

werden nur mehr Logos sein für Markenartikel, mit denen man das Gegenteil verkauft.

Gibt es wirklich keine Öffentlichkeit mehr außerhalb des Marktes? Ist öffentlich nur, was auf dem Kunstmarkt, im Kunstbetrieb erscheint? Ist ein Kunstwerk nur ein Kunstwerk, wenn es auf dem Markt erscheint? Ist ein Kunstwerk wirklich nur ein Kunstwerk, wenn es auch ein Markenzeichen ist? Ist nur das ein Ereignis, das ein Spektakel ist? Ist nur das real, was realistisch inszeniert ist? Jawohl, sagen wir alle aus einem Mund, jawohl, singen wir alle in einem Chor – beim Begräbnis. Die nächste Generation wird andere Fragen und Antworten haben. [...]

Erstdruck in: Ausst. Kat. Im Bauch des Biestes: Logokultur, Wien 1987, S. 4-25.

Zeit der Transition

Avantgarde zwischen Kunst und Massenkultur

(2004)

1

S. 519 - 524

Alexis de Tocqueville gab den höheren Kunstformen im demokratischen Zeitalter wenig Chancen. Die demokratische Literatur entwarf er mißmutig so: »der Stil ist – häufig verzerrt, fehlerhaft, überladen und kraftlos und fast immer ungestüm und verwegen. Die Verfasser denken mehr an die Raschheit der Ausführung als an die Vollkommenheit im einzelnen. Man trifft mehr kleine Schriften als große Bücher, mehr Geistvolles als Gelehrtes, mehr Erfindung als Tiefe. Im Gedanklichen waltet eine grobe und fast rohe Wucht und in seinen Erzeugnissen oft eine sehr große Mannigfaltigkeit und eigentümliche Fruchtbarkeit.« (Über die Demokratie in Amerika)

2

Die Fruchtbarkeit und Mannigfaltigkeit, die Alexis rühmt, ist typisch für das Universum der Mass Culture in der demokratischen Epoche. Ob Literatur oder Textilien, die Produkte der Massenkultur haben allemal den Charakter der Konsumgüter. Ihr gemeinsamer Markt ist der Supermarkt: Rosinen neben chickens, Knorr Kartoffelpüree neben Rosenthal Porzellan, beauty cases neben Tafelöl.

3

Die Produktivität des kapitalistischen Wirtschaftssystems erfordert eine rasche Verteilung der Güter. Schnelle Konsumtion ist möglich bei einer optimalen Menge der Verbraucher. Homogenisierung der Waren und Nivellierung der Individuen erzielt eine vollkommene Zirkulation zwischen Produktion und Konsumtion der Waren.

4

In LIFE, dem Gral der Massenkultur, stehen den Photos wasserköpfiger koreanischer Kinder solche von fashion models in eleganten Dessous gegenüber, folgt auf eine seriöse Abhandlung über die Neutronen-Theorie ein intimer Bericht über das love life von Rita Hayworth, erhält Bertrand Russell die selbe Schlagzeile wie ein movie star.

5

Hinter der Pluralität solcher Kreation steht der Begriff einer homogenen Kultur. Die Kultur hat wie stets nachgezogen und der Demokratie in der Politik eine Demokratie in der Kunst nachgeworfen. Alles ist erlaubt. Wichtig ist nicht die Ware, sondern das Image und die Warenzirkulation. Pluralismus und Varietät des Angebots garantieren – unter gleichzeitiger Homogenisierung der Ansprüche – den höchsten Verbrauch: Je mehr geboten wird, desto mehr wird vertrieben.

6

Gegen diese Kultur polemisierte Nietzsche: »...man nimmt die Prozeduren der einen Kunst in die andere, vermischt die Absicht der Kunst mit der Erkenntnis ... oder der Philosophie –, man schlägt an alle Glocken auf einmal...«. (Nietzsche, Der Wille zur Macht). Damit schlägt Friedrich jedoch nicht nur Hinz, sondern auch Kunz. Denn:

7

Die Memoiren von Hedy Lamarr, ECSTASY AND ME, oder die CLARK GABLE – SAGA enthalten ebenso Anspielungen auf mythische und historische Beziehungen wie beispielsweise Jimmies ULYSSES. Man schlägt an alle Glocken auf einmal – überall, bei den Advertisern und bei den Avant-

gardisten. Konstantes interplay von verschiedenen Orten, verschiedenen Themen und verschiedenen Stilen charakterisiert – im Zeichen von Pluralität – sowohl die Reklame für eine Zigarette als auch das Werk der High Culture. Man nimmt die Prozeduren der einen Kunst in die andere: – Art in Fusion, object poems, Happenings, totale Kunstwerke.

