

All copyrights of this article are held by the author/s

To cite this publication

we suggest to use the APA (American Psychological Association) standard:

[Author's Last Name, Initials, (year), Title of work. Retrieved month, day, year, from source.]

You downloaded this document for free
from the



The NetAcademy is an internet research platform organizing the accumulation, dissemination and review of scientific research and publications world wide.

For any use of this document which is not strictly private, scholarly work, please contact the NetAcademy editors respectively the MCM institute at the below address.

The NetAcademy ®
www.netacademy.org
NA.editors@netacademy.org

The NetAcademy project has been developed at the
Institute for Media and Communications Management MCM
University of St. Gallen
Blumenbergplatz 9
CH-9000 St. Gallen, Switzerland
www.mcm.unisg.ch

Kunst der Gegenwart – ein Leitfaden

Salome Schmid-Isler

salome.schmid-isler@unsig.ch
Institut für Medien- und Kommunikationsmanagement
Universität St. Gallen
Blumenbergplatz 9
CH-9000 St. Gallen

Ziel

Ein nachträglich verfasstes Skript zur öffentlichen Vorlesung "Kunst der Gegenwart – ein Leitfaden" soll dem interessierten Publikum den im Wintersemester 2004/05 an der Universität St. Gallen besprochenen Leitfaden zusammenfassen und stellt die Grundlage für eine geplante Publikation dar.

Adressat

Laien und Fachleute aller Art, welche sich aus unterschiedlichen Gründen für die Kunst der Gegenwart interessieren.

Motivation

Heute weiss niemand, nicht einmal die Aussteller, genau, ob und wieso das als *Kunst der Gegenwart* Dargebotene tatsächlich *Kunst* ist, da es heute keinen Konsens mehr darüber gibt, welche Kriterien konstitutiv sind für Kunst von heute und von morgen. Es zeigt sich jeweils erst im Nachhinein, welche Inszenierungen bzw. Künstler Akzeptanz und nachhaltigen Erfolg haben und daher tatsächlich in die Kunstgeschichte eingehen.

Seit der Moderne ist Kunst zusehends zu einem unvorhersagbaren, sich nicht linear entwickelnden dynamischen System mit chaotischem Verhalten geworden, wie wir es von der Mode, von Wirtschaftskreisläufen, vom Bevölkerungswachstum oder vom Wetter her kennen. Die Bewertung der Kunst entsteht aus der Interaktion zwischen Künstler, Vermittlern, Publikum u.a., und sie ist heute nicht rational. Dabei spielen die Besucher für die Inszenierung des Werkes eine notwendige Rolle.

Ausgehend von der Annahme, dass Kunst eine Form der Kommunikation ist, dass Kunst ein gesellschaftlich konstruierter Konsens ist, dass der Kunstbetrieb als ein Theater modelliert werden kann, soll ein Leitfaden für den Besuch von Ausstellungen zur Kunst der Gegenwart vorgestellt werden. Dieser strukturiert die zu diesem Theater gehörenden Orte, Inszenierungsweisen, Rollen und die gemeinsame Logik auf hoffentlich hilfreiche Weise.

Inhalt:

Kunst der Gegenwart – ein Leitfaden	1
1. Zur Geschichte der Kunst und der Künstler	4
1.1. Der Kunstbegriff	5
Antike	5
Mittelalter	5
Renaissance	6
Barock	7
Moderne (1. Hälfte des 20. Jahrhunderts)	8
Postmoderne (2. Hälfte des 20. Jahrhunderts)	9
Gegenwartskunst	10
Ästhetik: Wahrnehmung des Schönen	11
1.2. Zur Entwicklung des Selbstverständnisses des Künstlers und seiner Kommunikationsmöglichkeiten	13
Museum	16
Medien	17
2. Interpretationshilfen für Kunst	19
2.1. Allgemeine Informationsquellen für die Interpretation von Kunst	19
2.2. Leitfäden für die Gegenwartskunst	20
2.3. Unsere Kritik und das Theatermodell	21
Die Theatermetapher	22
3. Unser Leitfaden	23
3.1. Wo	24
Orte des inneren Bildes	24
Orte für die Inszenierung des äusseren Bildes	25
3.2. Wer	25
3.3. Wie	27
3.4. Was	28
3.5. Warum	28
3.6. Zusammenfassung des Leitfadens für die Kunst der Gegenwart	30
3.7. Offene Fragen und ein kleiner Ausblick	31
Literaturliste	32

1. Zur Geschichte der Kunst und der Künstler

In den Anfängen der menschlichen Kultur¹ bezeichnete Kunst die besonders aufmerksame Bildung und Darstellung von Dingen und Ritualen in der Lebensgestaltung von Gruppen. Die zugehörigen Kategorien solch aufmerksamer Gestaltung sind das Heilige (das ES; Seele; Religion), die Arbeit (das WIR; Wissenschaft; Moral) und das Spielerische (das ICH; Realität; Wahrnehmung), m.a.W. die grossen drei Kategorien des Wahren, Guten und Schönen².

Kunstwerke sind zunächst Produkte, zu deren Herstellung man besondere Fertigkeiten benötigt und die besonders gut gelungen sind. Entsprechend wurde seit Jahrhunderten ein Ausbildungswesen entwickelt, welches bis ins 16. Jahrhundert Kunst als Handwerkskunst (*artes mechanicae*) verstand. Die Theorie des "Schönen" wurde bis dahin nur philosophisch diskutiert. Schöne Produkte bedeutete, es waren *gute*, d.h. zweckdienliche Produkte³. In der Renaissance wurde das Studium der alten griechischen und römischen Schriften sowie das Studium antiker Fundstücke für die Ausbildung in Malerei, Bildhauerei und Architektur zur Pflicht, was diese Bereiche neu als akademische Wissenschaft (*artes liberales*) aufwertete. Im 18. Jahrhundert war die Trennung zwischen Kunst und Handwerk in der Ausbildungsweise komplett vollzogen.

Infolge der Industrialisierung entstand in der späteren Neuzeit ein neuer Kunstzweig, das Kunstgewerbe. Dieses trennte sich im 20. Jahrhundert von der nur dem Schönen verpflichteten Hohen Kunst aufgrund des Kriteriums des Nutzens – Kunst dient nur sich selbst, dem Schönen, während Kunstgewerbe dem künstlerischen Gestalten von Gebrauchsgegenständen dient. Als drittes Element, das die schöne (und gute) Gestaltung will, entstand im 20. Jahrhundert die Lehre des Design. Dieses bildet eine dritte, noch stärker dem Nutzen verpflichtete Klasse, da es dem planvollen Handeln für industrielle Zwecke verpflichtet ist.

¹ **Kultur** (lat. *cultum*, das Bebaute, Gepflegte) ist die Gesamtheit des vom Menschen Geschaffenen. Dies schliesst einerseits physische Dinge, wie Werkzeuge ein, aber auch die durch den Menschen hervorgerufene Veränderung der Natur, die geistigen Hervorbringungen der Menschheit wie Schrift und Kunst sowie die sozialen Organisationsformen, in denen die Menschen zusammenleben. Der Begriff der Kultur ist insofern eng mit dem Begriff der Zivilisation verwandt. Der Begriff wird einerseits generell auf die Menschheit als ganzes bezogen, andererseits aber auch als Zusammenfassung der Lebensumstände einer bestimmten Ethnie oder Region (z.B. die amerikanische Kultur) oder historischen Phase (z.B. die minoische Kultur) [Quelle: <http://de.wikipedia.org>]

² **Das Wahre, Gute und Schöne.** Zuerst vom griechischen Philosophen Platon gedacht, in der Folge eine überall und bis heute ähnliche Einteilung des Weltbegriffens, vgl. Ken Wilber: *Das Wahre, Schöne, Gute*, Frankfurt: Fischer, 2002

³ Die unserem Begriff des Schönen entsprechenden griechischen Worte *kalos* und *pulchrum* wurden vom moralisch Guten nicht unterschieden.

1.1. Der Kunstbegriff

Antike

In der griechischen Antike wurde unter dem Begriff "technè" die Geschicktheit etwa des Zimmermannes begriffen. Unter Künsten zählt schon Platon verschiedene Gebiete von "Kunstfertigkeit" auf, die bis zur Renaissance bestehen blieben (Medizinkunst, Kriegskunst, Baukunst...).

In der Philosophie gibt es seit der Antike Versuche, zu verstehen, was Schönheit ist.

