

KUNST IN BEWEGUNG – DAS ORIGINAL, DAS ABBILD UND DAS NETZWERK

von Marc Piesbergen

Die Kunst in der Krise? Ganz im Gegenteil. Die Kunst im Aufbruch? Ja. Aber – grundlegende Koordinaten des Kunstsystems verändern und verschieben sich. Die Kunst ist in Bewegung, denn Atelier, Galerie, Museum, Messe und Sammlung bleiben nicht unberührt von den Paradigmen und Termini der neuen (digitalen) Netzwerke und Produktionsformen wie Fab Labs, Barcamps, Co-Working, Open Source und Open Innovation. Ein Blick auf die Moderne zeigt, dass auch dieses Wechselspiel eine Vorgeschichte hat, zugleich aber das Feld der Kunst in der Gesellschaft neu definiert.

DER TRICK MIT DER AURA

»Thirty Are Better Than One« nannte Andy Warhol seine 1963 entstandene Arbeit, die eine Reproduktion von Leonardos Mona Lisa dreißigfach im Siebdruck untereinander und nebeneinander gesetzt zeigt. Dabei ist der Druck keinesfalls perfekt ausgeführt, sondern zeigt die Gioconda mal verwischt, mal dunkel übersättigt, malschwach und kontrastarm, das Ganze in schwarz und weiß: Das bekannteste Gemälde der Welt als Reproduktion einer Reproduktion, seiner Farbgebung entkleidet und in serieller Technik hergestellt, wird von Warhol mit ironischem Titel als neues Original präsentiert. Ein kluger Schachzug und ein direkter Eingriff ins Referenzsystem der Künste, der seinen Autor als Kopisten selbst zu einer Leitfigur in eben diesem System macht. Warhol greift unbekümmert das an, was klassischerweise die Aura eines Kunstwerks bedeutet. Einer Aura, die beruht auf der Einmaligkeit, der großen individuellen Leistung, dem Ingenium, Momentum und der handwerklichen Delikatesse des sich im Kunstwerk über sich hinaus entäußernden Künstlers. Denn dieser ist – so gilt gemeinhin – Ursprung, Einheit und Sinn stiftendes Zentrum des Kunstwerks. Seine Persönlichkeit schafft aus dem Chaos des Zufalls, der Möglichkeiten, der Konstellationen und Momente ein Original und formt es zu einer organischen Einheit, die mehr ist, als die Summe seiner Elemente. Ein Ansatz, den Walter Benjamin 1936 in seinem für die Kunsttheorie der Moderne maßgeblichen Aufsatz »Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit« wie folgt beschreibt: »Noch bei der höchstvollendeten Reproduktion fällt eines aus: das Hier und Jetzt des Kunstwerks – sein einmaliges Dasein an dem Orte, an dem es sich befindet (...). Das Hier und Jetzt des Originals macht den Begriff seiner Echtheit aus (...). Der gesamte Bereich der Echtheit entzieht sich der technischen – und natürlich nicht nur der technischen – Reproduzierbarkeit.«¹ Die Malerei, ob figürlich oder nicht, ist auch in der Gegenwart sicherlich am nächsten verbunden mit dieser Idee des Einmaligen und Originalen. Warhols »am Fließband« produzierte Serigrafien jedoch heben diesen Pathos der Authentizität und der Aura bewusst auf. Seine Factory produziert Kunst, nicht er entäußert sich. Verwendet wird Vorhandenes, gefertigt wird von Mitarbeitern, geliefert wird an den Markt, kommuniziert über die Medien und rezipiert vom Konsumenten. Worauf es in unverstellter Logik der Verwertung und mit gekonnter Ironie aufs Original nur heißen kann, »Thirty Are Better Than One«.

¹ Walter Benjamin. Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. Stuttgart 2011 (New York 1936), S. 13

