

Wa(h)re Kunst.

Kontrollierte Rattenplage im Kaufhaus

1. Ästhetiken und Künste, Theorien und Praxis

Die Ware ist die ökonomische Elementarform der Marktwirtschaft, die alles bezeichnet, was Gegenstand des Handels sein kann.¹ Aus dieser, eher lockeren Definition und aus der Geschichte der Menschheit geht gleichermaßen hervor, dass der Ware ,an sich' keine physischen, politischen oder ethischen Grenzen gesetzt sind: Zu den Gütern im weitesten Sinne gehören neben Produktions- und Konsumgütern auch Dienstleistungen und Rechte, die allesamt mit einem jeweiligen Tausch- und Gebrauchswert versehen seien. Ein Blick auf die wichtigsten Synonyme des Wortes ,Wert' wiederum macht deutlich, dass der allgemeine Sprachgebrauch in erster Linie die eher marktwirtschaftlichen Ausdrucksformen kennt, wie ,Ausbeute', ,Gewinn', ,Profit', ,Marktwert', ,Nutzen', ,Preis', ,Preislage' oder ,Gegenwert'.² Die Konnotationen des Begriffes ,Wert' wie ,Qualität' oder ,Bedeutung' erscheinen im Buchstabenmeer der auf ihre Quantifizierbarkeit hinweisenden Begriffe eher zweitrangig.

Mit dem Konsum, verstanden als Verzehr oder Verbrauch von Gütern, ist schließlich das vierte Glied der marktwirtschaftlichen Bedeutungskette ,Ware - Güter - Wert - Konsum' definiert und ein Zusammenhang benannt, der im Folgenden mit Blick auf die Wertvorstellungen und Wertbeständigkeit in der Kunst diskutiert werden soll.

In seiner „Topologie der Kunst“³ diagnostizierte Boris Groys mit einem lediglich marktwirtschaftlichen Vokabular die

Abschaffung aller denkbaren Wert- und Qualitätskriterien in der Kunst. Ein Symptom dieses Verlustes sei das definitive Scheitern der Kunsttheorie gewesen. Zu den Folgen der so erreichten Folgenlosigkeit der Theorie gehörten einerseits eine Verschiebung der ursprünglich auktorialen Entscheidungen der Künstler auf ihr Publikum und andererseits (vielleicht als Folge der Verantwortungsentlastung der Künstler) eine allgemeine Überproduktion der Kunst (die als Hauptmerkmal der Kunst bezeichnet werden könne).⁴

Die damit verkündete kulturelle und geographische Entgrenzung der Kunst durch den Beitritt des Kunstkonsumenten zur bis dato aristokratisch und von Künstlern autokratisch regierten Kunstunion habe wiederum eine ‚kopernikanische Wende‘ im Kunstsystem zur Folge: Der ‚Kunstproduzent‘ solle nun primär durch seine konsumierende und der ‚Kunstrezipient‘ durch seine produzierende Tätigkeit definiert werden.

Der Künstler als Konsument folgt in diesem Szenario einem althergebrachten avantgardistischen Ruf der Geschichte, indem er die dekadente Konsumorientierung als die wirtschaftlich effektivste Daseinsweise verkörpert und gleichzeitig die mühsame Zusammensetzung der Teile eines Kunst-Werkes oder -Projektes zu einem Ganzen (das selbstverständlich marktwirtschaftlich kompatibel MEHR sein soll als die Summe seiner Teile) an die Kunstrezipienten delegiert. Die Kunstkonsumenten müssen nun ihre neue Freiheit als Inter-Agierende durch z. T. mühsame, auch kinästhetische Parcours zwischen Konzept, (bewegtem) Bild und Synästhesie *immer wieder aufs Neue* gewinnen.

Die frühere (kunst-)theoretische Ableitung des ständigen Konsumierens vom individuellen Begehren (à la Lacan, Foucault u. a.) greife schon deshalb zu kurz, weil der Zwang zum Shopping vor allem moralischer Natur sei: „Sich der Gesellschaft gegenüber verantwortungsbewusst zu verhalten, bedeutet heute für ein

Individuum, so viel wie nur möglich zu kaufen – unabhängig davon, ob es das will oder nicht.“ – so Groys.⁵

Der Künstler, der sich nun vom vorbildlichen Produzenten zum vorbildlichen Konsumenten gewandelt habe, sieht sich in dieser Konstitution einem Problem gegenüber: Unter den Bedingungen seiner eigenen, technologisch wie netzwerktechnisch meist rückschrittlichen Produktionsbedingungen wie auch unter den Bedingungen des Massenkonsums kann er weder mit Mode noch mit Werbung noch mit dem kommerziellen Design (auch mit keinem der dort angewendeten, medial avancierten bildgebenden Verfahren) mehr konkurrieren:⁶

„Der Akt der Kunstproduktion ist selbst zu einem Akt des Shoppings geworden. Der Künstler entnimmt der Massenkultur, in der er lebt, Bilder und Objekte und verwendet sie für die Erschaffung eigener Räume – so wie es jeder Konsument auch tut [...] nicht zufällig will der Künstler von heute nicht mehr kreativ sein, sondern kritisch. Die kritische Einstellung ist aber nicht für den Produzenten, sondern allein für den Konsumenten charakteristisch.“⁷

