

Hartmut Winkler

## Zeigen. Ein Problem zwischen Kunst und Medien

1997

<https://doi.org/10.17192/ep1997.1.3853>

Veröffentlichungsversion / published version

Zeitschriftenartikel / journal article

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Winkler, Hartmut: Zeigen. Ein Problem zwischen Kunst und Medien. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 14 (1997), Nr. 1, S. 8–11. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1997.1.3853>.

### 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.

## Standpunkte

Hartmut Winkler

### Zeigen. Ein Problem zwischen Kunst und Medien\*

Es gibt ein Problem mit dem 'Zeigen' von Kunst. Nach dem Boom der achtziger Jahre ist der Wind ungleich härter geworden, und viele Künstler haben erhebliche Schwierigkeiten, ihren Zugang zu Galerien, zu Geldgebern, zum Markt, und damit zur Öffentlichkeit aufrechtzuerhalten. Die klassische Erklärung ist die der Überproduktionskrise. Es gibt zu viele Künstler und zu wenig Kunstliebhaber, die Konjunktur, die Zeiten oder die öffentliche Haushaltslage seien eben schlecht, und die Galeristen wählten falsch aus, allgemein aber sei die Auswahl wichtig, weil allein sie die 'Qualität' garantiere.

In dieser sehr einfachen Perspektive gibt es an sich kein Zeigeproblem. Es gibt einen darwinistischen Prozeß, dessen Härte man beklagen kann; da diese Härte aber seine Rationalität ausmacht, steht die Klage immer auf der falschen Seite und im Verdacht, letztlich auf Subventionen zu schießen, wo die Gesellschaft doch gerade den Wert der Konkurrenz erkannt habe und dabei sei, sich zu einer schlanken, schönen und schlagkräftigen Maschine umzubauen. Es sei in der Kunst eben wie im Leben, und wer bestehen wolle, müsse sich durchsetzen.

Die milde Polemik zeigt an, daß diese Erklärung mich wenig überzeugt. Aus der Perspektive meines Fachs, der Medienwissenschaft, möchte ich eine alternative Deutung vorschlagen, die davon ausgeht, daß Kunst und Medien in einer regelhaften Beziehung zueinander stehen, und daß die Krise des 'Zeigens', wenn es sie denn gibt, mit der Veränderung und Verschärfung dieser Beziehung zu tun hat. Die Medien ins Spiel zu bringen, mag zunächst befremdlich erscheinen. Wir haben uns daran gewöhnt, der Kunst und den Medien getrennte, relativ klar begrenzte Terrains zuzuweisen: Die Medien sind zuständig für den Alltag, den Massenkonsum, das Konventionelle und Triviale; die Kunst für den möglicherweise kleineren und aristokratischeren Bereich der Experimente, der relativen Freiheit und der Innovation. Von dieser Trennung aus werden dann bestimmte Überlappungen zugestanden, etwa in der Rede vom Film als Kunst, oder wenn gesagt wird, daß die Massenkultur sich aus dem Reservoir der künstlerischen Innovationen bedient.

\* Vortrag im Rahmen der Veranstaltung: „Der Begriff 'Zeigen'“. Selektion, Frankfurt, 28. 6. 96. Zuerst veröffentlicht im Internet unter <http://www.inm.de/art/selektion/zeigen.html>.

Vielleicht aber, und darauf möchte ich hinaus, gibt es eine viel direktere Relation. Ich möchte ansetzen bei jenem Modell, das Achim Wollscheid als eine basale Beschreibung der künstlerischen Produktion vorgeschlagen hat und das die Herstellung von Kunstwerken in drei einfache Aspekte gliedert. Auf der ersten Stufe erstellt der Künstler sein Werk. Er bedient sich dabei – zweitens – bestimmter Techniken, die er vorfindet, mit denen er sich auseinandersetzt und die er möglicherweise weiterentwickelt; ist das Werk fertig, trägt er es – drittens – zum Galeristen, der für die Distribution sorgt und zwischen dem Künstler und der Öffentlichkeit vermittelt.

Die Krise des Zeigens nun geht von der dritten Stufe aus. Während der Künstler sich vor allem auf die Probleme der Produktion und der Technik konzentriert, droht er an jener Sphäre der Verteilung zu scheitern, die sich seinem Einfluß am nachhaltigsten entzieht; erst der Distributionsprozeß entscheidet letztlich über sein Produkt, und der Künstler muß diese Entscheidung als eine Art Gottesurteil hinnehmen.