DAS OFFENE KUNSTWERK

Doch diese schlichte Gegenüberstellung von klassischem Geniebegriff und gezielt propagierter Konsum-Ästhetik der Pop-Art greift natürlich zu kurz. Denn die Kunst hat sich schon vor Warhol von solchen Dichotomien gelöst und über Kontextsetzung und erweiterten Kunstbegriff neben dem Künstler und seinem Werk auch die Bedingungen und Orte ihrer Wahrnehmung, sowie den Rezipienten als Wahrnehmenden selbst zum Thema und Kriterium gemacht. So erhebt der White Cube die in ihm gezeigten Artefakte qua definitionem in den Rang der Kunst und spätestens seit Duchamps Ready-mades ließen sich ganze Gattungen von Kunstwerken ohne solche Kontextsetzung nicht von Alltags- oder Gebrauchsgegenständen unterscheiden. Vielmehr ist die (kritische) Arbeit in und mit dieser Differenz und an ihren Übergängen die Essenz einer ganzen Reihe maßgeblicher zeitgenössischer Positionen, wie zum Beispiel den für sich ganz unterschiedlichen Arbeiten von Monica Bonvicini, Heimo Zobernig oder John M. Armleder. Eine erweiterte Werkästhetik, die Umberto Eco mit seiner 1962 erschienenen Aufsatzsammlung »Opera Aperta«² zur Theorie des offenen Kunstwerks wesentlich definierte und die dem Zufall, der Mehrdeutigkeit und dem einzelnen Betrachter die Rolle zuschreiben, das Kunstwerk jeweils immer wieder neu mitzuerschaffen. Zur Kunst wird damit all das, was als Kunst gesetzt und erfahren wird. Und da Setzung und Erfahrung frei sind, kennt der erweiterte Werkbegriff nur dort eine Grenze, wo Kunst auf eine Funktion beschränkt und ihrer Mehrdeutigkeit beraubt wird, also auf einen Kult reduziert, beziehungsweise dort, wo die Intention ihrer Setzung und Erfahrung nicht als solche bezeichnet existiert, das heißt in der Ignoranz oder Willkür. Damit ist Warhols Strategie der Kunstproduktion auf Basis eines seriellen Zugriffs auf vorhandene Motive ebenso legitimiert, wie die intentionale Sinnlosigkeit der Dadaisten oder die Ernennung von Fabriken, Flugzeugen und Automobilen zu eigentlichen Kunstwerken bei den Futuristen. Dieser Unterschied, der den Unterschied macht zwischen Kunst und Nicht-Kunst, wird am konsequentesten von Niklas Luhmann definiert, dessen Kunsttheorie die gleiche Reichweite postuliert wie die von Benjamin und Eco. Denn in dieser stellen sich die Beschreibungen des erweiterten Kunstbegriffs ganz nüchtern als erfolgreiche oder nicht-erfolgreiche Anschlusskommunikation dar. Das heißt, Kunst ist ein Kommunikationsmedium, bei dem auf eine Intention eine Reaktion erfolgt (oder eben nicht), dazwischen liegt die Selektion eines codierten Kommunikationsprozesses, dessen Parameter entscheidend sind: »Nicht die Qualitäten der Kunstwerke wirken demnach auf den Betrachter, sondern ihre Selektivität; nicht die Besonderheit der Qualität, ihre Höhenlage auf einer Skala der Perfektion macht die Schönheit aus, sondern die Steuerung der Selektion im Hinblick auf einen eigenen Selektionsraum«.³ Diesen eigenen Raum jedoch nicht nur zwischen Künstler und Werk, sondern zwischen Künstler, Werk und Betrachter aufzuspannen, ist die Forderung, mit der der erweiterte Kunstbegriff angetreten ist. Wobei Luhmann hinzufügt, dass um zu wirken, alle drei auch einen erfolgreich vermittelten Moment der Kommunikation zwischen sich haben müssen, um so aus einem bloßen Werk ein Kunstwerk zu machen. Die Reichweite dieser recht abstrakt formulierten Modelle tritt zu Tage, sobald man sie wieder auf ihre konkreten Anlässe herunterbricht: So fragt die Institutional Critique zu Recht danach, welche gesellschaftlichen Strukturen und Mechanismen denn jeweils einen White Cube – mit seinem Zertifikat und seiner Legitimation zur Anschlusskommunikation – ermöglichen und trifft damit ins Zentrum der Diskussion um immer knappere staatliche Kassen, öffentlichen und privaten Raum. Parallel dazu kulminiert die andauernde Diskussion um Kunst und Kommerz in der zugespitzten Fragestellung, ob denn die Kunst den Preis bestimmt, oder nicht eher der Preis die Kunst. Letzteres bringt der Kunstwissenschaftler Wolfgang Ullrich in seinem Essay »Ikonen des Kapitalismus« wie folgt auf den Punkt: »Der Preis (...) fungiert (...) als Wertpostulat (...). Er suggeriert, dass es sich bei dem Werk um große Kunst handeln muss. Statt nur Indikator für einen Wert zu sein, erhöht er also zugleich die Wertschätzung. Damit wird der