- Die Pythagoräer lehrten Schönheit als mathematische Verhältnisse, wie sie z.B. im goldenen Schnitt oder in den musikalischen Intervallen als Harmonie wahrzunehmen sind.
- Platon und die Platoniker lehrten, dass das Schöne mit dem Guten verknüpft ist insofern, als es ein gutes Abbild oder eine Erinnerung / Nachahmung (griech.: Mimesis) einer nach Platon göttlichen "Idee" ist. – Aus diesem Grunde kehrte sich Platon in seinen späteren Jahren angewidert von der "Augenwischerei" der Kunst ab. Er stellte das Streben nach dem Guten über das Schöne, die blosser Nachahmung (Mimesis) des Guten.

Mittelalter

Im klassischen Verständnis unterschied man die Sieben *Freien Künste* (artes liberales), die gegenüber den 7 *Dienenden Künsten* (artes mechanicae) höher geschätzt wurden.

- In der Tradition von Aristoteles über Vitruvius, Thomas von Aquin bis Augustinus u.a. wurde versucht, objektive Kriterien für das Schöne zu finden. Solche Kriterien sind Eigenschaften (Qualia) von Gegenständen, die offensichtlich ästhetisch relevant sind: Das Regelmässige, das Symmetrische, das Geordnete, das Einfache, das Harmonische, das Vollkommene, die Grösse und Ordnung, die Klarheit, Vollendung, Proportion, Form, Gestaltreinheit, Begrenztheit, Mannigfaltigkeit, Einheit in der Vielfalt, u.a.m.
- Thomas von Aquin schrieb im 13. Jh. über Handwerk und Künste. Dabei waren Malerei, Skulptur und Architektur als Unterkategorien der Handwerkskunst (artes mechanicae) aufgelistet.

Die 7 Freien Künste (artes liberales) KUNST	Trivium	Grammatik
		Rhetorik
		Logik
	Quadrivium	Arithmetik
		Geometrie
		Astronomie
		Musik

Die 7 Dienenden Künste (artes mechanicae) <i>KUNST- HANDWERK</i>	Textiles Gewerbe	
	Rüstungswesen	Waffen
		Schmiedearbeit
		Architektur
	Handel	
	Landwirtschaft	
	Jagd	
	Medizin	
	Spiele	Sport
		Tanz
		Theater

Tabelle: Die von der Antike bis zur Renaissance gültige Einteilung von Berufen

Renaissance

In der italienischen Renaissance, mit dem neuen humanistischen Gedankengut, reifte der Entschluss, dass der Künstlerberuf nicht als Handwerk (artes mechanicae) angesehen, sondern in die artes liberales aufgenommen, d.h. aufgewertet werden sollte. Die Humanisten vertraten die Ansicht, dass in der gesellschaftlichen Rangordnung nicht mehr nur Geburt, sondern auch Leistung zählte. Leistung konnte man dank Bildung erreichen. So eigneten sich die Künstler eine neue Bildung an, vor allem Kenntnisse über die Antike (Schriften und Kunstwerke). Kunstwerke konnten nur mit theoretischen Kenntnissen richtig hergestellt und beurteilt werden⁴. Es war die im 15. Jh. in Italien auf dem Wissen der Antike gebildete Theorie, welche den Aufstieg der Künste in die artes liberales ermöglichte.

Unter Cosimo de Medici wurde 1563 nach dem Vorbild von Platons Akademie in Florenz die Accademia Platonica unter Leitung von Leonardo da Vinci gegründet; der Maler und Kunstgeschichtsschreiber Giorgio Vasari stand der Accademia del Disegno vor. Neben den Gilden und Werkstätten für das Handwerk (artes mechanicae) wurde nun die akademisch gebildete Kunst im Rahmen der artes liberales vermittelt.

- Nebst der Theorie wurde aber auch, insbesondere von Leonardo da Vinci, Wert auf ein praktisches Wissen gelegt, das durch eigene Erfahrung gewonnen wurde und durch Mathematik und die Naturwissenschaften gesichert war. Dies war vor allem die Konstruktion der Zentralperspektive und die durch Studium an Leichen gewonnene Erkenntnis des menschlichen Körpers.

Noch 1480 schrieb Leonardo da Vinci in seiner Bewerbung an Ludovico il Moro, dass er kundig sei in zehn Künsten – Kriegskunst, Ingenieurskunst, Baukunst usw. Erst als Zusatz zu Punkt 10 vermerkte er: "Ferner kann ich Marmor, Erz und Ton Bildwerke ausführen, ebenso leiste ich in der Malerei was irgend ein anderer, sei er wer er wolle, leisten würde."⁵

⁴ Michael Jäger: Die Theorie des Schönen in der italienischen Renaissance. Köln: DuMont, 1990

⁵ Sein Brief auf deutsch: [<http://www.jadukids.de/personen/pers/leonardo/text/denker.html>]

Barock

Im 17. Jh. entstanden in Paris die Königlichen Akademien. Die Schulung trennte die Wissenschaften (die auf Mathematik und Faktenwissen basierten) von der Kunst (die durch Talent und Geschmack bestimmt war).

- Unter Louis XIV bzw. der Führung von Colbert entstand eine Kunst, deren Ziel es war, der Krone zu dienen und sie zu glorifizieren.

Anfangs des 18. Jh. glaubte man, jeder Kunstakademiker hätte seinen eigenen Genius bzw. irgendein eigenes Talent. Das Genie musste jedoch mit Regeln zu Rason gebracht werden. Insofern waren Künstler und Handwerker im gleichen Topf: Ihr Genie bestand beiderseits in Talent, Witz, Inspiration, geistigen Fähigkeiten, Geschicklichkeit, Nachahmungstalent, Nachahmungssorgfalt, Dienstfertigkeit.⁶

- Abbé Batteux definierte 1746, dass die Beaux Arts allesamt auf ein gleiches Grundprinzip zurückgeführt werden müssten: Musik, Poesie, Malerei, Skulptur, und Tanz. Dieses Prinzip wurde in die berühmte „Encyclopédie ou Dictionnaire raisonné des sciences, des art et des métiers“ von Diderot und d'Alembert, Paris 1751 ff., aufgenommen und nunmehr so weiter geführt.
- Für Hegel ist das Schöne etwas Geistiges, d.h. es gibt kein Naturschönes (keine mimetische Kunst), sondern nur Kunstschönes. Kunst ist die sinnliche Präsentation des absoluten Geistes als Ideal. Die Betonung liegt hier auf dem Adjektiv 'sinnlich', denn die eigentliche, reinste Darstellung der Wahrheit, der Ideen, des Geistes sieht Hegel in der Philosophie. Nur dort findet sich "das freie Denken des absoluten Geistes".⁷
- Kant verfasst eine umfassende Ästhetik als Theorie des ästhetischen Bewusstseins, das nicht allein in Natur und Kunst, sondern überall in der Welt Anlässe für eine besondere Form der sinnlichen Aufmerksamkeit findet. Ästhetische Wahrnehmung ist für Kant nicht eine Nebensache gegenüber theoretischer und praktischer Orientierung oder eine schöne Ergänzung zu ihr, sondern ein Lebenszustand. Nach Kant findet sich ästhetisches Vergnügen nicht nur in der hohen Kunst, sondern es spielt sich auch in vielen Situationen auf vielen Schauplätzen des alltäglichen Lebens ab. Kant prägte auch den Begriff des Originals und des Genies im Künstler. Er stellte fest: 1. Kunst ist originell, 2. Diese Originalität ist exemplarisch, 3. Kunst wird weder von Regeln noch von einer Wissenschaft bestimmt (der Künstler macht einfach was sein Genus ihm eingibt). – Das klingt für uns heute erstaunlich aktuell. Der deutsche Idealismus hat den ästhetischen Menschen hervorgebracht, der heute ein Comeback feiert.

Ende des 18. Jh. war die Unterscheidung von Kunst, Handwerk und Wissenschaft klar. Nun war man überzeugt, dass Genie und Talent Gegensätze seien. Genie konnte man nicht haben (wie Talent), sondern einige Wenige *waren* Genies. Die Spaltung zwischen Wissenschaft und Handwerk sowie zwischen Handwerk und Kunst wurde definitiv. Handwerker (Artisans) waren bloss talentiert, Künstler (Artistes) waren genialisch begnadet. Bei den Künstlern war das Unterscheidungsmerkmal die sogenannte "Freiheit" der freien Künste:

⁶ Larry Shiner: The Invention of Art. University of Chicago Press, Chicago, 2001

⁷ Vgl. auch: [<http://www.uni-essen.de/literaturwissenschaft-aktiv/Vorlesungen/literaturge/vaesthet.htm>]

Freiheit vom Modell brachte Originalität
 Freiheit von der Regel brachte Inspiration
 Freiheit der Kultivierung brachte Imagination
 Freiheit von der (Natur-)Nachahmung brachte Kreativität.