Auf die hinfällig gewordene Überlegenheit des Kunstkonsumenten, die der Betrachter mit der eigenen Aktivität kompensieren muss, reagieren die Sammler ihrerseits mit einer anderen, ihrer weit höheren Kaufkraft angemessenen Strategie: Als heutige „Helden des Konsums“⁸ wenden sie sich – beinahe den Künstlern gleich – in zunehmendem Maße den Konsumgütern zu und bauen Sammlungen aus, die bald mit den neuzeitlichen Kunst- und Wunderkammern vergleichbar sein dürften. Ihr Tanz ums Goldene Kalb wird in einer unheiligen Allianz mit rücksichtslosen Auktionshäusern und smarten Künstler-Kuratoren à la Damien Hirst zelebriert. Dies aber fordert geradezu eine undankbare, weil vorausschauende (ja beinahe prophetische, mosaische) Reflexion

heraus, aus der aber statt Versprechungen, Manifeste oder Gebote ,nur' vernünftige Empfehlungen im Umgang mit der Interessenverlagerung und dem beispiellosen Wandel unserer Dingkultur entspringen sollten.

Wenn das Hauptmerkmal der heutigen Kunst ihre Überproduktion sein sollte, die folglich auch das Verhältnis zwischen Kunst und Konsum maßgeblich bestimmt, dann sollten unter anderem die Ursachen erforscht werden, die zu diesem Ungleichgewicht geführt haben. Kunstgeschichte und Kunstkritik tragen natürlich ihren Teil der Verantwortung: Seit der frühen Neuzeit tauchten diverse Motive (bspw. Spiegel) in verschiedensten metaphorisch-allegorischen Kombinationen auf. Sie ermutigten zu einer inflationären Hyperproduktion von Bilddeutungen gleicher Gemälde und trugen zur Ausbildung eines sehr überschaubaren Kanons an anerkannten ,Meisterwerken' bei. Hinzu kamen natürlich die viel diskutierten medialen, technischen und nicht zuletzt allgemeinen Produktionsbedingungen, die mit der Industrialisierung und ihren Folgen zur Überproduktion und Werteinflation beigetragen haben.

Das durch die heutige Überproduktion und die kunstgeschichtliche wie -theoretische Überforderung der potenziellen Interpreten restauratorische Installieren von Mega-Preisen für die Kunstobjekte von Damien Hirst, Andreas Gursky oder Jonathan Meese ist der vergebliche Versuch, die massive Verlagerung des Kapitals und der kreativen Gestaltungskräfte in die Werbe-, Design-, Mode- und vor allem in die Spielindustrie wettzumachen.

Die seit den achtziger Jahren des 20. Jahrhunderts wachsenden musealen Tempel der Säkularisierung und künstlerischen Nobelfriedhöfe (Guggenheim-Franchise sei nur als bestens bekanntes Beispiel angeführt) änderten genauso wenig wie die Hexenkessel der Kunstbiennalen und -Messen und anderen

Ausstellungsereignissen an der Tatsache, dass die mit verschuldete Anhäufung und Aneignung der (Selbst-)Reflexion, Selektion und Interpretation kaum noch eine Chance hatten.

Spätestens hier wird ersichtlich, dass die künstlerischen Rechte und Dienstleistungen, vor allem aber auch ihre Produktions- und Konsumgüter *eigentlich* nicht wegen ihres Tausch- oder Gebrauchwertes geschätzt werden, sondern wegen ihres *Interpretationswertes*. Aber wenn die Konsumgüter heute dank ihrer Gestaltung die Welt interpretieren, dann lassen sie sich auch ähnlich wie Kunstwerke betrachten: „Längst sind die Designer die wahren Interpreten unserer Zeit.“⁹

Die Sammler machen es den Künstlern gleich, wenn sie ihre traditionelle Rolle als ‚Avantgarde der Konsumenten‘ ernsthaft wahrnehmen und ihrer alchemistischen Tätigkeit umso fleißiger nachgehen. Folge der Arbeitsteilung zwischen Künstlern, Kuratoren, Sammlern und Interpreten sind allerdings insbesondere im Bereich der Medienkunst neuartige Geschäftsstrukturen mit ihren virtuellen Forschungsumgebungen und ihrer Implementierung in das gesellschaftlich hochrelevante Feld des kreativen und wissenschaftlichen Umgangs mit den Medien. Die Medienkunst ist geprägt von steigenden Konvergenzen zwischen den vormals getrennten Bereichen der Produktion, Rezeption und Distribution und Selektion, in denen Künstler, Kurator, Distribuent und Vermittler oft in einer Person vereint sind. Eine der Folgen dieser Situation ist auch, dass viele der selbst ernannten Kuratoren für Medienkunst keinen tieferen Einblick in und breiteren Überblick über die Entwicklung in diesem sehr komplexen und relevanten Bereich nachweisen können. Sehr oft fehlen aber auch die Detailkenntnisse. Die präsentierte Medienkunst erscheint folglich in den Augen des durchschnittlichen Kunstkonsumenten oft als eine chaotisch-anarchische Ansammlung von alten Ideen in

neuen Kleidern, was die Situation im wissenschaftlichen Betrieb ziemlich exakt widerspiegelt. Denn dort werden beispielsweise immer wieder vermeintlich neue Thesen zu den alten Themen aufgestellt und entweder bei den Medienkunstbiennalen im ‚fernen Osten‘ durchdekliniert oder von teilweise aufgeschlossenen, aber oft überforderten Doktorvätern als Dissertationen angenommen. Die frisch gebackenen Doktorinnen und Doktoren sitzen teilweise bereits heute in Museen und anderen angesehenen Institutionen als MedienkunstkuratorInnen und entscheiden darüber, was heute und künftig relevante Medienkunst zu sein hat.

