren hoher Kunst widmet, rekonstruiert er in seinem indirekten, unpersönlichen Stil sogar die gigantischen Pinselstriche der abstrakten Expressionisten – jedoch nur als Motiv. Er setzt sie ebenso aus schwarzen Konturen, Ben-Day-Punkten und homogenen Farbflächen zusammen, nachdem er sie akribisch in zahlreichen Studien vorbereitet hat (S. 145, 184–195). Voller Ironie macht sich Lichtenstein darin über den gestischen Malakt der abstrakten Expressionisten lustig. In seinem amerikanischen und alltäglichen Pseudo-Comicstil reproduziert er auch andere Hauptwerke der europäischen Moderne, wie etwa Pablo Picassos oder Monets, des Art déco oder japanische Landschaften (S. 147, 138, 139, 140–143, 216/217). Er will damit den Kontrast zwischen Comicstil und Sujet vergrößern. Allen ist nun klar, dass sein Werk wohl keine Kopie Picassos darstellt. Dessen freie Stilwahl persifliert er 1973 mit der comicähnlich animierten Serie der *Bulls* (S. 150–155). Sie geht auf Picassos berühmte Murlot-Suite von 1946 zurück, in der dieser einen Stier in allen erdenklichen Stilvariationen der Kunstgeschichte darstellt.

Lichtensteins Bilder bestechen nicht zuletzt durch die Ironie, die in der Verwendung der Ben-Day-Punkte, seinem Markenzeichen, liegt, spielt er damit doch auf ihre Tradition in der Kunstgeschichte der Moderne, vom Impressionismus über den Fauvismus bis hin zum Pointillismus und darüber hinaus an. Bei der von Benjamin Day in den 1930er-Jahren erfundenen Drucktechnik werden die Punkte je nach gewünschtem Effekt überlappend oder nebeneinander in wenigen Primärfarben gedruckt. Durch das Übereinanderdrucken entstehen Sekundärfarben. Der Graphikkünstler liefert eine Vorlage, der Drucker wandelt sie in Farbplatten mit Punkterastern für den Offsetdruck um, dessen Walzen mit laufender Farbeinspielung einen schnellen Druck auf billigem Papier und hohe Auflagen

ermöglichen. Lichtensteins Ben-Day-Punkte dienen nicht mehr der herkömmlichen Tonwertzerlegung oder Farbtrennung, sondern sind vergrößerte Zitate dieser Drucktechnik. Er kombiniert sie mit Farbflächen und später mit Parallelschraffuren, wie man sie von anderen Rastervarianten der Reproduktionstechniken kennt, sowie mit an- und abschwelenden Punkten.

Die Ben-Day-Punkte von Lichtenstein erscheinen wie eine Parodie der hastig hingeworfenen Farbtupfer Monets, dem Urvater des Impressionismus und Maler der subjektiven Empfindung, der gleichzeitig der Meister der Vortäuschung eines spontanen Malakts war. Sein lockerer Pinselduktus ebnete der Malerei der Moderne, der Emanzipation der Farbe vom Gegenstand den Weg. Als Lichtenstein gegen Ende der 1960er-Jahre dazu übergeht, statt Comicvorlagen Bilder der Meister der Moderne in seinem Comicstil zu kopieren, ist Monet einer der Ersten, mit dem er auf seine eigene Technik anspielt (S. 138, 139). Auch die Fauvisten bewirkten in der Folge durch die Steigerung des Ausdrucks eine weitere Befreiung des Punktes vom Motiv. Die Pointillisten waren daraufhin Bahnbrecher für ein Streben nach einer Malweise nach wissenschaftlichen Gesetzen anstatt Willkür und Subjektivität. Ihre Punktmanier wurde erstmals mit kontrollierter Hand und ungemischter Farbe scheinbar mechanisch auf die Leinwände aufgebracht, ging aber in Wirklichkeit weit über die mechanischen Techniken hinaus. Als Inspirationsquelle wurden der fotomechanische Farbdruck und die Chromolithografie genannt, die hohe Auflagen von Zeitschriften mit Reproduktionen ermöglichten. Sie basierten auf den Farbtheorien Michel-Eugène Chevreuls, wonach das Auge aus genügend Entfernung eng nebeneinandergesetzte Punkte in ungemischten Farben zu einer neuen Farbe mischen würde. Erst Picasso verwendete die Punkte dann in den Werken seines synthetischen Kubismus, auch „Konfetti“-Kubismus genannt, erstmals als Zeichen, setzt sie gleichmäßig flächig ein und bezeichnet damit, auch im gemalten Bild, die unterschiedlichen Texturen seiner Collagen. Ironisch zeigt Lichtenstein 1963 ein gewöhnliches Vergrößerungsglas im Trompe-l'Œil-Stil (S. 101): Auch in der Nahsicht sieht man tatsächlich nichts weiter als sein Markenzeichen, die Ben-Day-Punkte, die hier zum Motiv werden.