² Umberto Eco. Das offene Kunstwerk. Frankfurt 1977

³ Niklas Luhmann. Ist Kunst codierbar? In: Niklas Luhmann, Aufsätze und Reden. Stuttgart 2001, S. 165

Preis, paradoxerweise, zur Grundlage eines noch besseren Preises, ja er kann sogar konstitutiv für das Werk als Kunst sein (...). Das Pathos, das Kunstkommentare oft kennzeichnete, wird durch die Erhabenheit vielstelliger Zahlen ersetzt. Rankings, Preisdatenbanken und Indizes ersetzen (...) die Kritik.⁴ Womit der zeitgenössische Rezipient den Eindruck bekommt, dass alles Kunst ist, was als Kunst durchgesetzt werden kann. Eine Feststellung, die nicht unbedingt befremden muss, ist sie aus kulturhistorischer Perspektive doch Essenz der Reflektion ebenso wie der Ausdifferenzierung, gesellschaftlichen Funktion und Autonomie moderner Kunst.

DIE ANKUNFT DER MEDIEN

Interessant wird es, wenn man diese Situation nicht als Endpunkt, sondern als Status quo betrachtet. Wenn man das Blatt wendet und in Antithese zu Benjamin die Aura nicht in der Einmaligkeit des Originals sucht, sondern diese von ihm löst. Eine solche Relevanz bekommt das Thema dann, wenn man die Rolle der modernen technischen Medien als Faktor und Element der Konstitution von Kunst hinzuzieht. Denn geschichtlich betrachtet hat erst die Fotografie mit ihrer Möglichkeit der perfekten, abbildgleichen Reproduktion zum Fetisch des Originals geführt, wie Wolfgang Ullrich 2009 in seinem vieldiskutierten Buch »Raffinierte Kunst. Übung vor Reproduktionen«⁵ ausführlich darlegt: Versucht sich in der Moderne als Kenner auszuweisen, wer das Original gesehen hat, so gab es diesen absoluten Authentizitätsanspruch zuvor noch nicht. Für den Kunstfreund im 19. Jahrhundert war es noch wichtiger, Neues zu entdecken, als das nochmals zu sehen, was schon über traditionelle Reproduktionen wie Kupferstich, Lithografie, Holzschnitt oder Abguss bekannt war. Erst seitdem es die Fotografie gibt, die ein Werk unabhängig von seinem Hier und Jetzt originalgetreu erfahrbar macht, entstand auf breiter Basis das mit Distinktionsgewinn verbundene Bedürfnis auch das Original zu sehen. Der von Benjamin konstatierte Auraverlust durch die technische Reproduktion ist demnach ein Trugschluss. Über ihre Vervielfältigung und mediale Vermittlung gewinnen die Originale vielmehr an Aura hinzu. Womit sich Warhol mit seiner Strategie des »Thirty are better than one« als Vorreiter der Kunst unter den Bedingungen ihrer globalen, digitalen Reproduktion erweist: Das Original der Gioconda wird mit jeder Fotografie, jedem Nachdruck, jedem Zitat und jeder Variation noch weiter aufgeladen. Zugleich produziert Warhol mit der motivischen Aneignung, Kopie und Verfremdung ein neues Original, das mit jedem Abdruck an eigener Aura gewinnt. Und genau diese historische Position der Arbeit Warhols kann als Schlüsselmoment für eine Veränderung der Koordinaten in der Produktion, Distribution, Rezeption und Kommunikation von Kunst im Hier und Heute gelten. Denn sie bringt eine grundlegende Qualität ins Spiel, die von Benjamin nicht differenziert wurde: Neben die technisch reproduzierten Bilder, wie sie zu Beginn des 20. Jahrhunderts durch Fotografie und Film möglich wurden, treten in der Kunst in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts Bilder, deren Original bereits auf technische Reproduzierbarkeit angelegt ist. Arbeiten, deren Aura darin besteht, sich überhaupt erst voll zu entfalten, wenn sie medial vervielfältigt, verbreitet und wiedererkannt werden. Die Kunst reagiert so mit einer Rückkopplung auf ihre Einbettung ins Mediensystem, indem sie bereits das Original auf seine mediale Verbreitung anlegt. Das heißt, neben Produktion und Rezeption tritt die Eignung zur Reproduktion als wesentliches Werk-Kriterium auf den Plan. Warhol setzte die Inkunabeln dazu: In der Moderne funktioniert ein Kunstwerk nur dann erfolgreich im Sinne kommunikativer Anschlussfähigkeit, öffentlicher Akzeptanz und ökonomischer Relevanz, wenn seine mediale Reproduktionsfähigkeit ein immanenter Teil der Arbeit ist. Neben die werkschaffende Intention des Künstlers ist so selbstverständlich wie kritikwürdig die werkbedeutende Abbildbarkeit und Wiedererkennbarkeit des Kunstwerks getreten. Oder am