Künstler, Designer, Softwareentwickler und kreative Menschen aller Couleur erkennen seit langem, dass das topologisch kaum neutrale Internet ein mächtiges Werkzeug ist, um die lokal funktionierende Kunst in die Weltkunst zu integrieren und ihr globale Präsenz zu verschaffen. Das Internet bestätigt mit Nachdruck die mit dem Museumsboom der achtziger Jahre deutlich gewordene Tatsache, dass Kunst eigentlich praktisch nur lokal oder global funktioniert. Dass daran auch die nationalen Kunstförderprogramme nicht ohne weiteres etwas ändern, sieht man überall auf den Straßen europäischer Innenstädte, die nach wie vor verunstaltet bleiben durch bemitleidenswerte Relikte der ‚Kunst am Bau‘-Zeit. Kunst entzieht sich trotz nationaler Programme jeglicher Vereinnahmung, sie ist von Grund auf ‚anarchisch‘ und destabilisierend in einem positiven Sinn, und sie fühlt sich eigentlich nur in einem dezentralisierten Umfeld zuhause. Das Internet als Medium der Dezentralisierung *par excellence* ist also ein kunstfreundliches Medium, das die (‚guten‘ wie ‚bösen‘) Zentralautoritäten unterminiert.

Inwieweit werden solche dezentralisierten Systeme künftig in der Lage sein, sich quasi von selbst zu organisieren? Inwieweit

wird sich das derzeitige Gleichgewicht zwischen Top-Down- und Bottom-Up-Strategien aufrechterhalten können? Die Antworten auf solche Fragen hängen nicht zuletzt von zivilisierten Regeln des Wettbewerbs zwischen ‚Verkäufern‘ der Kunst- und Wissenschaftsware ab. Das Modell der Interaktion zwischen etablierten Institutionen und Persönlichkeiten der Kunstszene und ihren ‚Kunden‘, den Künstlern (die zum Teil genauso etabliert und unnahbar werden wollen), scheint nach jahrzehntelangem Tauziehen zu zerbröckeln. Die Zahl der mehr oder weniger ernst zu nehmenden Künstler und Gestalter, Wissenschaftler und Kritiker, die entweder keinen Zugang zu den oder keine Lust auf die entsprechenden elitären Etablissements haben, ist mittlerweile um ein Vielfaches größer als die Zahl der ‚Auserwählten‘, und dennoch kommen sie – zumindest nicht wenige von ihnen – mit der Situation und dank Internet auch so ganz gut zurecht.

Sind nicht gerade die institutionellen Global Player der Kunst und Kunstgestaltung diejenigen Instanzen, die einer Erneuerung wohl am kritischsten gegenüberstehen? Viele Veranstalter der Dutzenden von Kunstbiennalen und (Medien-)Kunstoffivals, die ebenso wie die Museen seit Anfang der achtziger Jahre wie Pilze aus dem Boden wuchsen, schreien heute nach öffentlichen Mitteln, um ihre ohne besonders großen Aufwand angesammelten Schätze noch besser – jetzt in digitaler Form – vermarkten zu können. Anachronismen wie zum Beispiel private ‚Medienkunstsammler‘ vervollständigen dieses untröstliche Bild und bilden die Unfähigkeit ab, weit größere erzieherische, kulturelle, soziale, politische und nicht zuletzt wirtschaftliche Potenziale der erweiterten Kompetenzen zu erkennen und vor allem *jetzt* zu handeln.

Der Frage, die sich jede Firma, jede Privatperson und jeder Unternehmer stellen sollte, nämlich „Wodurch unterscheide ich

mich von der Konkurrenz?“, wird seitens der ‚Autoritäten‘ entweder ausgewichen, oder sie wird mit einem arroganten „Ich habe keine Konkurrenz!“ beantwortet. So tummeln sich immer mehr ‚Unverzichtbare‘ und ‚Connaisseurs‘ auf dem Marktplatz nationaler Forschungsgemeinschaften, und nach drei Jahren Förderung versinken sie wieder in Vergessenheit bis zur nächsten Chance, in Offensive gegen alle anderen anzutreten. Anstatt überlebensfähige, in ihrer Größe moderate Projekte anzusteuern, werden immer wieder groß angekündigte Dinosaurierprojekte ins Leben gerufen, Projekte, die in kürzester Zeit locker siebenstellige Summen schlucken und dennoch nie satt werden. Selbst auf der Ebene des Möchtegerne-, ‚Top-Level-Networking‘ setzt man sich nicht zusammen, sondern man verschwendet seine Zeit und unser Geld, indem man die Konkurrenz diffamiert.

Angesichts dieser wirtschafts- und machtpolitischen Lage erscheint mir der ‚topologische‘ Einwand gegen das Diktat der Heterogenität, gegen ‚bunte Vielfalt‘ wie auch gegen Mix und Crossover¹⁰ in der Kunst nur teilweise berechtigt. Denn obwohl der zitierte ‚Zwang zum Shopping‘ eine politische, ökonomische und auch mentalitätsbedingte Teilursache für den neoliberalen Geschmack des heutigen ‚freien Kunstmarktes‘ darstellt, tendiert der empathisch-oppositionelle (ja nostalgische) Ruf nach Universalem, Uniformem, Repetitivem, Geometrischem, Minimalistischem, Asketischem, Monotonem, Langweiligem, Homogenem und Reduktionistischem dazu, die eigene Stellung zwischen staatlich-homogenisierenden und marktwirtschaftlich-heterogenisierenden Kräften transparent zu machen. Die Position eines Gatekeepers, der den Markt-Geschmack einfach als „fundamental antiradikal“ verurteilt, statt ihn - und sich selbst - stets zu thematisieren und zu reflektieren, birgt bekannte

Gefahren der Selbstgefälligkeit und treibt letztlich den totalitaristischen Teufel mit dem regulierenden Belzebub aus.