Lichtensteins Auswahl der Vorlagen wird auch mit autobiografischen Beweggründen erklärt. In den letzten Jahren erst wurde das Vorbild von *Look Mickey* eruiert. Lange glaubte man der Erzählung des Künstlers, dass es sich um ein Motiv aus einem Comicbuch seiner von Comics geprägten Kindheit handele, in der er im Radio gesendete Abenteuer-, Detektiv- und Science-Fiction-Serien hörte. Entgegen dieser Überlieferung ist jedoch eine Illustration einer Donald-Duck-Abenteuergeschichte namens *Lost and Found* von 1960 von Walt Disney das Vorbild. Wie Lichtenstein gegenüber Leo Castelli bemerkte, hätten seine Kinder ihn gefragt, ob er auch einen Cartoon malen könne oder ob er abstrakt male, weil er nicht zeichnen könne. Man dachte daher sogar, dass mit den beiden Initialen von Donald und Micky seine beiden Söhne David und Mitchell gemeint sein könnten.<sup>12</sup> Lichtenstein stellt mit seiner Aneignung der Kinderbuchillustration der Disney-Zeichner Bob Grant und Bob Totten eigene Themen dar. Er persifliert gewissermaßen auch die *Trouvaille* im Sinne etwa André Bretons, der Objekte auf Flohmärkten ihrer ästhetischen Qualitäten wegen ausgewählt und mit psychologischer Bedeutung behaftet hat. Gegen Ende der 1970er-Jahre arrangiert Lichtenstein in dem Surrealismus von Dalí nachempfundenen Monumentalgemälden unzusammenhängende Motive aus Bildern Picassos oder Dalís, aber auch eigener Bilder zu neuen Pastiche (S. 166–169). Oft hat seine Auswahl auch mit dem Seh- oder Malakt zu tun, wie etwa der Titel *Look Mickey* verrät: Donald schaut auf die sich spiegelnde Wasseroberfläche und missinterpretiert das Gesehene. Die ausladende Geste des ihn verspottenden Micky und Donalds gebeugte Haltung mögen auch für die Ablehnung der vulgären Comic-Kunst durch die Kunstszene stehen.<sup>13</sup> Andere Bei-

sie für Anspielungen auf den Malakt sind *Spray, Mail Order Foot* oder *Bread and Jam* (S. 92/93, 98, 105). Außerdem wählt er witzige „Lifehacks“ wie Fußschablonen zur Eruiierung der Schuhnummer (S. 98), aber auch Statussymbole der Wohlstandsgesellschaft wie Waschmaschinen, wohlgeformte, skulpturale, ja hieratische Gegenstände wie Garnspulen (S. 102, 103) sowie die massengefertigten Schulhefte, in denen er seine Comicausschnitte sammelt (S. 107), bei denen es aufgrund des Zusammenfallens von Motiv- und Leinwandrand zu einer Verschmelzung von Gemälde und Gegenstand kommt. Außerdem hat er eine Freude an lauten onomatopoetischen Comicparolen, mit denen er auch seine frühen Pop-Gemälde kommentiert (S. 95):