Auffällig nun ist, daß die technischen Medien für dasselbe Problem eine völlig andere Lösung gefunden haben. Sie rollen, so könnte man sagen, das gesamte Dreier-Schema von hinten her auf und packen die Sache nicht von der Produktion, sondern von vornherein von der Verteilung her an. Der bekannte Benjamin-Titel „Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit“ macht dies in aller Deutlichkeit bewußt. Er wird normalerweise als eine Aussage zur Produktion von Kunstwerken gelesen, und zu ihrer Veränderung unter den Bedingungen der Moderne; unter der Hand aber hat sich der Vektor der Betrachtung umgekehrt. Technische Reproduktion dient vor allem der Verteilung; These also ist, daß der Modus der Distribution Einfluß auf das Kunstwerk selbst gewinnt, und zwar einen direkten technischen Einfluß, indem die Technik der Verteilung und der Reproduktion (Stufe 3) und die Technik der Herstellung (Stufe 2) miteinander verschmelzen. Im Fall von Photographie und Film dient das Negativ ausschließlich der Herstellung einer großen Zahl von Kopien; die Technik der Bildherstellung also ist in Abhängigkeit zur Verteilungstechnik konstruiert; und das Medium selbst ist von der Verteilungstechnik her entworfen.

Und gleichzeitig ist klar, daß die Kunst, etwa die traditionelle bildende Kunst, diese Lösung nicht übernehmen kann. Auch dort, wo sie Reproduktionstechniken einsetzt – Video, Computer, Drucktechniken, Guß – bleibt sie gebunden an das auratische Original oder an die kleine Serie. Dort, wo sie diesen Anker losläßt, geht sie in der Sphäre der Medien auf. Die bildende Kunst scheint mir damit festgelegt auf ein 'Diesseits' der Medien. Vor dem Hintergrund einer übermächtigen, lärmenden Medienlandschaft, die die technische Reproduktion ausspielt, um sich ins Unendliche zu vervielfachenden, in jeden Winkel des Alltags vorzudringen und noch auf der letzten Alm Stapel von Videokassetten zu deponieren, muß sie ihr Projekt formulieren, Raum finden für die eigene, differente

Aussage. Und sie muß Aufmerksamkeit finden. Medien und Kunst konkurrieren, allen inhaltlichen Unterschieden zum Trotz, um die Aufmerksamkeit letztlich desselben Publikums; und Florian Rötzer hat sicher recht, wenn er sagt, Aufmerksamkeit sei dabei, zu einer der knappsten Ressourcen zu werden.

Wie die inhaltliche Differenz scheint mir auch der institutionelle Zaun, der den Kunstmarkt (die Galerienlandschaft, die Museen und Ausstellungen) von den Medien trennt, ein unzuverlässiges Bollwerk zu sein. Die gegenwärtige Kontraktion des Kunstmarktes zeigt, wie plastisch seine Außengrenzen sind, und gerade dies bringt uns ja dazu, über die Gründe solcher Kontraktionen nachzudenken.

Kunst, dies ist meine nächste These, ist deshalb immer auch mit der Formulierung dieser Grenzen befaßt. Wenn es richtig ist, daß alle Kunst (alle bildende Kunst) auf einen Raum 'diesseits der Medien' festgelegt ist, so lassen sich verschiedene Strategien unterscheiden, die eigene Position relativ zu den Medien zu definieren. Sehr grob skizziert wären vier aus einer sicherlich größeren Anzahl zu nennen: Das Unikat, das auratische Kunstwerk erscheint gegen die übermächtige Szenerie der Medien als ein Sonderfall. 'Unikat' bedeutet, daß das Werk technische Vorkehrungen gegen seine technische Reproduktion getroffen hat, um eines, identisch, Unikat eben, zu bleiben. Gebunden an einen bestimmten Ort und an eine bestimmte Objektgeschichte formuliert es einen Horizont (die direkteste Variante von 'Diesseits'), in den der Rezipient sich hineinbegeben muß, will er dem Kunstwerk begegnen, und selbst die ausgeklügelte Logistik des Louvre scheitert daran, mehr als 50.000 Besucher täglich an der Mona Lisa vorbeizuschleusen. Mit 50.000 Besuchern nun könnte sich ein Kunstwerk sicher zufriedengeben, und viele Künstler würden die reine Zahl sicher für vollständig irrelevant erklären. Seine systematische Grenze aber hat das Modell des auratischen Kunstwerks darin, daß es in radikaler Weise Hierarchien schafft, und geradezu verhindert, daß die Zuwendung des Publikums sich auf andere, weniger auratische Werke verteilt. Der Jammer der Galeristen und Museumsleute besteht darin, daß sie kaum genug Impressionisten (und Beuys-Objekte) beschaffen können, daß dies dem Kunstmarkt insgesamt aber kaum zugutekommt (ich vergrößere stark). Die selbe Hierarchie also, die einzelne Kunstwerke über alle Maßen überhöht, schließt die anderen um so nachhaltiger aus. Und der Hype um das 'Original' insgesamt ist sicher nur dann zu verstehen, wenn man den Sekundärdiskurs der Medien, der Abbildungen, Berichte und Features, einbezieht.