Auch deshalb empfiehlt es sich, den Warencharakter mancher Kunst und den Kunstcharakter mancher Ware an Artefakten selbst und ihren Eigenschaften zu untersuchen: Das oft auffällig ‚bunte‘, ‚Plakative‘ an der Kunst der Gegenwart hängt selbstverständlich mit der marktwirtschaftlichen Erkenntnis zusammen, dass die Aufmerksamkeit der Menschen einen – inzwischen wohl *den* – ökonomischen Wert darstellt und eine Ware unter unzähligen anderen geworden ist. Diverse Rating- und Tagging¹¹-Webseiten sind aktuelle und enorm erfolgreiche Beispiele der Einbindung immenser menschlicher Zeit- und Aufmerksamkeitsressourcen in die Arbeit mit eher begrenzten administrativen Ressourcen auf institutionellen Ebenen. Gleichzeitig sind Begriffe wie ‚Tagging‘, ‚Appraisal‘ und ‚Curating‘ zu Sinnbildern der Kernprobleme der Kunst, einschließlich der Medienkunst selbst, geworden. Wir beschäftigen uns beispielsweise im Kontext des kreativen Umgangs mit den Medientechnologien nicht primär und schon gar nicht ausschließlich mit bunten bewegten Bildern und schicken Flash-Animationen: Es sind vor allem die *konzeptuellen* Methoden der (Medien-)Künstler – speziell der so genannten Net-Künstler, -Gestalter, -Designer und -Kuratoren – die die Fragen der Bewertung, Evaluation und Entscheidungsfindung in das Zentrum ihrer Arbeit stellen. Insofern geht es nicht um die Entscheidung zwischen ‚konzeptuell‘ oder ‚bunt-bildlich‘, sondern es geht darum, die gegenwärtige Hochkonjunktur des Expressiven, Bunten und Verkäuflichen als ein nicht zuletzt wirtschaftlich bedingtes Phänomen zu erkennen, das seine Parallele in den Jahren des Aufstiegs von Museen und Medienfestivals – in den Thatcher-Reagan-Kohl-Jahren – hat. Genauso sind die ‚konzeptuellen‘ und

,bildfeindlichen' Siebziger ein Ausgangspunkt für die konzeptuellen Neunziger. Das Siebziger-Neunziger-Verhältnis, verglichen mit dem Achtziger-Heute-Verhältnis wiederum lassen – auf die Jahrhundertfolie aufgezogen – leicht erkennen, wie die Abfolge zwischen subjektzentriertem Expressionismus mit seinem Grundprinzip ,Arbeit' und objektzentriertem Dadaismus mit seinem Grundprinzip ,Spiel' nach dem ersten Weltkrieg ein ebensolches Verhältnis von Reaktion und Gegenreaktion auch nach dem zweiten Weltkrieg erfahren hat wie im abstrakten Expressionismus und im darauf folgenden Neodadaismus.

2. Kunstwissenschaften, Spielwissenschaften

Vor diesem Hintergrund rückt das Verhältnis von Kunst und Spiel immer mehr ins Zentrum des Interesses. Ist die Kunst heute etwa nur noch ein turbokapitalistischer Spielplatz für Erwachsene? Der Interpretationswert der ,Ware Kunst' scheint auf den ersten Blick der einzige Aspekt zu sein, der die Kunst noch vom Spiel unterscheidet. Ist der Interpretationswert der Kunst denn tatsächlich der Unterschied, der den Unterschied macht? Gregory Bateson hat seinerzeit seinen Informationsbegriff mit eben dieser Formulierung erläutert. Aber hat der Interpretationswert überhaupt einen Informationswert, wenn die Kunst als Ware unter die Lupe genommen wird? Und macht es überhaupt Sinn, die Kunst auf ihren Wahrheitsgehalt hin überprüfen zu wollen, wenn das spielerische Prinzip, das ,als ob' und das ,fake' zur kurzweiligen Aufmerksamkeitslenkung weitgehend den Grundgehalt, die Substanz dieser Ware bestimmt?

Genauso wie ein Spiel bereits in den ersten Sekunden den potenziellen Spieler fesseln muss, um ihn als Käufer zu gewinnen, muss auch die Kunst den Spielregeln der Aufmerksamkeit folgen, damit die Rezeption gern und spielerisch angenommen wird und

nicht langweilig wird.