Man vermischt die Absicht der Kunst mit der Erkenntnis: – konkrete Poesie ist »intellektuell-experimentierend an Erkenntnis interessiert«, schreibt Max(imus) Bense, insistiert allerdings auf der »Mitteilbarkeit ästhetischer Realität« als das wesentliche Moment.

8

Homogenisierung qua Ästhetik pflegte auch Schiller. »Nur die schöne Mitteilung vereinigt die Gesellschaft, weil sie sich auf das Gemeinsame aller bezieht.« (Über die ästhetische Erfahrung des Menschen). Idealistisches Glaubensbekenntnis ist es, daß »es der wahren Kunst ernst damit sei, den Menschen nicht bloß in einen augenblicklichen Traum von Freiheit zu versetzen, sondern ihn wirklich und in der Tat frei zu machen...« (Über den Gebrauch des Chors in der Tragödie), ebenso daß Kunst als ästhetische Negation gesellschaftlicher Zustände »zivilisatorischer Mängel« (Max Bense) fungieren könne.

9

Die aktuelle Avantgarde ist die idealistische Antwort auf Massenmedien und Massenkultur. Indem sie, ums Überleben besorgt, die Strukturen und Praktiken der Massenkultur übernimmt, sie jedoch idealistisch aufputzt, kann sie als jene Ideologie in die Produktionsverhältnisse integriert werden, wie sie höheren Orts gebraucht wird. Im Zeitalter der Industrialisierung hat High Culture sich aus dem Wettbewerb

gezogen und sich auf Elite und Individualität verschworen, d.h. das 19. Jh. schäumt nochmals auf und mit ihm die romantische Philosophie vom »absoluten Individuum« oder die faschistische vom »Einzigen«. Die Ideologie der künstlerischen Avantgarde ist die Ideologie der Manager. Wie bei den einen »die finale situation, die man im medium der sprache ästhetisch zu erreichen gedenkt, durch kein objekt vorbestimmt ist, sondern aussondiert werden muss, also zufälliges textereignis selbst bleibt, ergebnis einer recherche« (Bense), ist, auch bei den andern die finale Situation, die man im Medium der Ökonomie zu erreichen gedenkt, der Erfolg, durch keine objektive Gegebenheit vorbestimmt, sondern ansondiert werden, bleibt also zufälliges Ereignis, Ergebnis einer Recherche. Künstlerische Ideologie und ökonomische Praxis sind identisch. Oben und unten dieselbe Kombination von Kalkül und Irrationalität, von Zufall und Recherche, dieselbe Paradoxie von Methode und Spontaneität.

10

Ökonomische oder ontologische Strukturen werden den sprachlichen unterschoben. »Sprache ist Sein« (G. F. Jünger) ist die geheime Philosophie der Experimentellen. Der Rückzug auf die sprachliche Eigenwelt korrespondiert mit dem mittelständischen Rückzug ins Private (in Eigentumswohnung und Eigenheim), und der faschistische Ungeist des Mittelstandes verwaltet künstlerisches Material ebenso ökonomisch wie menschliches. In der Eigenwelt der Sprache, abgehoben von der Realität und ihr gleichgesetzt, ereignet sich nun die Veränderung der Welt.