„Dynamic: Kpow! Whump! Takka Takka!!! Varoom!“<sup>14</sup>

Die anonymen Mädchen und Soldaten der Kriegs- und Liebescomics des bekannten amerikanischen Comicverlags DC Comics, die Lichtenstein nach dieser Anfangsphase als Vorlagen vorzieht, erfreuen sich ab circa 1950 unter ehemaligen Soldaten und jungen Erwachsenen großer Beliebtheit, die damit ihr Kriegstrauma verarbeiten. Die Liebescomics waren für heranwachsende Mädchen gedacht. Sie werden kommerziell vertrieben, mit hohen Absatzzahlen und einer massenhaften Verbreitung, und richten sich an einen durch den kommerziellen Unterhaltungssektor manipulierten Durchschnittsgeschmack einer Mehrheit der Bevölkerung. Bei Lichtenstein handelt es sich nicht um die Migration bekannter Bilder aus der Produktgestaltung oder Pressefotografie in die Kunst wie bei Warhol, sondern – viel provokativer – um unbekannte Bilder sogenannter Schundromane. Malt Lichtenstein 1962 noch vermehrt Panels aus Kriegscomics namens *Our Fighting Forces*, *All American Men of War*, *Our Army at War*, *Star-Spangled War Stories*, *Battlefield Action* oder *G.I. Combat*, widmet er sich ab 1963 vermehrt auch Liebescomics mit den blumigen Namen *Heart Throbs*, *Secret Hearts*, *Girls' Romances*, *Private Secretary*, *Falling in Love* und *Young Romance*, seltener auch noch Superhelden wie *The Atom*, *My Greatest Adventure* und *Justice League of America* sowie Cowboygeschichten wie *Billy the Kid*. Bereits Richard Hamilton brachte in seiner kleinformatigen Gründungscollage der Pop-Art *Just what is it that makes today's homes so different, so appealing?* von 1956 eine Darstellung des exotischen Reichtums seiner Zeit, an der Wand ein Poster mit der vergrößerten Titelseite des Mainstream-Liebescomics *Young Romance* (Abb. 3).

Die in Zeitungen publizierten Comicstrips der ersten Comicmode in New York ab circa 1907/08 handelten vom lustigen Stadtleben und vom freien Menschen. Berührungen mit der Kunst gab es bei Lyonel Feininger, Paul Klee, Fernand Léger und Joan Miró. Picassos antifaschistische Bildgeschichte



Abb. 3 Richard Hamilton, *Just what is it that makes today's homes so different, so appealing?*, 1956, Collage auf Papier, 26 × 24,8 cm, Kunsthalle Tübingen

*Traum und Lüge Francos* (1937) mag Lichtenstein neben dem monumentalen Antikriegsbild *Guernica* beim Besuch der Picasso-Ausstellung von 1940 in Cleveland gesehen haben. Um 1940 erleben die Comics eine Flaute. Man sah sie nicht mehr als Unterstützer, sondern als Bedrohung der Demokratie. Walt Disney, der keine Berührungängste mit den Nationalsozialisten kannte, brachte erst ab 1942 Antinazifilme heraus.<sup>15</sup> Auch Clement Greenbergs Buch *Avant-Garde und Kitsch* von 1939 enthält Comics. Zudem konstatiert man auch nach dem Revival des Comics um 1950 wieder einen negativen Einfluss von Comics auf Jugendliche durch die unrealistischen Schönheitsideale und die Gewaltverherrlichung, die der amerikanische Psychiater Fredric Wertham in seinem 1954 publizierten Buch *Seduction of the Innocent* (dt. *Verführung der Unschuldigen*) analysiert. Zur Erlangung des Gütesiegels der nun gegründeten Comics Code Authority (CCA) unterwerfen sich viele Comicverlage, darunter DC Comics, der freiwilligen Zensur von Gewaltszenen, Drogenkonsum oder körperlich zu freizügigen Darstellungen. 1963 schließlich beschreibt die Amerikanerin Betty Friedan in *The Feminine Mystique* (dt. *Der Weiblichkeitswahn*) die Frustration von Frauen in traditionellen Rollen, die durch die Werbung und Massenmedien unterstützt würden.