Die zweite Strategie schließt hier unmittelbar an. Einige Künstler sind dazu übergegangen, mit dem Sekundärdiskurs gezielt zu kalkulieren, bis hin zu der Möglichkeit, riesige Landartobjekte zu verschenken, um von den Reproduktionen (und T-Shirts) zu leben. Eine neunzig Meter lange Ramsesfigur den Rhein herunterzuschiffen, plant den unstillbaren Hunger der Fernsehkameras ein, als einen integralen Bestandteil der Gesamtinszenierung, um den Preis allerdings,

daß das Werk sich in den Sekundärdiskursen aufzulösen droht, und die auf dem Markt gehandelten Sekundärobjekte ihre Differenz zum Andenkenhandel verlieren.

Die dritte Strategie ist die Medienkunst. Wer sich für jene Produktionsmittel entscheidet, die gleichzeitig Distributionsmittel sind, hält, zumindest der Möglichkeit nach, Anschluß an die Lösung, die die Medien für das Zeigeproblem gefunden haben. Auffällig nun ist, daß sehr viele Medienkunstwerke dennoch Unikate sind, Videoinstallationen z. B. und nicht Videos, ausgeklügelte Hardwareanordnungen, die nur der Fachmann reduplizieren – und das bereits hieße fälschen – könnte, immun gegen die technische Reproduktion, die die Pointe der Medien ist. So verständlich der Unwille ist, sich auf die vorgegebenen Hardwarestrukturen einschränken zu lassen, so klar ist das Ende, auf das dieser Weg führt: die Wiedererrichtung des auratischen Kunstwerks, und wenn dieses nun aus historischen, sorgfältig zu pflegenden Projektoren besteht. Diejenigen Medienkunstwerke, die sich für die Alternative entscheiden, tatsächlich technisch reproduzierbar zu sein, haben die Schwierigkeit, ihre Differenz zu den Alltagsprodukten der Medien mit inhaltlichen Mitteln gewährleisten zu müssen. Wenn das Kunstvideo deutlich als solches erkennbar ist, nicht zu lang, nicht zu sperrig, und nicht so wild, daß es als eine Sendestörung erscheint, dann hat es die Chance, einen Platz in einer 23-Uhr-30-Schiene zu bekommen. Es wird zu einem schillernden Steinchen im großen Mosaik des Fernsehens, wenn es nicht ohnehin nur, auf 20 Sekunden gekürzt, den Bericht über ein Festival illustriert.

Die vierte Strategie wäre die, mit der ich am ehesten Hoffnung verbinden würde. Eine Anzahl von Kunstwerken scheint mir gezielt auf den Defiziten der Medienlandschaft zu operieren. So überwältigend opak und vollständig die Medienlandschaft erscheint, so klar ist eben auch, daß die Medien ihre Gesetze haben und eine begrenzte, nach diesen Gesetzen strukturierte Welt präsentieren. Dies eröffnet die Chance, mit all denjenigen Strukturen und Bedürfnissen zu arbeiten, die die Medien aus systematischen Gründen aussparen müssen. Das 'Diesseits der Medien' nimmt damit eine andere Färbung an. Aus der Position des verfolgten Opfers gehen diese Projekte in eine aktivere Rolle über: diejenige eines beweglichen Davids, der die quantitative Übermacht der Medien als plump, starr und potentiell lächerlich erscheinen läßt. Das Problem des 'Zeigens' ist auf diese Weise sicher nicht zu lösen; und es mag enttäuschend sein, wenn die Last nun doch wieder dem Gezeigten aufgebürdet wird. Wenn das Gezeigte aber eine Plausibilität gewinnt *gegen* die Lösungen, die die Medien verkörpern, sichert es sein Terrain, indem es seinerseits die umkämpfte Grenze verschiebt. Gerade daß die Medien einen totalitären und falschen Totalitätsanspruch stellen, macht sie verletzbar; und eine Kunst, die dies reflektiert, so denke ich, wird auch gezeigt werden.