Vilém Flusser beschrieb eindrucksvoll, wie Anfang der neunziger Jahre die sozialen Theorien den Spieltheorien zu weichen begannen.¹² Infolge der Entpolitisierung seien Spiele nicht mehr als soziale Phänomene verstanden worden, sondern umgekehrt seien Gesellschaften als Spielarten angesehen worden. Diese radikale Veränderung der kulturellen Stimmung würde nicht zuletzt „den Niedergang des Marxismus und die Vorliebe für den freien Markt als Spiel von Angebot und Nachfrage erklären.“¹³

Genauso wie die Ware als ökonomische Elementarform der Marktwirtschaft jenseits von Gut und Böse definiert wird, bedient sich auch die Spieltheorie vorzugsweise mathematisch-statistischer Formeln und missachtet systematisch die ontologische Differenz zwischen ‚wahr‘ und ‚falsch‘, zwischen ‚real‘ und ‚virtuell‘, zwischen ‚Ware‘ und ‚Nicht-Ware‘. Flussers experimentelle Anwendung des spieltheoretischen Begriffes ‚Kompetenz‘ auf die Kunst machte deutlich, dass die Frage nach der Kompetenz und Inkompetenz der Kunstkonsumenten und Kunstkritiker mit der Frage nach der Kompetenz und Inkompetenz der Kunstproduzenten gekoppelt sei. Flusser räumte zwar die Möglichkeit der Quantifizierbarkeit von ästhetischen Phänomenen mit Mitteln der Spieltheorie ein, er verlagerte sie aber in eine ferne Zukunft. Darf man schon heute, Anno Domini 2008, danach fragen, ob diese Zukunft möglicherweise bereits eingetreten ist? Brauchen sich die einzelnen Künstler immer noch nicht zu fürchten, dass man ihnen ausrechnet, wie inkompetent sie sind? Können sie sich immer noch auf ihre empirischen Parameter wie ‚Intuition‘ oder ‚Inspiration‘ berufen? Und kann man immer noch – wie es Flusser vor fünfzehn Jahre getan hat – das Spiel und das Engagement gegeneinander *ausspielen*?

Wo liegen heute die genuinen Kompetenzen und Verantwortlichkeiten des Spielers¹⁴, wo diejenigen des Künstlers

und seiner Interpreten? Kann uns darüber etwa die ‚Spielwissenschaft‘ (eine Wissenschaftsdisziplin innerhalb der Sozialwissenschaften) Auskunft geben, oder eher eine noch nicht existente, fiktive ‚Verantwortungswissenschaft‘? Bezeichnet nicht gerade die Kunst dasjenige Feld, auf dem alle Mitspieler und Mitverantwortlichen aus ihren Verantwortlichkeiten entlassen sind? Besteht nicht gerade die Kunst des Kunst-Spiels darin, die eigenen spielgenerierenden Regeln (und damit die eigene Freiheit) zu verletzen?

Als Lackmustest kann hier ‚Second Life‘ (SL) genommen werden. Es ist, streng genommen (zumindest aus der Gamer-Perspektive) kein Spiel. Es ist aber in seiner Ganzheit auch keine Kunst. Es ist natürlich eine Ware aus der Abteilung ‚Dienstleistung‘, eine Ware, bei der die weitgehende Freiheit ihrer Bewohner ein „Segen und Fluch zugleich“¹⁵ ist.

Gilt nicht dasselbe auch für die Kunst, diese Simulation aller Simulationen? In SL gibt es sogar seit kurzem eine „Confederation of Democratic Simulators“, angesiedelt in der „Neufreistadt“, einer experimentellen demokratischen Plattform inmitten eines Umfeldes, in dem vorerst weiterhin die Götter der Firma Linden Lab autokratisch herrschen.¹⁶

Es gibt aber auch andere Initiativen in SL: Der Traum von einer sich selbst replizierenden, gewaltlosen Konsumkritik¹⁷ wird von Amy und Slikerone (zwei Künstler-Avatare) gelebt, indem von langer Hand eine kontrollierte Rattenplage im SL-Kaufhaus geplant wird ...

Was hat alles in allem SL mit dem Thema Wa(h)re Kunst zu tun? SL unterscheidet sich von allen anderen Online-Spielen darin, dass die dort erschaffenen Objekte im Besitz ihrer Schöpfer bleiben. Die durch mühsames und zeitaufwendiges virtuelles ‚Häuslebauen‘ erworbenen Eigentumsrechte in SL waren

zunächst - wie beim ‚Monopoly‘-Spiel (das Kapitalismus-Spiel *par excellence*) seinerseits - eine wichtige Motivation für die Millionen von Spielern - und nicht zuletzt Künstlern - weltweit, ihr Glück und ihre Kreativität auch in der Online-Welt zu probieren.

Inzwischen gibt es in China Unternehmer, die zahlreiche Menschen beschäftigen, die Avatar-Aufgaben in Onlinespielen erledigen, „um das Erspielte anschließend an zahlungskräftige Kunden mit weniger Spiel-Zeit in den USA und Europa zu verkaufen.“¹⁸

Und damit schließt sich vorläufig der Kreis: In China, einem Land, in dem nicht das Einzigartige, sondern ganz im Gegenteil, die Kopie als (Kunst-)Ideal angesehen wird, einem Land, das uns allen die Unmenschlichkeit unseres eigenen, weitgehend auf blinden marktwirtschaftlichen Grundlagen basierenden Systems vor Augen führt - in China wird die Vermarktung von Kunst nicht zuletzt als Franchise-Unternehmertum interpretiert, das sich spielerisch verwandelt, je nach Auftragslage.