Der *Handwerker* verfügte über Regeln, Wissenschaftlichkeit, Geschicklichkeit, Deduktionsfähigkeit, Imitationsfähigkeit, Reproduktionstreue, Marktorientiertheit und schuf seine Werke gemäss Auftrag, als Stück bzw. Muster / Typus, zum Gebrauch und Gefallen für alle.

Der *Künstler* verfügte über Genius, Inspiration, Sensibilität, Spontaneität, individuelle Fantasie, Originalität, Kreativität und spielerische Freiheit und schuf seine Werke gemäss genialischer Eingebung, als ein schöpferisches Werk zur Kontemplation – für eine Elite.

Mit der französischen Revolution löste sich die Monarchie und die eng verbundene Académie Royale auf. Obwohl nach der Republik mit Napoleon schnell wieder eine Monarchie zustandekam, und auch die Akademie unter anderem Namen auferstand, war die Entwicklung vom königlichen und öffentlichen Kunstunterricht hin zum individuellen, privat organisierten Lehrbetrieb nicht zu bremsen. Privates Studio des Künstlers, worin er seine Meisterklasse unterrichtete, wurde das Modell im 19. Jh.

Im 19. Jahrhundert entwickelte sich das private Studio als Kontrast zu den Akademien (zum Ausstellungswesen der Salons). Schliesslich überrundeten die privaten Kunstaktivitäten und –orte die der Krone – es gab das private Atelier, den privaten Kunsthändler, die Galerie und den privaten (freien) Kunstmarkt. Die Ausstellungen der von der Akademie abgelehnten Künstler in einem eigenen "Salon des Indépendants" schuf kreative Opposition zum offiziellen Ausstellungswesen des ehemals königlichen, nun nationalen Salon (Salon d'Automne).

Moderne (1.Hälfte des 20. Jahrhunderts)

Zu Beginn des Jahrhunderts hatten die Künstler in den grossen Städten in Europa alle dasselbe Problem. Sie begannen abstrakt zu arbeiten, fanden aber heraus, dass die Abstraktion keine ästhetische und metaphysische Erlösung für die Probleme der modernen Welt (1. Weltkrieg, russische Revolution) boten. Die Künstler befragten ihre Rolle in der Gesellschaft neu. Sie fanden, die Kriterien und Praktiken, welche der Kunsterzeugung bisher gedient hatten, müssten ersetzt werden. Sie begannen, sozial und ganzheitlich zu denken. Sie wollten das Gute der Kunst in den gelebten Alltag einführen.

Viele der intellektuellen Künstler der nun folgenden Kunstströmungen – Fauvismus, Kubismus, Futurismus, Abstraktion, Suprematismus, Expressionismus, Surrealismus usw. – betrachteten ihre Arbeit als Werkzeug für eine soziale Erneuerung. Dabei war das soziale Engagement verbunden mit der Kunst, und die Kunst war ein Ausdruck für Revolution. Die Künstler schufen weiterhin Bilder und Skulpturen, aber sie machten auch Bücher, Magazine, eigene Cafés und Ausstellungsräume, Filme, Fotos, Theater, neue Gebäudetypen, neue Produkte, Typografien, grafische Erzeugnisse und Kleidung, eigene Schulen... und sie schrieben Manifeste. Diese Vielseitigkeit und der Anspruch auf eine umfassende Erneuerung der Gesellschaft durch Kunst rückte alle gestalterischen Kräfte wieder zusammen. Zur Zeit der

Sezession, des Jugendstils, der Werkbünde, des Bauhaus und anderer künstlerischer Zusammenschlüsse standen sich Handwerker, Künstler und auch Ingenieure in der Stildiskussion um "form follows function"⁸ und im "Prinzip Konstruktion" wieder nahe. Doch, wie vormals die Kunst vom Handwerk, trennte sich (im Werkbundstreit) das Kunstgewerbe vom Design⁹: Hier das künstlerische Hervorbringen von Gebrauchswerten, da das planvolle Handeln für industrielle Zwecke.

Der sich Ende des 19. Jahrhunderts mit den Impressionisten und den Nabis bereits abzeichnende Bruch avantgardistischer Maler mit dem Establishment vollzog sich anfangs des 20. Jahrhunderts, als Collagen (Braque, Picasso) und Ready made (Duchamp, Dada) als neuartige Kunstformen ausgestellt wurden. Damit war eine neue kulturelle Sprache geboren, welche klarstellte, dass alles, was wir wissen und darstellen nicht etwas Naturgegebenes ist, sondern etwas Kulturelles, und dass Kunst nicht als Ideal existiert, sondern erst durch die Geschichte ihre Form erhält.

- Die Moderne sei der direkte Weg ins Nichts, wurde von Kritikern beklagt, die Kunst entarte, sie habe mit der Moderne "ihre Mitte verloren"¹⁰. Die Künstler, konfrontiert mit einer Reihe neuer Technologien (Lithografie, Fotografie, Film, Presse und Radio), die ihnen angestammte Kunstbereiche wegnahmen, warfen nun alles akademische Regelwerk über Bord und endeten mit Kunstwerken, die den Zufall und exzentrisches Verhalten der Künstler ausdrückten. Die Entwicklung der semiotischen Forschung mit Saussure¹¹ und anderen Strukturalisten – Sprache ist nicht natürlich, die Bedeutung entsteht aufgrund von Konvention – regte eine neue Art der Kunstwahrnehmung an.

Postmoderne (2.Hälfte des 20. Jahrhunderts)

Nach dem zweiten Weltkrieg, welcher viele neuen Ansätze der Kunst zerstört oder zumindest gestoppt hatte, war man ernüchtert über die Möglichkeiten der Kunst (der Künstler), die Welt verändern zu können. Während in den ersten zwei Jahrzehnten des 20. Jh. utopische Aufbruchstimmung geherrscht hatte, machte sich in den 1950ern und 1960ern eine ironische bis sarkastische Stimmung breit, z.B. mit dem abstrakten Expressionismus im Stil eines Matthieu, Pollock, Klein, Rothko.

- Kunst sei am Ende, da sie nun technisch beliebig reproduziert werden könne¹². Hans Belting konstatiert "das Ende der Kunstgeschichte"¹³. Kunst ist inzwischen mehr und mehr zur Disziplin für Semiotiker¹⁴ und für Soziologen geworden. Pierre Bourdieu stellt fest, dass heutige Kunstbetrachter individuellen Geschmack

⁸ Der amerikanische Architekt Sullivan prägte dieses Zitat. Literatur: Volker Fischer, Anne Hamilton (Hrsg.): Theorien der Gestaltung. Grundagentexte zum Design, Band 1. Frankfurt: Verlag form, 1999

⁹ Zur Geschichte des Design vgl. Bernhard E. Bürdek: Design – Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung, Köln 1994

¹⁰ Hans Sedlmayr: Verlust der Mitte. Salzburg-Wien, 1948

¹¹ Ferdinand de Saussure: Cours de linguistique générale, 1916

¹² Walter Benjamin: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit.. (Drei Studien zur Kunstsoziologie). Suhrkamp Verlag Frankfurt a/Main, 1963

¹³ Hans Belting: Das Ende der Kunstgeschichte. München: Beck, 1995 (erweiterte Neuauflage 2002)

¹⁴ Der semiotische Ansatz für Kunst kann mit der vergnüglichen Lektüre von Richard Appignanesi, Chris Garrat: Introducing Postmodernism. Icon Books, UK, 2003 nachgelesen werden.

haben, also auch unterschiedlich auf Kunst reagieren¹⁵. Braucht Kunst mehr Zielgruppen-marketing? Der Weg der Postmoderne mündet heute zunehmend in einen empfindsamen Lifestyle, in die Domäne des Alltäglichen, des öffentlich gemachten Alltäglichen¹⁶, in die Medialisierung, ins Branding und Marketing der Kunsthändler.

