

Roberto Simanowski

Die Interaktionsfalle: Zur Ästhetik des Spektakels im Internet

2004

<https://doi.org/10.25969/mediarep/17637>

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Simanowski, Roberto: Die Interaktionsfalle: Zur Ästhetik des Spektakels im Internet. In: *Dichtung Digital. Journal für Kunst und Kultur digitaler Medien*. Nr. 31, Jg. 6 (2004), Nr. 1, S. 1–3. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/17637>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution - Share Alike 4.0/ License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Die Interaktionsfalle: Zur Ästhetik des Spektakels im Internet

Von Roberto Simanowski

Nr. 31 – 2004

Abstract

Aus den Büros der Kulturtheoretiker war in letzter Zeit vermehrt ein Frohlocken zu vernehmen, als würde nun alles gut. Anlass der Hoffnung sind, wieder einmal, die neuen Medien. Deklariert wird das Ende der Kunst als Ware, die Überwindung passiver Konsumtion, die Geburt des Lesers als Koproduzent aus dem Geiste bidirektionaler Technologie. Die Euphorie mag unbemerkt bleiben im Alltagsgeschäft der alten Medien, die mit Big Brother und Superstar ihre eigenen Wege fanden, das Volk auf die Bühne zu holen. Gleichwohl ist es höchste Zeit, den Irrenden die Augen zu öffnen.

Als die Weimarer Klassik sich auf ihrem Zenit befand, fehlte es nicht an Schelte fürs Publikum. "Der Pöbel drängt sich unvorbereitet zum Schauspielhaus, er verlangt, was ihm unmittelbar genießbar ist, er will schauen, staunen, lachen, weinen", beklagte Goethe den Müßiggang des Theatergängers. Dass das Publikum sich eher zerstreuen als weiterbilden wollte, ließ viele Aufklärer verzweifeln. Dabei war die Sache nicht neu. Seit hundert Jahren wusste man durch den französischen Prä-Existenzialisten Blaise Pascal, dass "das ganze Unglück der Menschen aus dem einem einzigen Umstand herrühre, nämlich, daß sie nicht ruhig in einem Zimmer bleiben können." Kontemplation gemahnt den Menschen an seine ausweglose Lage (und sei es nur die Endlichkeit seiner Existenz), Zerstreuung bewahrt ihn davor. Deswegen ja die Jagd auf den Hasen, den man geschenkt nicht haben wollte. Wichtiger als den Hasen ist es, die Zeit totzuschlagen. Pascal sah als Ausweg noch Gott; ein Jahrhundert nach ihm war das Zimmerproblem anders gelöst.

Mit einem Buch konnte man sich perfekt in den eigenen vier Wänden zerstreuen, mit einer Kerze gar bis tief in die Nacht. Als das Fernsehen kam, brauchte man nicht einmal extra Licht. Am Zerstreuungsvorwurf freilich änderte sich kaum etwas. Neil Postman verfluchte die Glotze als tödliches Medium des Amusements, für Adorno bedeutete Vergnügtsein ohnehin Einverständnis. Dann kam das Internet und der Hypertext, und nun sollte alles ganz anders werden.

Denn den Hypertext kann man nicht genüsslich konsumieren; man muss zwischen mehreren Links den Fortgang der Geschichte selbst bestimmen. Die Advokaten der neuen Medien sprachen vom aktiven Leser und vom Tod des Autors. Das war metaphorisch gemeint, blieb aber trotzdem falsch. Der Autor war es ja, der den Text schrieb und die Links zwischen dessen Segmenten setzte. Und während die Leser beim Buch mitunter einen Gedanken haben, dem sie nachhängen, warten beim Hypertext fortwährend Links, denen man mit pavlowschem Reflex auch ständig hinterherhechelt. Vor lauter Entdecken kommt man nicht mehr zum Innehalten; hinter jedem Link lauern andere, jede Neugier weicht sofort einer anderen, Bewegung als Ziel: Tod des Lesers.