⁴ Wolfgang Ullrich. Ikonen des Kapitalismus. <http://www.artnet.de/magazine/art-price-value-uber-den-wert-der-kunst-teil-i>, 08.08.2011

⁵ Wolfgang Ullrich. Raffinierte Kunst – Übung vor Reproduktionen. Berlin 2009

Beispiel Warhols zugespitzt: »Die Mona Lisa ist für Warhol nicht berühmt, weil sie großartig ist, sondern großartig, weil sie berühmt ist.«⁶

DAS NEUE AM WILDEN

Was im jungen 21. Jahrhundert passiert, geht allerdings noch einen entscheidenden Schritt weiter. Nicht mehr nur das Original des Inhalts – seien es Werke der Literatur, Musik oder Kunst, sondern auch das Original ihrer Übertragung wird angeeignet, kopiert, variiert, verfremdet und in Ablauf und Struktur autonom projektifiziert. Waren es zuvor die Medien, die das Original seinem eigentlichen Hier und Jetzt entrissen, sich seiner Aura bedienten, um diese mit sich selbst und um sich selbst anzureichern und ihren Spielregeln zu unterwerfen, so sind es nun die Künstler im Verbund mit ihren Rezipienten selbst, die sich ebendiese Medien zu eigen machen. Manipulierte Nam June Paik in den 60er Jahren noch das Medium TV, indem er die analogen Geräte bei laufendem Betrieb mit Magneten zu Kunst-Sendern machte, so greifen aktuelle Arbeiten unter den Bedingungen des Digitalen entweder direkt in den universellen Programmcode und die Hardware ein oder arbeiten am Begriff von Atelier, Galerie, Museum, Messe und Sammlung als institutionalisierte Trägermedien selbst. Mit dem 2010 realisierten Projekt Newstweek⁷ zum Beispiel, haben die beiden Künstler Julian Oliver und Danja Vasiliev ein Gerät entwickelt, das sich in offene Netzwerke einklinkt und es möglich macht, Webseiten, die andere Nutzer aufrufen, gezielt zu manipulieren. Wer will, kann so selbst die Titelseiten von Spiegel, FAZ und Co verändern und den Surfern neben sich die Schweißperlen ins Gesicht treiben. Der Bauplan zu Newstweek steht natürlich frei im Netz. Julius von Bismarck stellt mit dem Image Fulgurator (2007/08)⁸ ähnlich frappierend die Frage nach der Authentizität von Informationen. Der von ihm gebaute »Apparat zur minimal-invasiven Manipulation von Fotografien« projiziert beliebige Motive in digitale Aufnahmen, die im öffentlichen Raum gemacht werden. So setzte von Bismarck über seinen Projektor Flammen in die Bilder, die Touristen vom Berliner Reichstag machten. Was der Fotografierende als Mensch sieht, ist plötzlich etwas anderes, als auf dem von ihm im selben Moment fotografierten digitalen Motiv festgehalten ist. Mehr reflexiv als manipulativ hingegen arbeitet Oliver Laric, indem er mit seiner Arbeit Versions (2010)⁹ die Institutional Critique in den Kontext der unendlichen Manipulierbarkeit von Bildern im Digitalen einbringt und zugleich jedes Konzept von Original und Authentizität hinterfragt. Damit sehen sich die offiziellen Kanäle in solchen Werken plötzlich Praktiken gegenüber, deren kulturelle Produktion von Techniken, Symbolen, Genres, Stilen und Codes sich ritualisierten Rollen und Schemata entzieht und die auf Dauer gestellten Organisationsweisen durch Werkformate ersetzt, auf denen im Projektformat analysiert, getestet, verändert und erprobt wird. Die Kunst zieht sich hier also nicht auf das schmale Segment und ins oligarchisierte Biotop des Originals zurück, sondern spielt sowohl mit den Reproduktionstechniken, als auch mit den Medien ihrer Verbreitung sowie den darin angelegten Strategien der Repräsentation, Legitimation und Auratisierung. Feierten die Neuen Wilden in den 80er Jahren des 20. Jahrhunderts nochmals expressiv die impulsive Subjektivität des genialischen Künstlers, so wird in den notwendig mit der Realität, Ubiquität und Virtualität des Internets verbundenen Positionen der Gegenwart deutlich, dass hier etwas Neues entsteht, das unter gänzlich veränderten Rahmenbedingungen von Information, Produktion und Rezeption operiert und operieren muss. Doch nur Kulturpessimisten sehen das als Manko. Denn der Verlust fest zugewiesener Rollen, wie sie innerhalb eines klassisch subventionierten Kunstsystems existierten, ist keineswegs ein Bedeutungsverlust für die Kunst und die Künstler, sondern kann auch als Befreiung von einem