Was bereits im 19. Jahrhundert begonnen hatte, die Privatisierung des Kunstsystems, wurde im 20. Jahrhundert vollendet. Das moderne Händler-Kritiker-System hat die Akademie und ihre Salons ersetzt. Dabei besteht das neue System aus privatwirtschaftlich organisierten Unternehmen. Der einzelne Künstler muss sein Werk diesen Unternehmen überlassen – den Galerien, den Kritikern, den Verlegern, den Privatsammlern, den Museen, den Massenmedien –, und erst in diesen Institutionen erlangt das Kunstwerk seine Aussagekraft und seine Bewertung.¹⁷

Der Staat kommt wieder ins Spiel in der Rolle des Sponsors und Mäzens. Nationale Kunstförderungsprogramme haben seit den 1960er Jahren in den USA, etwas später auch bei uns in Europa eine neue Entwicklung der Kunstaussstellung und des Formats von Kunstwerken und –ereignissen provoziert oder zumindest gefördert. Grössere Summen werden für Kunst reserviert, wobei diese Kunst kein archivierbares Gegenpfand mehr beibringen muss, sondern auch als Volksspektakel inszeniert werden kann – Hauptsache, es wird darüber berichtet und das Ganze dokumentiert. Im Geist der Zeit wird seit den 1960ern versucht, die Polarität zwischen Kunst und Alltag zu überbrücken, mit Pop Art, Land Art, Op Art, Eat Art, mit Happenings, Fluxus und Performances, mit Installationen, Environmental Art und Computer Art.

Gegenwartskunst

Kunst der Gegenwart ist immer noch Kunst der Postmoderne. Die Postmoderne ist geprägt durch Konzeptkunst, diese wiederum durch die Semiotik. In der Kunstlehre wird der Öffentlichkeit – dem Publikum als Mitregisseur für Kunst – hohe Aufmerksamkeit geschenkt. Heute ist öffentlich geförderte Kunst am Zuge, sei sie als Kunst-am-Bau von Staates wegen verordnet, sei sie moralisch gefordert wie z.B. Holocaust-Denkmäler oder andere Mahnmale der Betroffenheit, z.B. die Erstellung des US-Names Project AIDS Memorial Quilt (welcher spontan von Laien zusammengestellt wurde). Die Kunst der Gegenwart, die Kunst des 21. Jahrhunderts, wird mehr und mehr zu einer Community Based Art – sie ist nicht mehr elitär, sondern sie mobilisiert, und erfreut, die Bevölkerung. Indem öffentliche Kunst das Publikum in die Erstellung und Präsentation des Werkes einbezieht, wird in der Kunstentwicklung dem Unfertigen, Prozesshaften klar der Vorrang gegeben vor dem Werk als (fertig) Erschaffenes. So wird die hohe Kunst wieder aufgesogen in den Aktivitäten des Alltags.

¹⁵ "Taste classifies the classifier". Vgl. auch: Mary Anne Staniszewski: Believing is Seeing. Creating the Culture of Art. Penguin Books, 1995

¹⁶ Vgl. auch Larry Shiner: The Invention of Art. University of Chicago Press, Chicago, 2001

¹⁷ Larry Shiner: The Invention of Art. University of Chicago Press, Chicago, 2001, S. 168

Ästhetik: Wahrnehmung des Schönen

Die Wahrnehmung (griechisch = Ästhetik) des Schönen ist Gegenstand der Kunsttheorie. Die wichtigsten philosophischen Positionen zum Schönen wurden oben bereits kurz dargelegt.

Wir halten fest, dass "das Schöne" auch in der Wahrnehmung des Hässlichen und des Banalen aufscheinen kann, dass also "das Schöne" wahrzunehmen letztlich die geistige Verarbeitung und Interpretation des sinnlich Erfahrenen ist.

Ein Kunstwerk wird als "äusseres Bild" sinnlich wahrgenommen und erzeugt im Wahrnehmenden ein "inneres Abbild" als Erinnerung, Vorstellung, und Sprache. Kunstwerke werden als Aussagen gelesen, die man zu begreifen versucht. So ist Kunst eine besondere Form der Kommunikation.

Die Wahrnehmung von Kunstwerken und auch anderen, besonders geformten Objekten auf uns ist mehrschichtig. Wir wollen drei unterschiedliche, auch heute nachvollziehbare, "Anmutungen" charakterisieren:

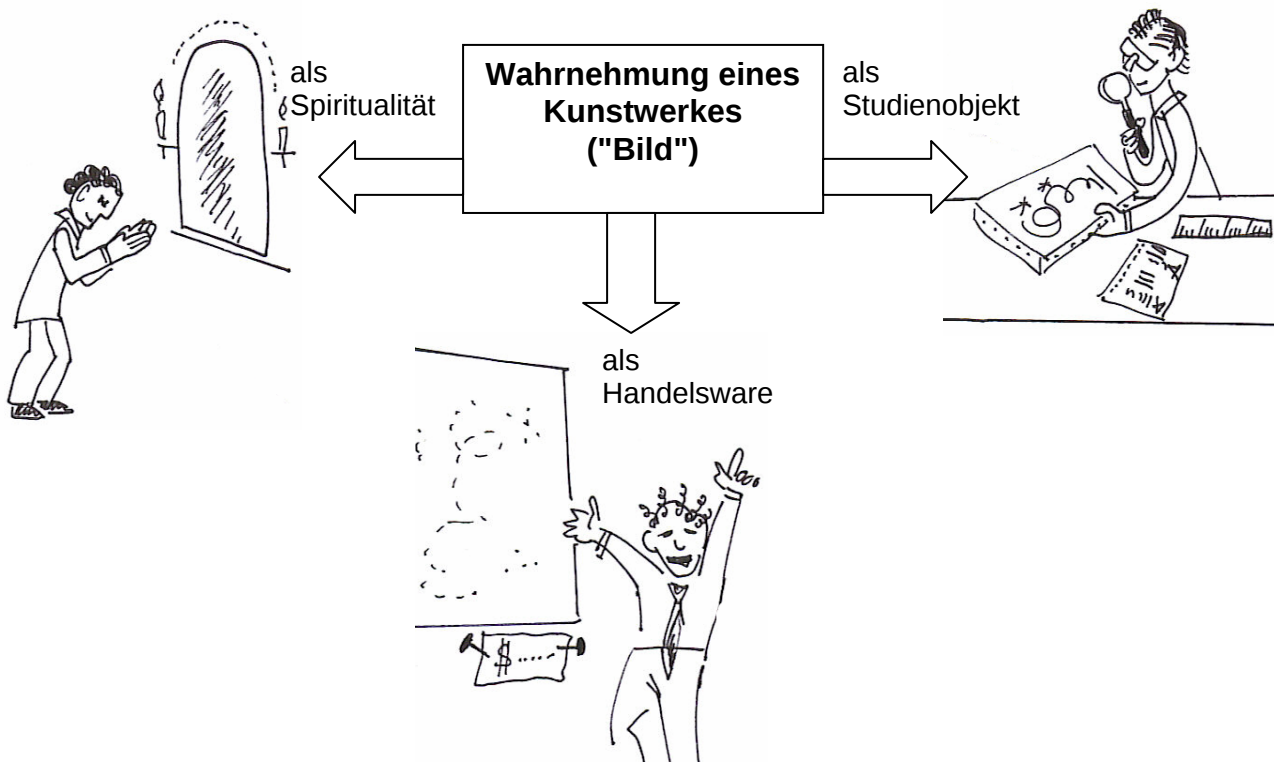
- Das "Bild" eines Kunstwerkes kann als Erscheinung eines Jenseitigen im Diesseitigen wahrgenommen werden, als ein Zauber, der uns durch und mittels des Kunstwerkes eröffnet wird, uns begegnen kann. Das Kunstwerk dient als Auslöser für die Vergegenwärtigung von etwas Transzendentelem. Diese Wirkung kann im religiösen Bereich erfahren werden, wenn z.B. ein Mensch vor einer Marienikone in der Kirche niederkniet und sich bekreuzigt.
- Kunsthistorisch wird ein Kunstwerk als Zusammenwirken verschiedener Qualitäten verstanden und interpretiert: Das "Bild" als Wahl des Materials, des Themas, der Bearbeitung und des Stils, der Komposition, der Genauigkeit usw., auch Objekteigenschaften wie das Datum der Entstehung, Masse, Gewicht, Zustand. Dies sind aristotelische Kategorien¹⁸.
- Dem Kunsthandel ist das "Bild" ein Wert (Marktwert, Markenwert), der an einem bestimmten Objekt festgemacht werden. Dieses Objekt ist ein genau definiertes Unikat, das Zeuge eines bestimmten Herstellungskontextes oder alleinige Legitimation für ein bestimmtes Herstellungskonzept ist. Hier sind nebst den iuristisch-marktlichen Qualifikationen (Autorisierung, Signatur, Herkunft, Zustand usw.) vor allem die Reputation des Werkes, seines

¹⁸ In der **Kategorienlehre nach Aristoteles** werden die Grundformen des Seienden und ihre Beziehungen zueinander mit zehn Grundbegriffen gefasst; diese zehn Kategorien bezeichnen "Gruppen ohne Verbindung gesprochener Worte"; sie sind laut der so genannten Kategorientafel:

- Substanz/Seiendheit (altgr. ousia) – lebendes Wesen, z. B. Sokrates;
- Quantität (altgr. posón; lat. quantitas) – Längenmaß, z. B. Sokrates' vier Fuß;
- Qualität (altgr. poión; lat. qualitas) – Farbe, z. B. das Weiße an Sokrates;
- Relation (altgr. prós ti; lat. relatio) – z. B. Sokrates ist größer als ein Hund;
- Ort/Raum (altgr. pou; lat. ubi) – wo, z. B. im Lykeion;
- Zeit (lat. quando) – wann, z. B. gestern;
- Lage (altgr. keîsthai; lat. situs) – z. B. sitzend;
- Haben/Besitz/Gewohnheit (altgr. échein; lat. habere) – z. B. hat Schuhe an;
- Wirken/Aktivität/Tun (altgr. poieîn; lat. actio) – z. B. verbrennt etwas;
- Leiden/Passivität/Erleiden (altgr. páschein; lat. passio) – z. B. wird selber verbrannt.