Florian Rötzer sah mit einigem Recht die kulturellen Konstrukte Kunst und Spiel wie zwei Gesichter einer Kippfigur aneinander gebunden: Das System Kunst ließe sich auch insgesamt „als strategisches Spiel beschreiben, bei dem es darum geht, mit bestimmten Spielzügen in die Institution einzudringen und seinen Produkten die Anerkennung als Kunstwerk zu verschaffen.“¹⁹

Ein Rückblick auf die Utopie von Karl Marx, bei dem der Begriff ‚Arbeit‘ eine zentrale Rolle spielte, zeigt deutlich, dass die Veränderung der gesellschaftlichen Produktionsverhältnisse, die ihm vorschwebten, letztlich dort stattfinden sollte, wo die Arbeit in Spiel überginge. Der Künstler als vorbildlicher Konsument und Spieler mag also trotz

ungünstiger Prognosen genau dort seine vorläufige Rolle finden, wo er zuvor als Kritiker auftrat, denn

„etwas als Spiel zu interpretieren heißt nicht nur, darin Spaß, Unterhaltung und Zerstreuung zu suchen, es heißt auch paradoxerweise, die veränderliche und sich verändernde Ordnung, das Zusammenwirken von Regel und Zufall, von Notwendigkeit und Freiheit anzuerkennen; es heißt, etwas nicht nur richtig auszuführen, sondern darin auch zu einer ästhetischen Vollkommenheit zu gelangen und letztlich erwachsen zu werden.“²⁰

3. Kunstwerke, -Waren, -Wahrheiten und -Werte

Wie verträgt sich nun die Rede von freier und spielerischer kreativer Tätigkeit und (ästhetischer) Vollkommenheit der ‚wahren‘ Kunst mit der Gleichsetzung von Kunstwerk und Ware? Für Groys ist Kunst

„primär ein Wirtschaftszweig. Die Aufgabe der Kunst besteht in Produktion, Verbreitung und Verkauf von Kunstwerken. Das Kunstwerk ist eine Ware wie jede andere. Der Kunstmarkt ist ein Teil des Marktes als solchem und funktioniert nach den üblichen Gesetzen der Warenökonomie. Die Kunstwerke zirkulieren in unserer Ökonomie wie jede andere Ware auch im Kontext der allgemeinen Warenzirkulation [...].“²¹

Für Groys sind wir fähig, jede Ware ‚ästhetisch‘ zu erleben und sie demnach durch den ‚simplen‘ Akt der Selektion (nicht Produktion) zum Kunstwerk zu deklarieren. Daraus folge, dass jegliche ‚qualitative‘ Unterscheidung zwischen üblicher Ware und Kunstwerk nicht mehr haltbar sei. Mit Blick auf die Geschichte der künstlerischen Ready-Mades von Duchamp bis Pop Art und darüber hinaus scheint in der Tat die Grenze zwischen Kunst und Ware längst verwischt worden zu sein. Die sich gegenwärtig weit

über die Grenzen westlicher Gesellschaften hinaus verbreitenden Lebensformen wie Konsumismus und Massenkultur werden zu universal gültigen Kunstformen erhoben.

Dennoch scheint die folgende Frage berechtigt: Reicht die Unmöglichkeit der ‚qualitativen‘ Unterscheidung der Kunst von der üblichen Ware aus, um die Kunst restlos zu quantifizieren und damit zur berechenbaren statistischen Größe innerhalb der Ökonomie oder Spieltheorie werden zu lassen? Wenn ja, warum ist dies dann bislang den Ökonomen nicht gelungen? Die Bankiers scheitern immer wieder, wie die rezente Megapleite von Lehman Brothers überdeutlich zeigt, an ihrer uferlosen Gier – genauso wie die Kunstspekulanten. „Im Grenzenlosen sich zu finden, wird gern‘ der Einzelne verschwinden ...“, wie es schon Goethe zu beobachten wusste ... Vielleicht sind wir sogar an dem Punkt angekommen, von dem aus zu erkennen ist, dass die Marktwirtschaft genauso wie die Kunst an die Grenzen der eindimensionalen, weil berechenbaren *Logik der Programmierbarkeit* gestoßen ist? Die verkündete Versöhnung von Wirtschaftswachstum und sozialer Inklusion ebenso wie verkündeter kultureller Eigensinn und Profit blieben zumindest bis heute wie die meisten anderen verkündeten wirtschaftlichen Phänomene aus.²²

Gier und Sparsamkeit sind zwei Seiten einer Medaille und sie eignen sich wohl kaum als Instrumente für die Realisierung der Selbstbestimmung des Menschen. Die Lösung der dem zugrunde liegenden historischen Rätsels, die für Marx beispielsweise jenseits der Arbeit, im *Spiel der Kunst* lag, liegt mehrdeutig jenseits jeglicher Diszipliniertheit: Sie, die Lösung, liegt in un-disziplinierten Verhaltensweisen, deren trans-disziplinären Erscheinungsformen nur den Anschein erwecken, als wären sie methodisch begründet. Anstatt eines, von Groys zu Recht verabschiedeten kunsttheoretischen Interesses kommt ein

praktisches Interesse zustande, denn die Kunst ist jetzt der Ästhetik übergeordnet und nicht nur eine ihrer möglichen Manifestationen des Sinnlichen.

Ockhams Rasiermesser - ein Prinzip, nach dem nichts Seiendes ohne Notwendigkeit vervielfacht werden soll - galt jahrhundertlang als Sparsamkeitsprinzip in der Wissenschaft, nach dem sie ihre Neu-Gier richtete. Wir haben gesehen und erfahren, dass und wie die Kunst zu einer ‚höheren‘ menschlichen Aktivität kultiviert worden ist, während das Spiel mehr oder weniger seinen originären Charakter behielt.²³ Worin liegt aber der ‚originäre‘ Charakter des Spieles, wenn es als Ursprung der Kunst und möglicherweise der ganzen Kultur(en) gelten darf? Die Metapher des Spiels ist aus unserer Sicht nicht zuletzt ein Mittel zur Außerkraftsetzung des ockhamschen ‚sparsamen‘ denkökonomischen Prinzips. Die bedeutendste strukturelle Verbindung zwischen Spiel und Kunst offenbart sich aus dieser Perspektive in ihrer verschwenderischen (Denk-)Ökonomie, oder, positiver ausgedrückt, in ihrem großzügigen Umgang mit den Ressourcen: keine Gier - kein Bedarf an Sparsamkeit und *vice versa*. Die ‚wahre‘ Kunst und die Ware ‚Kunst‘ erscheinen vor diesem Hintergrund als eine spielerische Allianz voller Ernst und Absicht, Aussage und Bedeutung und dennoch verkäuflich und berechenbar, wenn auch nur mit Blick in den Rückspiegel.