Von 1961 an legt Lichtenstein ein Repertoire an Comicausschnitten und Werbeanzeigen an (S. 219–239). Er oder später seine Assistenten kleben die ausgeschnittenen Bildchen bunt durchmischt oder nach Themen geordnet in Hefte ein. Während des Malens klebt er sie neben die Leinwand (S. 219) und nach Fertigstellung meist mit dem Verweis „done“ wieder zurück ins Heft. Die Vorbilder der Gemälde von 1962 lassen sich noch alle auf das Jahr 1962 zurückführen, jene späterer Bilder stammen auch aus früheren Jahren. Lichtensteins Auswahl seiner Comicquellen ist nicht zufällig oder willkürlich. Es sind hochemotionale Sujets mit einer Symbolik, die wir sofort verstehen, wie die im Meer untergehende Liebende (S. 116) oder der Kuss (S. 91, 118/119). In den Heften sammelt Lichtenstein im Vorfeld eine Vielzahl von im Meer Untergehenden oder Küssen (S. 224, 225, 234; 232, 233), neben anderen beliebten, immer wiederholten Motiven der Comicromane: „Ich schaue mir Comics an und suche dabei nach Material, das sich für die Malerei zu eignen scheint, sowohl im Hinblick auf seine visuelle Wirkung als auch auf die Wirkung seiner geschriebenen Botschaft, die ich mir selten selbst ausdenke. Ich glaube nicht, dass ich in der Lage wäre, sie zu erfinden. Ich versuche, Botschaften zu übernehmen, die ein wenig, irgendwie universell sind, oder in gewisser Weise entweder völlig bedeutungslos oder dermaßen komplex, dass sie grotesk werden [...] lauter Dinge, die auf die verschiedenste Art und Weise wirken.“<sup>16</sup> Er wählt die kalkulierten geschlechtsspezifischen Rollenbilder, wie stets hübsche und verführerische Frauen im meist häuslichen Umfeld, die gleichzeitig Spezialistinnen für den Haushalt und in Gedanken immer bei ihren Liebsten sind, sowie weinende Frauen, die stets schön und beherrscht bleiben (S. 92/93, 115–117, 121, 122). Damit erneuert er die klassischen Themen der Malerei der Moderne, wie die Einsamkeit des Menschen – denn die simplen Parolen seiner Protagonistinnen und Protagonisten befinden sich meist in Denk- und nicht in Sprechblasen.

In der Zeit des „Post-Pop“ der 1970er- bis 1990er-Jahre blickt Lichtenstein von Picasso und Matisse inspiriert in monumentalen Atelier- oder Interieurbildern resümeehaft auf das eigene Schaffen zurück (S. 158, 198–211). In ihnen zitiert er neben eigenen Bildern wie *Look Mickey* auch Werke von Künstlerkollegen wie etwa Warhol auf satirisch reduzierte Weise (S. 116, 207).

Lichtensteins Kunst ist weder affirmativ noch moralisierend. Sie spiegelt eine in den 1960er-Jahren bereits ambivalente Haltung gegenüber der Konsumkultur wider. Lichtenstein erkannte die Ästhetik und das Potenzial dieser rein kommerziellen Bildmaschinerie für seine Kunst, mit der er eine dem abstrakten Expressionismus ebenbürtige Präsenz seiner Werke erzielt.

„(Pop Art) basiert auf kommerzieller Illustration... Wir wurden von ihr verdorben. [...] Sie hat die Landschaft in den 1950er-Jahren stark verändert. Man war sich bewusst, dass die reale Architektur nicht Le Corbusier war, sondern McDonald's Hamburgerbuden. [...] Alles, was in der Umwelt neu war, ging durch diesen Filter der kommerziellen Kunst und hatte eine bestimmte Ausstrahlung und Wirkung, die wir einzufangen versuchen.“<sup>17</sup>

Jedes seiner Bilder macht die Ästhetik des Konsums, eines Geschmacks, der sich an Massen richtet und den simplen Erfolgsrezepten des Marketings unterworfen ist, eine Verrohung sichtbar. In einem Interview von 1964 versucht Lichtenstein zu verdeutlichen, dass er die an die Werbung angelehnte Direktheit und Unreflektiertheit als Stilmittel für seine Kunst verwendet, und nicht um die Gesellschaft zu verändern:

„Mir geht es darum, eine Art von Anti-Sensibilität zu porträtieren, die die Gesellschaft durchdringt. [...] Ich setze sie eher stilistisch ein. [...] Pop hat mit der Verwendung kommerzieller Themen zu tun, und kommerziellen Themen scheint es normalerweise an Sensibilität zu mangeln [...] Interessant ist für mich die Energie, die die Gesellschaft hat. [...] Ein Großteil unserer Kommunikation wird auf die eine oder andere Weise von der Werbung bestimmt. [...] So dass fast die gesamte Landschaft, unsere gesamte Umwelt vor allem von dem Wunsch beherrscht zu sein scheint, Produkte zu verkaufen. Das ist die Landschaft, die ich porträtieren möchte. [...] Ich bin wirklich daran interessiert, ein Bild zu malen [...], interessiere mich aber, glaube ich, nicht für die Thematik, um der Gesellschaft etwas beizubringen oder unsere Welt in irgendeiner Weise zu verbessern. [...] Ich denke, es ist wahrscheinlich dieser Mangel an Sensibilität, ein Mangel an Raffinesse, Mangel an Urteilsvermögen, die Art von prompten, unüberlegten Antworten, die uns die Gesellschaft ständig liefert. [...] Es geht mir nicht darum, dafür zu werben, es handelt sich vielmehr um ein stilistisches Erscheinungsbild, das ich meiner Arbeit geben möchte. Ich denke, es verleiht ihr eine Art von Brutalität und vielleicht auch Feindseligkeit, die für mich in ästhetischer Hinsicht nützlich ist.“<sup>18</sup>