[Quelle: <http://de.wikipedia.org>]

Urhebers und seiner Kontextualisierung von Bedeutung (wie im Produktemarketing).



Zeichnung: Drei Arten der Aufnahme von Wahrnehmung (eigene Darstellung)

Unser Urteil über ein Kunstwerk durchläuft auch mehrere Stationen – von der ersten, privaten Wahrnehmung ("ah!") über die Korrektur durch die Interpretationen Anderer (des Galeristen, des Künstlers, der Experten) bis zur Konsensfindung in der Gesellschaft, die mit der Zeit immer eine gemeinsam als gültig erklärte Bewertung eines Kunstwerkes (und anderer Dinge) fertig bringt. Letztlich ist es die Gesellschaft, die im historischen Rückblick deklariert, was Kunst ist und was als Kunst Bestand haben soll.

1.2. Zur Entwicklung des Selbstverständnisses des Künstlers und seiner Kommunikationsmöglichkeiten

Die folgenden Ausführungen können genauer studiert werden in der kunstsoziologischen Literatur¹⁹. – Der europäische Künstler war bis zu den Zeiten Leonardos ein Handwerker. Entweder arbeitete er in den Dörfern und Städten, wo sie sich seit der Gotik in Zünften und Gilden zu organisieren verstanden. Oder sie wurden an die Höfe von Königen und von Geistlichen berufen, was i.d.R. dazu führte, dass diese **Künstler geadelt** wurden, damit das höfische Protokoll eingehalten werden konnte.

- Martin Warnke schreibt, dass die heutige scharfe Trennung zwischen der elitären Kunst (in Museen) und dem Handwerk und das entsprechende "Standesbewusstsein" der Künstler seinen Ursprung in der höfischen Beschäftigung hat: "Wir sprechen von Kunst als einem höheren geistigen Vermögen und billigen den Kunstwerken eine besondere Dignität zu, für deren Bewahrung und Pflege, Erforschung und Wirkung wir Museen, Denkmalämter, Lehrstühle und Zeitschriften unterhalten; wir gewähren den Künstlern einen besonderen Status; bilden sie in Akademien, nicht in Berufsschulen aus und bezahlen ihre Werke als geistige, nicht als handwerkliche Produkte – kurz: Das, was sich unter dem Namen "Kunst" als ein besonderes System menschlicher Tätigkeit darstellt, ist eine Folgewirkung der besonderen Formen höfischen Umgangs mit Kunst und Künstlern."²⁰ Warnke meint, die Arroganz vieler zeitgenössischer Künstler stamme aus dem nicht mehr bewussten Geschichtsabschnitt, da sie als Adelige behandelt wurden.

Eine Genugtuung für die Künstler war es sicher, als die Künste (Malerei, Skulptur, Architektur) in Florenz auf den Stand der akademischen Wissenschaften erhoben wurde (vgl. vorangehender Abschnitt). Der akademische Künstler war nun selbst in der Lage, die in Auftrag genommenen Themen politisch, kirchlich und historisch einigermaßen korrekt wiederzugeben, da er nicht nur die Malkunst, sondern auch geistige Studien betrieben hatte. Der Unterschied in der Ausbildung schuf einen höheren Anspruch.

Die grösste Herausforderung für das Selbstverständnis der Künstler muss jedoch in der raschen Folge von **technischen Neuerungen, die den Bereich der Kunst tangieren**, gesucht werden. Während die *Architekten* sich schon früh und erfolgreich mit dem "Nutzen" ihrer Kunst auseinandersetzten, bis heute im Dialog mit dem Auftraggeber verblieben sind und keine Probleme mit neuen Erfindungen für die Architektur zeigen, präsentierte sich für besonders für die *Grafiker und Maler* die Einführung der Fotografie, der verschiedenen Druck- und Replikationstechnologien (Bildverarbeitung), der elektronischen Medien und der Digitalisierung (Computer, Internet) als direkte Bedrohung. Neue Materialien und Giesstechniken entzogen auch vielen *Bildhauern* die bisher praktikable Lebensgrundlage.

¹⁹ Jutta Held, Norbert Schneider: Sozialgeschichte der Malerei. Vom Spätmittelalter bis ins 20. Jahrhundert. Köln: DuMont 1993. – Martin Warnke: Hofkünstler. Zur Vorgeschichte des modernen Künstlers. Köln: DuMont 1985. – Milton C. Cummings, Jr., Richard S. Katz: The Patron State. Government and the Arts in Europe, North America and Japan. Oxford University Press, 1987

²⁰ Warnke, a.a.O., S. 11

Die allgemeine Verunsicherung der Künstlerkreise in mitten der wachsenden und in industrieller Weise massenproduzierenden Grossstädte manifestierte sich gegen Ende des 19. Jahrhunderts in einer Verweigerungshaltung der Künstler gegenüber dem "Establishment" (obwohl das Establishment schlussendlich die Zielgruppe eines jeden Künstlers ist: Kunstförderung, öffentliche Ausstellungen und Preise, Kunstankauf in die Museen). Die Kunst der Moderne ist ein hochinteressantes Geschichtsstück zum Thema **Verweigerung seitens der Künstler** und Sieg nach Punkten seitens des Kunsthandels: Je mehr sich die Künstler dem "Schönen" verweigerten, umso aufsehenerregender und attraktiver wurden ihre Erzeugnisse.

- Richard Appignanesi fragt, wie es dazu kommt, dass gerade die schwierigsten bzw. unverständlichsten Künstler der modernen Avantgarde zum Standard für die „wegweisende“ Kunst installiert wurde. Nicht einmal die extremsten Antikunst-Provokationen konnten das Kunsthändler-System aushebeln. Jede Antikunst wurde früher oder später als Kunst von hohem Wert ausgezeichnet, nach folgendem Muster: Je mehr Künstler-Experimente es schaffen, die Aura und die Einzigartigkeit von Kunst zum Verschwinden zu bringen, desto mehr Aura und Einzigartigkeit erhält die Macht der Ausstellung. – Macht der Ausstellung? Das heisst: Die Macht der etablierten Kritiker, Kuratoren, Händler und ihrer Klientel ...²¹.