⁶ Tobias Lander. Das reproduzierte Kunstwerk. <http://www.deubner-preis.info/lander.pdf>, 08.08.2011

⁷ Julian Oliver / Danja Vasiliev. Newstweek, <http://newstweek.com>

⁸ Julius von Bismarck. Image Fulgurator. <http://www.juliusvonbismarck.com/fulgurator>

⁹ Oliver Laric. Versions (2010). <http://www.oliverlaric.com/vvversions.htm>

normierten Duktus des Künstlers verstanden werden, die einen neuen Kraftschluss zwischen Kreativität und Gesellschaft ermöglicht.

DIE UNGEWOHNTEN KOOPERATIONEN

So hat die gesteigerte Aufmerksamkeit, die der Kultur- und Kreativwirtschaft international entgegengebracht wird, zwar vor allem handfeste ökonomische Gründe, nichtsdestoweniger liegt an den Schnittstellen, die sich aus dem inzwischen manifesten Zwang postindustrieller Gesellschaften zur permanenten Innovation ergeben, ein dauerhaftes emanzipatorisches Potential für die Künste. Denn der Kunst als Kern der Kultur- und Kreativwirtschaft kommt in der Wissensökonomie der Gegenwart eine gewichtige Lotsenfunktion zu, die sie aktiv ergreifen kann: »Indem sie unerforschtes Terrain erkundet, mit Möglichkeitsräumen operiert und utopisches Material einschleust, hilft sie, unorthodoxe Lösungsansätze zu entwickeln.«¹⁰ Und die damit verbundenen neuen Arbeitsformen, wie sie beim Co-Working, auf Barcamps, in Fab Labs, auf webbasierten Plattformen für Crowdfunding und Crowdsourcing, in interdisziplinären Prozessen wie Design Thinking und Open Innovation oder in kollaborativen Open Source-Entwicklungen entstehen, formulieren ein grundlegendes Gegenmodell zur fortschreitenden ›Eventisierung‹ von Kunst und Kultur. Denn diese greift dort um sich, wo institutionalisierte Kultureinrichtungen mit immer knapperen Kassen ausgestattet und dadurch gezwungen sind, in Konkurrenz zu kommerziellen Formaten zu treten, die eben nicht das Unorthodoxe, sondern das Eingängige und Erwartbare forcieren, das naturgemäß auf größere Zustimmung stößt und größere Einnahmen generiert. Doch dies beschert der Kunst nur selten neue Qualitäten und stellt die Vorhandenen in eine so seltsame wie ungleiche Konkurrenz. Die oft noch ungewohnten Kooperationen und Formate, die zur Zeit an den Schnittstellen der Kunst zu Wissenschaft, Forschung, Design, Online-Communities und wiederentdecktem Handwerk entstehen, sind die emerging alternative dazu: Das Atelier ein Co-Working Space, die Galerie eine Crowdfunding-Plattform, die Messe ein Fab Lab und Think Tank, das Museum ein Center for Social Innovation und die Sammlung eine Open Source Library. Warum nicht? Warhols Factory reloaded.

MARC PIESBERGEN

Marc Piesbergen ist Kunst- und Kulturwissenschaftler. 2009 gründete er zusammen mit Axel Kufus das InterInstitut für kollaborative Entwicklungen. Er ist Koordinator des Unternehmensverbunds Planet Modulor und des Kreativen Netzwerk Moritzplatz in Berlin. Er führte Projekte durch in Zusammenarbeit mit der Kulturstiftung des Bundes, der Universität der Künste Berlin, und der Ostkreuzschule Berlin.

¹⁰ Holm Friebe / Bastian Lange, Innovationsökologien,
http://www.creative.nrw.de/fileadmin/files_ch/pdfs/Innovationsoekologien.pdf, 08.08.2011