Seine gewollt inhaltsleeren, zu Zeichen mutierten Bilder sind sofort erfassbar und wurden auf der Stelle zu erfolgreichen Ikonen. Sie handeln von der zeitgenössischen Überforderung durch die Unzahl an ungefilterten Bildern und Informationen und vom Mangel an Substanz in Beziehungen, Kunst und Gedanken. Erst nach genauer Betrachtung erschließt sich Lichtensteins Sensibilität für eine mehrdeutige Zeichensprache. Lichtenstein nutzt die Aggressivität der Alltagskultur für seine Kunst, er antwortet auf die Inflation der Bilder, indem er das Laute und Unsensible des Mainstreams übernimmt, ohne jedoch ein politisches Statement abzugeben.

<sup>1</sup> Roy Lichtenstein, zit. nach Gene R. Swenson, „What is Pop Art“, Answers from Eight Painters, Part I, in: *ARTnews* 62, Nr. 7 (November 1963), S. 63.

<sup>2</sup> Roy Lichtenstein, zit. nach William Furlong, *Speaking of Art: Four Decades of Art in Conversation*, New York 2010, S. 94–98.

<sup>3</sup> Dorothy Seiberling, „Is He the Worst Artist in the U.S.??“, in: *Life* 56, Nr. 5, 31. Januar 1964.

<sup>4</sup> „Jackson Pollock: Is He the Greatest Living Painter in the United States?“, in: *Life* 27, Nr. 6, 8. August 1949.

<sup>5</sup> Swenson 1963 (wie Anm. 1), S. 63.

<sup>6</sup> Roy Lichtenstein, zit. nach John Gruen, *The Artist Observed: 28 Interviews with Contemporary Artists*, Atlanta 1991, S. 222–226.

<sup>7</sup> Roy Lichtenstein, zit. nach Swenson 1963 (wie Anm. 1), S. 25 und 63.

<sup>8</sup> Michael Lobel, *Image Duplicator. Roy Lichtenstein and the Emergence of Pop Art*, New Haven u.a. 2002, S. 12.

<sup>9</sup> *The New York Tapes: Alan Solomon's Interviews for Television, 1965–66*, hrsg. von Matthew Simms, Interviews von Alan Solomon, New York 2023, S. 276.

<sup>10</sup> Roy Lichtenstein, zit. nach Furlong 2010 (wie Anm. 2), S. 94–98.

<sup>11</sup> Roy Lichtenstein, zit. nach Simms 2023 (wie Anm. 9), S. 269.

<sup>12</sup> Lobel 2002 (wie Anm. 8), S. 31–39.

<sup>13</sup> Ebd.

<sup>14</sup> Eine von Lichtenstein gezeichnete Sprechblase, in: Anice Kandell, *Art 1963. A New Vocabulary*, Art Council of the YM/YWHA, Philadelphia 1962 (Broschüre o.S.).

<sup>15</sup> Siehe dazu: Rüdiger Suchsland, „Disney in Naziland“, in: *Jüdische Allgemeine*, 17.08.2015.

<sup>16</sup> Roy Lichtenstein, zit. nach Simms 2023 (wie Anm. 9), S. 275.

<sup>17</sup> Roy Lichtenstein, zit. nach Furlong 2010 (wie Anm. 2), S. 94–98.

<sup>18</sup> Roy Lichtenstein, zit. nach Simms 2023 (wie Anm. 9), S. 263–266. Ich verdanke den Hinweis auf diese Publikation Jack Cowart, dem Direktor der Roy Lichtenstein Foundation.