

Hubertus Gaßner (Hrsg.): Wechsel-Wirkungen. Ungarische Avantgarde in der Weimarer Republik.- Marburg: Jonas Verlag 1986, 589 S., DM 68,-

Der vorliegende Katalog dokumentiert und ergänzt eine Ausstellung, die Ende 1986 in Kassel und Anfang 1987 in Bochum zu sehen war. Er bietet den ersten umfassenden Überblick über den bedeutenden Beitrag der ungarischen Avantgarde zur Weimarer Kultur, der durch ausführliche Analysen der Bereiche Malerei, Plastik, Grafik, Fotografie, Plakat, Theaterdekoration und Architektur belegt wird. Der kulturelle Höhenflug der zwanziger Jahre erhielt durch die vielen, vor allem aus den Nachfolgestaaten der zerschlagenen Habsburgermonarchie nach Berlin emigrierten Künstler entscheidenden Auftrieb. Das Zusammenwirken der verschiedenen Kulturen wurde mit der national-sozialistischen Machtergreifung beendet, die Künstler in die zweite Emigration getrieben.

Die didaktische Intention des Katalogs ist unaufdringlich und doch klar konturiert. Im Vordergrund stehen die Aufsätze und die insgesamt 144 Manifeste und Dokumente zu Fragen des sozialen und politischen Hintergrundes des Exils, der Mitarbeit ungarischer Künstler an den tonangebenden ästhetischen Zeitschriften der Zeit, zu den verschiedenen Strömungen wie Expressionismus, Konstruktivismus und Bauhaus, zu den designerischen und werbegestalterischen Innovationen, zum theoretischen Ästhetikdiskurs sowie zu den ungarischen Beiträgen zum Theater und zur Fotografie.

Für Medien- und Kommunikationswissenschaftler von besonderem Interesse ist die - leider zu kurze - Untersuchung zur 'Geschichte der Intermedia in den zwanziger Jahren' von Miklós Peternák, in der intermediale Kombinationen neuer Seh- und Hörweisen sowie der kollektive Einsatz aller in dieser Zeit zur Blüte gebrachten medialen Möglichkeiten die menschlichen Wahrnehmungsgrenzen durchbrechen und erweitern sollten. Die grenzüberschreitende und damit grenzenlose Lust am Experiment, am ästhetischen Wagnis, ist eine zentrale Botschaft des Katalogs. Gewiß: die Geschichte relativiert die ästhetischen Eklats von damals. Der Skandal der historischen Avantgarde ist zum selbstverständlichen Zitat moderner Werbespot- und Video-clippräsentation geworden. Die alten Revolutionen verlieren in der massenhaften Reproduktion ihre Brisanz und ursprüngliche Kraft, die durch eine sensationsheischende Fadesse des glattpolierten Imitats ersetzt wird.

Das Aufsuchen der Quellen zeigt - wie so oft -, daß die moderne Praxis der eigentlichen historischen Intention, den klassischen Entwürfen zutiefst Unrecht tut. Die Arbeiten und Ideen eines László Moholy-Nagy, eines Sándor László, die die Verbindung von Ton, Licht, Farbe, Raum etc. versuchten, sind von der gegenwärtigen Praxis noch immer nicht rezipiert, sondern allenfalls reduktionistisch exzerpiert worden. Das deutlich zu machen, ist Verdienst des Bandes. Zu zeigen nämlich, wo die Ideen moderner medialer Präsentation und Animation ihre Ursprünge haben: in den 'Lichtspielen' eines Max Buttig oder Alexander László, die Überlegungen zur 'Farblichtmusik' anstellten, bzw. eines Moholy-Nagy, der im Kopf - die mediale Wirklichkeit seiner Zeit reichte zur Realisation noch nicht - Bilderwelten dreidimensionaler Lichtreklamen, Himmelsprojektionen mit Wolken als Reflektoren, Farbenklaviere und Lichtfresken träumte. Ein medienhistorisch bedeutsames, aber wenig rezipiertes Dokument ist schließlich der 1929 erschienene Aufsatz 'Fernseher in Sicht!' von Egon Larsen.

Hervorzuheben ist auch der Artikel von Andreas Haus über den Beitrag der ungarischen Emigranten zur Weiterentwicklung der Fotografie. Es ist faszinierend, wie modern diese Bilder nach wie vor sind, wie sehr etwa die Konzepte der subjektiven Fotografie der siebziger Jahre auf den damals entwickelten Sehweisen aufbauen, und wie eigentümlich unangetastet die alten Originale in ihrer ästhetischen und visuellen Kraft geblieben sind. Auch wenn die fotografischen Reproduktionstechniken inzwischen schneller, bequemer und einfacher geworden sind, die tatsächlichen Grenzen des Mediums waren schon in diesen Arbeiten ausgelotet worden. Das gilt auch für die Pressefotografie (vgl. den informativen Beitrag von Christian Bromig 'Ästhetik des Augenblicks'). Ja, mehr noch: Bilder wie die von André Kertész sind zu qualitativen Wegweisern geworden.

Insgesamt liegt hier eine Arbeit vor, die Randbereiche der Medien- und Kommunikationswissenschaft berührt. Man muß diese Aufsätze, Dokumente und Illustrationen nicht kennen und kann ungestört zur Tagesordnung zurückkehren. Sie zu kennen, zwingt aber zum veränderten Zugang zu diesen Agenden - und diese produktive Verunsicherung ist möglichst vielen Fachkolleginnen und -kollegen zu wünschen.

Hannes Haas