11

In Formen der Avantgarde (nouveau roman, Mitspiel, kon-

krete poesie) an Massenkultur orientiert, will High Culture auf ihr idealistisches Erbe nicht verzichten und höher hinaus. Sie hascht nach Erkenntnis und Freiheit. Der Arbeitsteilung begegnet sie in der Kunst mit einer Emanzipation des Publikums (Happening, Mitspiel) und einer Emanzipation der Sprache (und ihrer phonetischen oder visuellen Dimension). Progression in den Mitteln, doch Regression im Material: Sie putzt die traditionellen Modelle auf. Freiheit und Spontaneität im Mitspiel etc. sind wertbar entweder als Refugium, wo Sehnsucht und Erinnerung wachgehalten werden, oder als Versprechen, das trügerisch hält, als schöner Schein: Sie sind innerlich geblieben wie die klassische Kunst. Die Erkenntnisse experimenteller Dichter heißen »love is a bitter mystery« (R. Döhl) oder »vert c'est chlore« (R. Azeredo), d.h. die Partisanen der progressiven Ästhetik sind den romantischen Sangesbrüdern nicht entlaufen: ihre Themen blieben dieselben: Kanapee oder »Hirsch, von Hunden umstellt«, Liebes- oder Naturlyrik.

12

Heute wird der Künstler zum Advertiser. Er verzichtet auf Gemeinde und Galerie und geht ins Warenhaus. Auf der Suche nach Konsumenten (und nicht auf Suche nach Held oder verlorener Zeit) gibt er sich als Entertainer aus, weil er weiß, daß Kunst nur konsumiert wird als Amusement. Sein künstlerisches Universum ist die Plakatwelt, die Welt der Illustrierten und des Konsums: Er muß in den Massenvertrieb hinein. Er täuscht Individualität nicht vor, weder in der Kreation noch in der Rezeption, auch nicht im Produkt. Er weiß, sein Werk ist Ware. Allein die artistische Komplexität seiner Arbeiten hebt sie ab von den Massenartikeln und decouvriert vielleicht den Hai im Swimmingpool. Zwischen Harper's Bazaar und Prawda postiert, schlägt er sich zu

Harper und imitiert die Position der Affirmation, denn als Künstler kann dort, wo totalitär verwaltet oder vertrieben und anonym kreiert oder konsumiert wird, Kritisches nur ins Bewußtsein geschmuggelt werden im Flair von Babyrosa und Acapulco.

Erstdruck in: Peter Weibel, Kritik der Kunst. Kunst der Kritik. Es says & I say, Wien München 1973, S. 59-61 (geschrieben 1966).

Kontext-Theorie der Kunst

Wenn wir uns an die Einteilung der Sprache in Syntax, Semantik, Pragmatik halten wollen und unter Syntax die Beziehungen der Wörter untereinander, unter Semantik die Bezüge der Wörter zu den Objekten, also die Bedeutung der Wörter, und unter Pragmatik die Beziehungen der Wörter zu den Subjekten, die die Wörter gebrauchen, also die verbale Kommunikation, verstehen, so sehen wir deutlich, daß der Großteil dessen, was als Dichtung verstanden wird, sich in bloß syntaktischen Erkundungen der Sprache erschöpft. Die Rolle der Wörter im Sprachsystem, nicht jedoch die Rolle der Sprache im »System«, spielten eine Rolle. Der gesellschaftliche Aspekte der Sprache, z.B. wie sehr Sprachmuster und Sprechakte im sozialen Rollenspiel eine Rolle spielen, blieb so auf der Strecke. Jene entscheidende Wende für die Avantgarde der Literatur, nämlich die Hinwendung auf Semantik und Pragmatik, hat Oswald Wiener etwa um 1967 programmatisch für das literarische cabaret (1958 und 1959) der Wiener Gruppe treffend so formuliert: »wir waren nicht nur am verhalten der worte in bestimmten sprachsituationen interessiert, sondern auch an der steuerung konkreter situationen durch den sprachgebrauch«. Um die Sprache selbst zu steuern, um den Sprachgebrauch zu untersuchen und um einer sprachlichen Steuerung zu entkommen, hat sich die Avantgarde seit Fluxus & Co. Ltd. außersprachlicher Mittel beim Umgang mit der Sprache bedient.

Dabei ist man draufgekommen, daß die außersprachlichen Mittel selbst von sprachlichen Strukturen befallen sind. Dadurch ist das Universum der Sprache größer geworden: Strukturen der Sprache wurden erweitert und neue Sprachstrukturen entdeckt. Bspw. erstreckt sich die sprachliche Organisation bis in die äußersten Grenzen unserer sozi-