Bald sah man den Irrtum ein und rief nach echter Interaktivität. Kein bloßes Klicken, selbst Gestalten! Wie in den Massive Multiuser Online Roleplaying Games. Zum Beispiel Everquest, wo mehrere User in Echtzeit miteinander in einer selbstgebauten Fantasywelt kommunizieren. Hier schafft man nicht nur seiner Spielfigur eine eigene Identität und entscheidet, wie sie mit anderen Figuren kommuniziert, man kann sich auch in Guilden organisieren, sich verlieben, Hochzeit feiern und Eifersuchtsszenen erleben.

Kurz: Hier werden alte Medienutopien wahr. Schluss mit der üblichen Hierarchie - Goethe auf der Bühne, die andern im Zuschauerraum -, jetzt sind wir selber Stückeschreiber; es lebe Beuys und es lebe der Jedermann-Künstler. Der Witz bei alledem ist die gute Laune mancher Kulturtheoretiker. Die feiern die Überwindung der 'elitären Ästhetik' durch die kollektive Kreativität, fummeln aufgeregt an den Worten herum ('Ästh-Ethik') und merken gar nicht, wie sie den Tricks der Kulturindustrie auf den Leim gehen. Als sei kooperativ hergestellte Kultur schon die Rettung. Das bedeutet ja nicht Tausende von Goethes, sondern nur die Verdoppelung der Massenkultur: durch die Masse für die Masse. Der Altmeister würde sagen: Der Pöbel drängt sich unvorbereitet auf die Bühne, er will nicht mehr schauen, er will selber machen. Und natürlich macht er's wie er's versteht: mit einer Komplexität geschult an Soap-Operas und dem bisschen Lebenserfahrung, das der Alltag den Heimwerkern so zuteilt. Figuren- und Konfliktkonstellationen auf dem Niveau von Nachmittags-Talkshows. Endgültige Überwindung der Kunst als privilegiertes Kommunikationssystem, das immer auch droht, sein Publikum zu überfordern: McDonaldisierung der Kunst, Ikea als Avantgarde - Stangenware, dafür selbst zusammengebaut.

Adorno sah voraus, dass die Kulturindustrie ihr Überleben durch Camouflage sichern würde. Sie hatte das zuvor getan, indem sie selbst das abstrakteste, sperrigste Bild schließlich zum Bildungsgut oder dekorativen Tapetenmuster zähmte. Diesmal musste sie beim Publikum direkt ansetzen. Dass die Taktik nicht in Richtung Besinnung gehen konnte, war klar. Besinnung ist eher eine Folge der Langeweile, als letztem Refugium, zu sich selbst zu kommen, wie Kracauer in der Aufstiegszeit des Kinos schrieb. Die andere Richtung heisst Beteiligung,

Involviertsein bis zur Distanzlosigkeit, bestes Medium dafür: das Spiel. Die List der Kulturindustrie liegt politisch im Bündnis mit der direkten Demokratie (jeder darf mitmachen, alle sind nun kreativ) und ästhetisch in der Transformation der Kunst zum Spiel, was im Grunde einer Domestizierung gleichkommt: Die Intention der Kunst zu befremden und zu verunsichern wird nun umgelenkt auf die Begegnung mit fremden Spielfiguren und die Unsicherheit virtueller Spiellandschaften. Aber daran kann man arbeiten. Und wenn man schließlich das Spielziel erreicht hat, im Team mit den anderen, verabredet man sich per mail und trinkt in Real Live, wie die Schöngekleideten vom Segelschiff nach bestandem Abenteuer, ein Becks.

Der größte Erfolg der Kulturindustrie aber ist, dass viele Kulturkritiker den Schwindel nicht merken. Die Kunst macht, als interaktives Spiel, genau das Friedensangebot ans Leben und ans Publikum, das ihr nicht nur Adorno bei Strafe ihres Unterganges untersagt hatte - und die kritischen Schüler applaudieren und reden vom Segen der Selbstbeteiligung. Ach, wie selig die Zeiten, da das Publikum sich einfach hinsetzte, um unterhalten zu werden. Da hatte einer wie Goethe noch eine Chance. Da konnte, wovon man sich nur Zerstreung versprach, schließlich doch eine Perspektive beim Leser hinterlassen, mit der dieser die Dinge bisher nicht sah. Große Künstler können sowas. Aber was bleibt denen zu tun, wenn keiner mehr Publikum sein will.