Abbildung basierend auf: Appignanesi, *Introducing Postmodernism*

²¹ Richard Appignanesi (Mit Zeichner Chris Garratt): *Introducing Postmodernism*, Icon Books, 2003

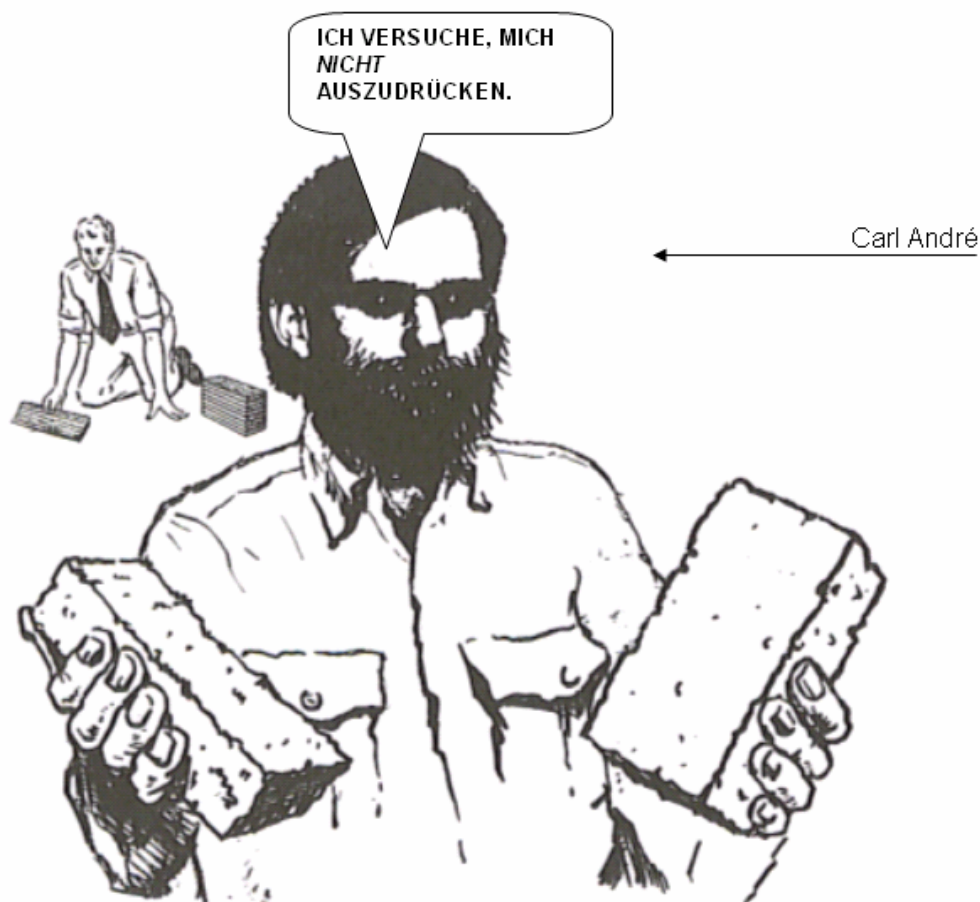


Abbildung basierend auf: Appignanesi, *Introducing Postmodernism*

Die Aufmerksamkeit für Kunst hat sich seit dem 19. Jahrhundert verlagert: **Vom Kunstwerk** als solchem **auf den Künstler**, welcher – in Anlehnung an das Modell des empfindsamen Menschen des deutschen Idealismus – ein vom Genie Besessener ist (vgl. vorherigen Abschnitt), auf den **Ort, wo Kunst stattfindet**. Diese Orte sind seit der 2. Hälfte des 20. Jahrhunderts nicht mehr vorrangig das Museum, oder die Galerie, sondern mehr und mehr die Presse, Radio und Fernsehen, heute auch das Internet: Als Dokumentation und Nachricht, dass Kunst stattfindet. Überall und live.

Für den Künstler ist es wesentlich, dass er in der Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit bekommt, koste es was es wolle. Wie bekommt man die Aufmerksamkeit der Medien? Gossip is all – Hauptsache man kommt in den Medien, ob mit gutem oder schlechtem Kommentar, ist am Ende unerheblich. Von daher der Fokus auf sogenannte Kunst, welche Tabus bricht, welche schockiert, welche nicht nur die Grenzen des Anstandes sondern manchmal auch die Grenzen der Legitimität überschreitet (Verletzung der Menschenwürde, Ruhestörung, Hausfriedensbruch, u.a.). Diese Grenzverletzungen werden aber nicht geahndet, da sie Unantastbarkeit, weil "Kunst", genießen.

Museum

Die Wurzeln des **Museums** liegen nicht nur in den Kunstkabinetten des Adels, sondern auch im akademischen Ausbildungswesen²². So gipfelte die akademische Ausbildung der Künstler im (tonangebenden) Paris des 19. Jahrhunderts in Wettbewerben, z.B. um ein von der Regierung gestiftetes Stipendium für einen Aufenthalt in Rom. Die zur Jurierung stehenden Kunstwerke waren für kurze Zeit auch für das interessierten Publikum ausgestellt (in den sog. Salons, vgl. vorheriger Abschnitt). Die Juroren erkoren die Gewinner, die Kunstkritiker verfassten ihr eigenes Lob oder ihr Verdikt zuhanden der Öffentlichkeit. Es wurde zur Gewohnheit, dass die gekürten Kunstwerke vom Staat angekauft wurden und in Museen dem öffentlichen Interesse als Vorbild und Ansporn zugänglich blieben.

Während Museen der Künste Sammlungen von Kunstwerken anlegen, um diese der Öffentlichkeit zugänglich zu machen, sind Galerien Verkaufsräume der Kunst, in denen es um den Verkauf der gezeigten Werke an öffentliche oder private Sammler geht. Kunst ist eine Ware²³. Das Kunstwerk kann beim Verkauf an Private unzugänglich für die Öffentlichkeit werden. Der Künstler hat in der Verkaufskette kaum mehr Einfluss mehr auf den Verbleib des Werkes; ebenso profitiert er nicht von den weiteren Verkaufserlösen.

Früher ergötzte sich der Adel in seiner "freien Zeit" u.a. an Kunst und Kuriositäten, die in privaten Kabinetten gesammelt wurden. Der Begriff der "Freizeit" entstand im 19. Jahrhundert auch für das Bürgertum, in der Moderne auch für das Proletariat. Neben den kulturellen Schauplätzen wie Schauspielhäuser, Oper, Museen und Galerien, entstanden nun auch Boutiquen und Warenhäuser. Am "Window Shopping" ergötzten sich die Massen wie früher die Nobilität in Kabinetten.

Museen entstanden gegen Ende des 18. Jh. (Die folgende Aufstellung nach Staniszewski:²⁴)

- Bis zur Renaissance: Sammlungen von Klerus und Adel (z.B. Medici, wo Michelangelo die antiken Kopien studieren durfte).
- 16.-17. Jh.: Wunderkammern, Kunstkabinette als private Sammelsurien.
- 17.-18. Jh: Sammlung der Akademie für Studienzwecke. Auch Kunstgalerien, das waren Handelsplätzchen, wo die Bilder gehortet und verkauft wurden, wenn nötig zersägt und angepasst an die Kundenwünsche. (Vgl. die Bilder von (Watteau: Ladenschild für Gersaint, oder Chodowiecki: Amateurs d'art).
- Ende des 19. Jh. entstanden öffentliche Museen, welche (im Gegensatz zu den Sammlungen des 16. und 17. Jh.), ausschliesslich für Kunstwerke da sind (Paradigmatisch: das von Karl Friedrich Schinkel erbaute Alte Museum in Berlin). In den Museen wurden die Bilder lange dicht-an-dicht gehängt, erst in den 1930ern begann man die Hängung auszudünnen und schliesslich einzeln

²² Nikolaus Pevsner: Die Geschichte der Kunstakademien, Mäander München: Mäander Verlag 1986

²³ Bob van Orsouw, Galerist in Zürich, im Handelsblatt zitiert anlässlich der Wolfsberger Kunstgesprächen zum Thema "Shooting Star", November 2004

²⁴ Mary Anne Staniszewski: Believing is Seeing. Creating the Culture of Art. Penguin Books, 1995

auf Augenhöhe zu hängen, wie heute noch üblich in klassischen Ausstellungen.

- In der 1. Hälfte des 20. Jh. hoben die dominanten Gruppierungen (die russischen Konstruktivisten, Dada, Bauhaus, De Stijl, Surrealisten, Konkrete usw.) bestehende Kunstsyste auf, indem sie eigene Institutionen für die Schaffung von Kunst schufen: eigene Clubhäuser, Unterrichtsformen (Bauhaus, usw.), eigene Ausstellungen und Publikationen, Vorträge usw. Sehr viel Idealismus! Hingegen war das Kunstvermittlungssystem eher dürftig – wenig Möglichkeiten für die Präsentation, die Sammlung und die Publikation von moderner Kunst. (Eigentlich die Aufgabe der Museen, siehe ICOM²⁵)
- Postmoderne: Nach dem 2. Weltkrieg wurden Museen mehr und mehr zu öffentlichen Treffpunkten, enthaltend Buchläden, Souvenirshops, Cafés, es wurden auch Performances gezeigt etc. Die Kunstwerke hängen nicht mehr an der Wand, sondern sie zeigen sich als Inneneinrichtungen (Installationen), innen oder aussen, Häufig sind Kunstwerke so gross, dass sie am oder vor dem Museum installiert werden müssen.

Medien

Seit dem 2. Weltkrieg ist das Kunstvermittlungssystem dasselbe geblieben: Galerien, alternative Räume, Messen, Museen, Kunstmagazine, Kunstgeschichte, Auktionshäuser.