4. Künstler, Projekte

Der Blick auf die aktuellen Statistiken verrät, dass derzeit über 20 Milliarden Dollar jährlich in Kunstwerke investiert wird, mit steigender Tendenz. Banken, Konzerne und Sammler haben Kunst als attraktiven Image- und Abschreibungsfaktor oder als Anlageform längst entdeckt und faktisch verinnerlicht. Am Rande von

Kunstmessen und im Rahmen von speziellen Tagungen werden Unterschiede zwischen ‚Sammlern aus Leidenschaft‘ und Spekulationskäufern ausgelotet, genauso wie die Aussagekraft von Kunstpreisen für die ‚tatsächliche künstlerische Bedeutung‘ von Kunstwerken.²⁴

Die Ausstellung „Wa(h)re Kunst“ (Berlin 2008) versammelte siebzehn künstlerische Positionen, die die beinahe ausufernde und derzeit aktueller als je erscheinende Problematik der Warenhaftigkeit der Kunst und ihrer Widerstandsfähigkeit der Kommerzialisierung gegenüber reflektiert.

Der Pionier der Netzkunst Alexei Shulgin (<http://www.easylife.org>) zeigt seine zusammen mit A. Chernyshev seit 2005 entwickelten Medienobjekte und andere Produkte seiner „lyrischen Ökonomie“ und „kommerziellen Proteste“, die – versammelt unter dem Namen „Electro Boutique“ – genau das halten, was sie versprechen: „Media art for sale“ (<http://electroboutique.com>).

Die Qualitätsmerkmale für gute Kunst, eingezwängt zwischen Angebot und Nachfrage, zwischen Interessen des Kunstpublikums, -Kritikers, -Sammlers, -Kurators und Galeristen werden von Alexandra Dementieva einer ironischen Quantifizierung unterworfen, bei der das proportionale Wachstum animierter Produktbeispiele und ihrer Preise in eine interaktive Medieninstallation eingebettet wird.

Die Aspekte der sozialen Kritik, der Copyright-Copyleft-Problematik, der ‚Tools- und Services-Art‘ und vor allem der ‚Corporate-Art, wie sie durch Gruppen wie die ‚TMark‘ (<http://rtmark.com>), ‚Etoy‘ (<http://www.etoym.com>) oder auch Superflex seit den neunziger Jahren präsentiert worden sind, werden in der Ausstellung insbesondere auch durch die semantischen Interventionen des spanischen Kollektivs

‚Democracia‘ repräsentiert: Ihre Vorliebe für die populären, sich medial verbreitenden Interventionen, Botschaften und für ihre Massenwirkung macht sie nicht nur zu den gefragten Vertretern eines neuen, kritischen Pop-Geschmacks, der die Medien zu mehr machen als nur zu einem Spiel.

Die Installation ‚Product (of) Life‘ von Sabine Kacunko (2008) zeigt vordergründig Bilder eines Zerfallsprozesses, der zugleich ein neues Leben erzeugt: Das durch die Bakterien zerfressene Negativ eines symbolisch und religionsgeschichtlich „schwer belasteten“ Motives (Fisch) wird von einer digitalen Netzkamera aufgenommen und mit Hilfe eines angeschlossenen Monitors live übertragen; dem Vordergründigen als „Motiv“ widerfahren verschiedene mediale und konsumtechnische Transformationsebenen sowie formalästhetische Zerstörungs- und Abstraktionsstufen, bevor es – den technologischen „geschlossenen Kreis“ verlassend – in Form der konsumierbaren ‚Bakterien-Hostie‘ wieder in den Kreislauf von Leben, Tod und Konsum eintritt.

Die teilnehmenden KünstlerInnen und Kunstgruppen präsentieren sich als Interpreten vorgefundener Wirklichkeit, die als Fotografie, Video, Plakat, Multiple, Performance, Skulptur und (Medien-)Installation montiert, gesampelt oder inszeniert wird. Den Objekten und Zeichen, Aktionen und Kontexten werden neue Bedeutungen gegeben, während das gespielte Spiel mit der Institution Kunst das Einlassen und ein gleichzeitiges Reflektieren der eigens gesetzten Regeln abermals reflektiert. Beispielsweise greift Barbara Caveng in ihrer Installation „Kunstparkett“ die Metapher der Hochwertigkeit und der Überhöhung (in) der Kunst auf und holt sie ‚auf den Boden der Tatsachen‘ herunter.

Die immateriellen Zeichenwelten von Logos und Reklamen (Chus Garcia-Fraile; Eugenio Merino) werden in ihrer offenkundigen wie

versteckten Bedeutung genauso eindringlich erkundet wie die Materialität der Lebenswelten im Toten Meer (Salz) in seiner ursprünglichsten Form (Shahar Marcus).

