

Walter Fähnders

**Nanette Reißler-Pipka, Michael Lommel,  
Justyna Cempel (Hg.): Der Surrealismus in der  
Mediengesellschaft. Ein Mythos zwischen Kunst und  
Kommerz**

2011

<https://doi.org/10.17192/ep2011.3.193>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

**Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:**

Fähnders, Walter: Nanette Reißler-Pipka, Michael Lommel, Justyna Cempel (Hg.): Der Surrealismus in der Mediengesellschaft. Ein Mythos zwischen Kunst und Kommerz. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 28 (2011), Nr. 3, S. 326–330. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2011.3.193>.

**Nutzungsbedingungen:**

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

**Terms of use:**

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

**Nanette Rißler-Pipka, Michael Lommel, Justyna Cempel (Hg.): Der Surrealismus in der Mediengesellschaft. Ein Mythos zwischen Kunst und Kommerz**

Bielefeld: transcript 2010 (Medienumbrüche, Bd. 42), 278 S., ISBN 978-3-8376-1238-7, € 27,80

Dieser im Teilprojekt „Intermedialität im europäischen Surrealismus“ des Kulturwissenschaftlichen Forschungskollegs „Medienumbrüche“ an der Universität Siegen entstandene Sammelband vereinigt gut ein Dutzend Beiträge, die der heutigen Surrealismus-Rezeption gewidmet sind. Es geht um jene sehr langlebige historische Avantgardebewegung, die seit ihrer Ausrufung durch André Breton – durch das berühmte „Surrealistische Manifest“ von 1924 – wie kaum eine andere durch ihre Aktivitäten in allen Kunstsparten, so in Literatur, Theater, Kunst, Film, Fotografie, der Mode u.a.m. von sich Reden machte, und dies nicht allein in Europa, sondern mit Wirkungen bis hin nach Lateinamerika. Integraler Bestandteil waren die politisch-revolutionären Interventionen des Surrealismus, der zeitweilig an den Kommunistischen Parteien Europas orientiert war, bald aber mehrheitlich der antistalinistischen Opposition vor allem dem Trotzismus folgte

und insgesamt vom anti-kolonialistischen Engagement geprägt war. Tenor des Bandes ist der Befund einer umfassenden Musealisierung des Surrealismus – den man keineswegs wie im Untertitel als *Mythos* kategorisieren sollte – bei hartnäckig anhaltender massenmedialer Wirkung und Aktualität. Zu Recht wird in der Einleitung betont, dass man von einer „Aktualität des Surrealismus“ (S.11) nicht nur heute, sondern bereits vor Jahrzehnten hat sprechen können, so im Epochenjahr 1968 im Zusammenhang mit dem Prager Frühling und dem Pariser Mai, die beide Traditionen des Surrealismus wachgerufen hätten. Aktuell dagegen sei ‚Surreales‘ gerade auch in seinem interaktiven Anspruch allzeit präsent in den virtuellen Räumen des Netzes als einer „traumanalogen Welt“, aber handfest gegenwärtig auch „als plakatives Zitat der Werbe- und Filmindustrie“. (S.15)

Untersuchungsgegenstände der einzelnen Beiträge sind – trotz des Stichwortes Kommerz im Titel – weniger ökonomische Strategien eines Marktes, der sich alles, was einst revolutionär oder oppositionell schien oder sich so gerierte, kulturindustriell längst einverleibt hat, sondern vorrangig das Weiterarbeiten am surrealistischen Projekt unter anhaltender Reflexion der Kategorie ‚Kunst‘ und ihrer Transgression. Dass bereits der Surrealismus wie die Avantgarde insgesamt Grenzen der Kunst überschritten und dabei auch Bereiche von Alltagskultur bis hin zur Werbung künstlerisch zu erschließen – und möglichst zu verändern – suchte, macht die Frage nach der Aktualität derartiger Verfahren umso spannender (bis hin zur Frage nach einem Phänomen wie Pop). Bekannt ist die in diesem Band aufgegriffene Position von Peter Bürger, der der Neo-Avantgarde einen innovativen Status insgesamt abspricht und in ihr allein Reprisen der historischen Avantgarde sieht.

Die einzelnen Studien folgen dem nicht unbedingt – verorten einen ‚Surrealismus heute‘ doch in eher wenig einheitlicher Weise. Das gründet in der sehr weiten thematischen Spanne der Beiträge, die nicht immer dem Raster der Titelfrage folgen, so interessant die Beiträge im Einzelnen auch sind. Darunter finden sich u.a. Arbeiten zum ‚Normalismus‘ (Jürgen Link), zu einzelnen Künstlern wie Ror Wolf (Monika Schmitz-Emans), Marcel Duchamp (Michael Wetzel), Chris Cunningham (Eckart Voigts-Virchow), Madonna (Gregor Schuhen), Einzelstudien zum Surrealismus in Mexiko (zwei Beiträge von Susanne Klengel und Volker Roloff) sowie Hinweise auf das frühromantische Erbe des Surrealismus (Andreas Puff-Trojan). Das Spektrum der behandelten Kunstgenres ist entsprechend breit. Was man vermisst, ist eine Art Klammer des Bandes, die stärker programmatisch als die hier vorgelegte Einleitung vorgeht. Zwar entwirft Nanette Rißler-Pipka darin auf einem Dutzend Seiten Programmatisches, bleibt aber doch sehr knapp und auch widersprüchlich. Als zwei mögliche Zugriffe zum Surrealismus nennt sie den „historischen Ansatz, der sich vor allem an den politischen Zielen des Surrealismus orientiert“, und „einen ästhetischen Ansatz, der nach den künstlerischen Produktionen des Surrealismus“ einschließlich seiner „Verfahrensweisen und den theoretischen Bedingungen fragt“. (S.13) Weshalb der „historische Ansatz“ nicht

auch die künstlerischen Produktionen berücksichtigen soll und weshalb es beim „ästhetischen Ansatz“ nicht auch um politische Ziele gehen kann, ist ebenso wenig plausibel wie insgesamt das Ausblenden der konstituierenden politischen Dimension des Surrealismus, die oben angedeutet wurde und deren programmatisches Fehlen bereits in der einflussreichen Surrealismus-Ausstellung in Düsseldorf 2002 seinerseits auf heftige Kritik stieß. Weiterzuführen aber wären jene knappen Hinweise der Einleitung, die den Surrealismus „als ‚Methode‘ zu erfassen“ suchen, die „uns ein ‚neues Sehen‘ lehrt“. (S.14) Ein ‚neues Sehen‘ dann bitte auch auf die Politik bezogen, etwa auf „Surrealistische Visionen des Politischen“, wie der Surrealismus-Forscher Karlheinz Barck es einmal genannt hat. (Vgl. Der Blick vom Wolkenkratzer. Avantgarde – Avantgardekritik – Avantgardeforschung. Hg. v. Wolfgang Asholt/Walter Fähnders. Amsterdam/Atlanta 2000, S. 525-544) Eines aber vermag der Sammelband ganz gewiss zu bestätigen: die „unabschließbare Produktivität des Surrealismus“. (S.9)

Walter Fähnders (Osnabrück)