Obwohl sich die Gestaltungsmöglichkeiten für den Einzelnen enorm erweitert haben (Technologie der Herstellung, Themenfundus, Technologie der Verbreitung), ist die Aufmerksamkeit vom Werk und dem Künstler immer weiter abgezogen worden und fokussiert nun vor allem auf den **Kunstvermittlungsapparat**: Sensationelle Besucherzahlen, sensationelle Preise, schockierende Aussagen oder Verhalten von Künstlern, Sponsoring usw. (cf. Gunter von Hagen!). Künstler vermarkten sich selbst in raffinierten work-in-progress Projekten. Anstatt einzelne Objekte stellen sie Installationen her, oder Rezepte für solche, welche mit den Kunstvermittlungssystemen interagieren, d.h. mit Galerie, Museum, Publikationen, Markt.

Anne Staniszewski schreibt (a.a.O., S. 261-266):

- An artist who works in this fashion can be thought of as 'the artist-producer'.
- In the postwar era, if an artist wants to do more than merely fuel the art apparatus, the most effective strategies usually involve working with the institutions of culture.
- The artist who most fully met this challenge and who is the paradigm of the artist-producer is Andy Warhol. He made visible the way the system works.
- Beuys was a "social sculpture". His most powerful legacy was his influence as a teacher and his public image, which was ever so carefully constructed in documentary photographs.

²⁵ The International Council of Museums (ICOM) is an international non-profit organisation of museums and museum professionals which is committed to the conservation, continuation and communication to society of the world's natural and cultural heritage, present and future, tangible and intangible. Created in 1946, ICOM is a non-governmental organisation maintaining formal relations with UNESCO and having a consultative status with the United Nations' Economic and Social Council.

Projekte von kulturell motivierten Aktivisten lassen die Grenzen zwischen Kunst und Alltag, zwischen Kunst und Massenkultur, Kunstcommunity und Jedermann verschwinden (Beispiele: Der AIDS Names Quilt, die vielen Memorials für Vietnam, für den Holocaust...)

Immer mehr Kunst ist eine Reaktion auf die Populärkultur, auf die Sprachen der Orte, in denen der Künstler und das Gros des Publikum sich bewegt (Strassenschilder, Reklamen, Warenhausauslagen). Zu diesen Orten gehören auch die **Medien der Heimkultur** (TV, Internet) **und der Starkultur** (Film- und Unterhaltungsindustrie, Hollywood... Popstars...).

WARUM?

Fine Art erreicht nicht so viele Leute wie Popular Culture! Quoten auch hier, Kunst ist Ware. – Auch Staniszewski sagt, dass "everything is shaped by culture... we then acknowledge that we create our reality" (S. 298). D.h.: Kunst = soziales Konstrukt.

2. Interpretationshilfen für Kunst

2.1. Allgemeine Informationsquellen für die Interpretation von Kunst

Wenn wir von unserem Potential der dreifaltigen Wahrnehmung ausgehen – vgl. ersten Abschnitt und Zeichnung – , dann müssten drei verschiedene Gebrauchsanweisungen für die Kunstinterpretation vorliegen.

Bild als Spiritualität:

Das Kunstwerk, welches den Glauben anspricht. In diesem Fall ist das "Bild" der Ort, wo eine Identität "herbeigerufen" werden kann, wo etwas erscheint, oder aufscheint. Die Kunstgeschichte kennt solche Bilder als religiöse Kunst. Der entsprechende Leitfaden dient der Identifizierung der abgebildeten Referenz:

- Wer oder was ist dargestellt? Dies wird die Haltung des Betrachters beeinflussen. Die Interpretationshilfe ist die **Ikonografie / Ikonologie**, welche aufgrund der im Bild dargestellten Merkmale entschlüsselt, was der Inhalt der Darstellung ist. (z.B. Bärtiger Mann mit Schlüssel = Petrus, usw.)²⁶

Bild als Studienobjekt:

Das Kunstwerk, welches den Kunstexperten anspricht. Das "Bild" ist ein Studienobjekt, das auf unterschiedliche Weise analysiert und in einen erlernten Wissenskontext eingeordnet werden kann. Die entsprechenden Leitfäden dienen der kunstwissenschaftlichen Klassierung des Gegenstandes:

- Woher und aus welcher Zeit stammt das Werk? Eine Interpretationshilfe ist die **Stilistik** (Stilkunde). Damit wird nicht der Inhalt, sondern der Ausdruck analysiert (z.B. ornamentale, asymmetrisch strömende Pflanzenmotive = Jugendstil = Westeuropa um 1900.)²⁷
- Welchem Zusammenhang entstammt das Werk? Hier kann das **Quellenstudium**, d.h. Studium von Schriftstücken u.dergl. beigezogen werden. Je nach Fokus kommen die Disziplinen der Hermeneutik (Interpretation aus der damaligen zeitlichen Bedingtheit), der politischen Geschichte, der Sozialgeschichte, der Baugeschichte u.a.m. zum Zug.
- In welchem Zustand ist das Werk, aus welchen Materialien und wie wurde es gefertigt, welche Phasen der Herstellung bis heute lassen sich herausfinden? Hier hilft die **Restaurierung** mit unterschiedlichen (natur-) wissenschaftlichen Mess- und Analyseverfahren weiter.

Bild als Handelsware:

Das Kunstwerk als Handelsware. Von grösster Bedeutung – heute! – ist hier das Marketing. Das Kunstwerk ist nicht immer als Objekt vorhanden. Gerade in der Gegenwartskunst existiert das Kunstwerk oft nur als stattgehabtes Ereignis, das dokumentiert ist, und dessen Dokumentation in geeigneter Weise gehandelt wird. Die entsprechenden Leitfäden dienen der Bewertung des "Bildes", wobei der in der

²⁶ Vater der Ikonografie ist Erwin Panofsky.

²⁷ Zur Stilkunde immer noch lesenswert: Adolf Wölfflin, Alois Riegl. Neuer: Michael Baxandall sowie alle Grundlagenbücher zur Kunstgeschichte, wie z.B. die Propyläen Kunstgeschichte.

potentiellen Käuferschaft vereinbarte ideelle Wert in erster Linie interessiert. Dieser liefert dann die Berechtigung für das Preisniveau. Letztlich interessierende Grösse ist aber der Handelswert. Die zugehörigen Leitfäden dienen der Identifikation der aktuellen Lage am Kunstmarkt (für dieses Werk):

- In welchen Kreisen verkehrt der Künstler? Wo überall wurde das interessierende Werk ausgestellt bzw. bekannt gemacht? Die Interpretationshilfen beziehen sich hier weniger auf das Werk selbst als auf seine Reputation. Entsprechend entstammen die Leitfäden für solche Fragen der Betriebswirtschaftslehre, dem Marketing, der **Unternehmenskommunikation**. Das Kunstwerk gilt als Produkt, der Künstler als Produzent, der Galerist als die Marketingabteilung.
- Wohin geht der Trend heute, im Rahmen eines allgemeinen Lifestyle? Wie sehen die politischen, die gesellschaftlichen Prämissen für den Kunstmarkt aus? Die entsprechende Orientierung holt man sich in den **täglichen Nachrichten** über Politik und Wirtschaft und im **Socializing** mit der Kunst-"Community" und den Meinungsmachern bei bedeutenden internationalen und regionalen Kunstereignissen.

2.2. Leitfäden für die Gegenwartskunst

Beim Studium von Literatur zur Gegenwartskunst fällt auf, dass zumeist theoretisch argumentiert wird: Wohin ist das "Bild" verschwunden, wohin hat sich "Kunst" verflüchtigt?²⁸ Konkrete Anweisungen, wie man ein Werk der Gegenwartskunst interpretieren soll, sind aus diesen sozio-philosophischen Schriften nicht leicht zu filtern.