Die ausgestellten Arbeiten bieten aber vor allem Möglichkeitsfelder an, aus denen heraus der Betrachter die vom Künstler ‚konsumierten‘ Wirklichkeiten erneut selektieren und sie den eigenen Erfahrungskoordinaten gemäß zu ordnen hat. Die zarten Konturen einer Ästhetik des Kapitalismus zeichnen sich in der Karnevalisierung der Umwelt und privilegierter Perspektiven ab, die über die Dialektik der Aufladung und Entladung zur Reflexion über die Ideologie des freien Willens führen. Dies geschieht, um letztlich – aus der Perspektive eines Spiels gesehen – die Herausforderungen anzudeuten, die die gewöhnlichen Strategien der Appropriation und Approbation mit sich bringen, die wiederum seit eh und je die Grenze zwischen Kunst und Nicht-Kunst problematisieren.

Die Kunstwerke, an denen scheinbar nichts auszusetzen ist, bezeichnen wir als Meisterwerke. Menschen, an denen scheinbar nichts auszusetzen ist, bezeichnen wir als Langweiler. Die Ausstellung „Wa(h)re Kunst“ ist mit Sicherheit alles andere als langweilig. Sie ist – stellvertretend für die heutige Kunst – trotzdem nicht dazu geeignet, unsere innere Langeweile auszugleichen, indem diese mit kulturellen Inhalten aufgefüllt wird.

Die Ausstellung bietet eine wohltuende bildhafte und dennoch durchaus bildkritische Variation eines Themas, das uns ohne Zweifel auch in den nächsten Jahren beschäftigen wird. Sie versucht nicht, die Konstruierbarkeit der Wahrnehmung und des Wissens mit einem utilitaristischen Anthropozentrismus, Funktionalismus oder Pragmatismus zu begründen; stattdessen stemmt sie sich gegen das verdeckt-idealistische

Wegirrationalisieren der ökonomischen und ökologischen Grundlagen der idealen und materiellen Produktion und Reproduktion.

Sind die ökonomischen Kategorien denn auf die künstlerischen Kategorien zu projizieren? Diese Frage bleibt wohl insofern nur eine rhetorische, als die Ausstellung „Wa(h)re Kunst“ das Geistige durchaus als einen Aspekt des Sozialen erkennen lässt. Groucho Marx hat den kaum beneidenswerten Status des Wirtschaftlers, Wissenschaftlers, Künstlers, Priesters, Komikers, Gauners - des aufrichtigen Unaufrichtigen - auf die folgende Formel reduziert: „Ich möchte nie einem Klub angehören, der Leute wie mich als Mitglied aufnimmt.“ Die Ausstellung „Wa(h)re Kunst“ spricht eine Einladung aus, die ohnehin nicht ausgeschlagen werden kann, denn „Entweder sind Sie mit uns, oder sind Sie gegen uns“. Oder?

Slavko Kacunko, Juli 2008

Anmerkungen

¹ Meyers Konversationslexikon von 1905

² Online-Wortschatz, Universität Leipzig: <http://corpora.informatik.uni-leipzig.de/?dict=de>

³ Groys, Boris, *Topologie der Kunst*, Carl Hanser Verlag, München/Wien 2003

⁴ Ebenda, S. 20/21

⁵ Ebenda, S. 47

⁶ Ebenda, S. 48

⁷ Ebenda, S. 49/50

⁸ Wolfgang Ullrich, Helden des Konsums (Titelartikel), *Kunstzeitung* 143, 7/2008

⁹ Ebenda

¹⁰ Groys, Boris, *Topologie der Kunst*, Carl Hanser Verlag, München/Wien 2003, S. 233 ff

¹¹ Gemeinschaftliches Indexieren mittels sozialer Software/Zuordnen von „Tags“/Editieren von Metadaten mittels „Tag-Editors“ etc.

¹² Vgl. Vilém Flusser, *Gesellschaftsspiele*, in: Iglhaut, Stefan/Rötzer, Florian (Hrsg.), *Künstliche Spiele*; Klaus Boer Verlag, München 1993, S. 111-117

¹³ Ebenda

¹⁴ Vgl. Claus Pias, *Die Pflichten des Spielers. Der User als Gestalt der Anschlüsse*, in: M. Warnke/G. C. Tholen/W. Coy (Hrsg.), *Hyperkult II: Zur Ortsbestimmung analoger und digitaler Medien*, Bielefeld (transcript) 2004

¹⁵ Christian Stöcker, *Second Life*, München 2007, S. 136

¹⁶ Ebenda, S. 111

¹⁷ Ebenda, S. 82

¹⁸ Ebenda, S. 135

¹⁹ Florian Rötzer, *Kunst Spiel Zeug. Einige unsystematische Anmerkungen*, in: Iglhaut, Stefan/Rötzer, Florian (Hrsg.), *Künstliche Spiele*; Klaus Boer Verlag, München 1993, S. 15-38; S. 22

²⁰ Ebenda, S. 27

²¹ Groys, Boris, *Topologie der Kunst*, Carl Hanser Verlag, München/Wien 2003, S. 9

²² Vgl. den amerikanischen Ökonomen Richard Florida und sein Buch 'The Rise Of The Creative Class'

²³ Itsuo Sakane, *Durch interaktive Kunst zur Selbsterkenntnis*, in: Iglhaut, Stefan/Rötzer, Florian etc. (Hrsg.), *Künstliche Spiele*; Klaus Boer Verlag, München 1993, S. 15-38; S. 91-93

²⁴ Vgl. <http://www.lernzeit.de/sendung.phtml?detail=627231>