Ratgeber der Rubrik "Schnellkurs in..." versuchen i.d.R., die Komplexität der Postmoderne über den Raster der Technologie zu ordnen. So weist Trescher die eventuelle Erwartung, er liefere in seinem Lexikon eine Definition zur Kunst "entschieden zurück" und bietet für die Kunst der Gegenwart ("ein auf den ersten Blick undurchdringbarer Dschungel") sein Buch "als Machete um den Dschungel so weit zu lichten, dass man ihn wenigstens durchqueren kann".²⁹ Entsprechend sind seine Einheiten zur Gegenwartskunst

- Zeichnung
- Malerei
- Fotografie
- Video
- Performance
- Körperobsessionen
- Skulptur
- Räume

²⁸ Latour, Bruno and Weibel, Peter (eds.): Iconoclasm: Proceedings [beyond the image wars in science, religion, and art ; 4 May - 4 August 2002] /; ZKM Center for Art and Media Karlsruhe. - Cambridge, Mass.: MIT Press, 2002. - Hans-Robert Jauss: Ästhetische Erfahrung und literarische Hermeneutik, Frankfurt a.M. 1991 – Mary Anne Staniszewski: Believing is Seeing. Creating the Culture of Art. Penguin Books, 1995

²⁹ Stephan Trescher: Schnellkurs Kunst der Gegenwart. Köln: DuMont 2003

- Worte und Werbung
- Multiples
- Kunst im öffentlichen Raum
- Digitale Kunst

Da all diese Materialisierungen zu Mixed Media konvergieren, wird diese Unterscheidung problematisch. Es wäre vielleicht nützlicher, wenn man die inhaltlichen Themen der Künstler kartografieren würde, nicht die von ihnen verwendeten Techniken. Das hiesse, die Einteilung in Minimal, Concept, Public, Pop und andere Kategorien der Arts zu vertiefen.

Die Charakterisierung einzelner Kunstwerke geht bei Trescher wie bei fast allen anderen Autoren über Gegenwartskunst nicht über die Beschreibung hinaus, wie der Künstler bei der Herstellung seines Werkes vorging. Dies liefert keinen Schlüssel zur Interpretation des Werkes. Dass jemand eine Installation schuf, indem er Bonbons auf den Boden leerte und diese dann dem Publikum zum Konsum anbot³⁰, wird vor dieser Installation auch ohne diese Erklärung ersichtlich und hilft nicht bei der Frage, warum er das tat bzw. warum diese Tat als Kunst wahrgenommen kann.

Die verpönte Frage "was haben Sie sich dabei gedacht" muss erlaubt sein.

2.3. Unsere Kritik und das Theatermodell

Wir sind der Auffassung, dass in der Tat nach dem Werkstoff gesucht werden muss, woraus die Kunst von heute sich bildet. Dieser wird aber nicht (mehr) durch die technische Bearbeitung ersichtlich, sondern aus der Inszenierung, womit Kunst vermittelt wird.

Ausgehend von der unbestrittenen Tatsache, dass Kunst ein Akt der Kommunikation ist, frage mach sich: Wer genau spricht da? Wenn das "Bild" bei einer Vernissage nicht mehr an der Wand hängt – wer spricht denn für das Bild? Die Materialisierung hat sich verändert:

- Bis 1800 wurden Kunstwerke als Objekte in sinnlich erfahrbares *Material* geformt. Das Werk sprach für sich selbst.
- Danach und vor allem in der Moderne wurden Kunstwerke als Beispiele der *Sichtweise des Künstlers* vorgelegt, d.h. das "Bild" war in der Wahrnehmung des Künstlers und damit in ihm selbst begründet. Der Künstler sprach.
- In der Postmoderne und der Kunst des beginnenden 21. Jahrhunderts liefert der Künstler nur noch Rezepte (Anweisungen des Managements), wie ein "Bild" so inszeniert werden soll, dass es von einem genügend grossen Publikum memoriert wird. Das "Bild" ist eine Botschaft, die keinen äusseren

³⁰ Beispiel des Künstlers Felix Gonzalez Torres

Avatar mehr braucht, sondern nur über das gemeinsame Diskutieren in die Vorstellung der Leute eingepflanzt werden kann. Dies ist, semiotisch gesehen, ein einzigartiges Phänomen: Es gibt einen grossen Wirbel um das Thema Kunst, jeder spricht darüber, kann aber nicht erklären, was es ist – aber alle spielen mit, obwohl es keine gemeinsame Referenz mehr zum Wert "Gegenwartskunst" gibt!

Wer spricht hier? Wohl zuerst, als Marketingleiter, der Aussteller. Aber der bleibende Wert ist die Diskussion des Publikums, die in den Medien geführte Debatte über den Wert der, oder dieser, Kunst. Werkstoff für Kunst ist die vom Künstler provozierte Wahrnehmung der Besucher, die zusammen eine Community bilden und sich ihre gemeinsame Kunst schaffen. Kunst ist ein Konstrukt der Gesellschaft. Sie manifestiert sich in Meinungen zu Ereignissen.

Die Theatermetapher

Die Soziologie ist mehr und mehr als Interpret des aktuellen Kunstgeschehens gefragt. Kunst findet nicht mehr an Objekten statt, sondern als gesellschaftliches Spiel. Das Theaters ist in der Psychosozialogie eine erfolgreiche Metapher, um eine Reihe komplexer Prozesse der Gesellschaft zu beschreiben.³¹ Auch im Medien- und Kommunikationsmanagement werden Gemeinschaften nach der Theatermetapher modelliert³². Wir übernehmen das von Beat Schmid erarbeitete Medienreferenzmodell für die Theatermetapher³³ und gliedern die Kunstszenen der Gegenwart als Theater, wie folgt:

Aufbau-Organisation:	Orte Das Wo und das Wer , wo Kunst inszeniert wird Objekte: Das Was , das Thema, welches inszeniert wird	Rollen:
Ablauf-Organisation:	Das Wie , das Protokoll, nach dem Kunst abläuft	
Logik:	Gemeinsames Wissen, gemeinsame Symbole Das Warum , welches das Was legitimiert	

³¹ Peter L. Berger, Thomas Luckmann: **Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit**. Fischer Verlag Frankfurt a/Main 2000 (1980) – Joseph P. Forgas: **Soziale Interaktion und Kommunikation**. Weinheim: Verlags-Union 1999 (Englisch: Interpersonal Behavior. The Psychology of Social Interaction. Pergamon Press Australia 1985 – Erving Goffman: **Wir alle spielen Theater**. Die Selbstdarstellung im Alltag. Piper München Zürich 2000 (1983). Englisch: The Presentation of Self in Everyday Life, Doubleday Co Inc. N.Y. 1959

³² Beat F. Schmid: **Der Communication- und Community-Ansatz**, In: C. Belz & T. Bieger, Customer Value. St. Gallen: Thexis Verlag, (S. 691-719). [www.mediamanagement.org/modules/pub/view.php/mediamanagement-179] – Beat F. Schmid: **Inszenierung von Produkten im E-Business**. In: Wunderlich, W. & Spoun, S. (Hrsg.), Medienkultur im digitalen Wandel, Band 2 der Reihe "Facetten der Medienkultur". Bern: Haupt, 2002 (S. 91-113) [www.e-media-design.org/modules/pub/view.php/emediadesign-28]

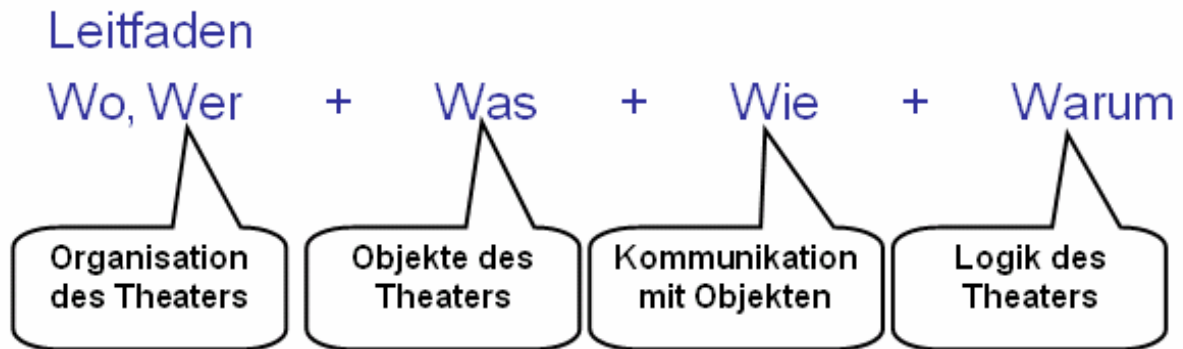
³³ Beat F. Schmid, s. oben

3. Unser Leitfaden

Wir übernehmen aus der Soziologie und dem Medienreferenzmodell von B. Schmid die folgende Modellierung: Wir stellen uns vor,

- dass sich die Gesellschaft in ihrem Sein und Tun immer auf einer "**Bühne**" befindet, wo man sich begegnet und kommuniziert, wo Objekte verhandelt werden, wo man andere wahrnimmt und selbst wahrgenommen wird;
- dass diese Bühne ein langzeitiges **Geschehen** (Geschichte) aufführt, das in aktuelle Situationen und Augenblicke (**Szenen, Akte**) unterteilt ist. (Natürlich handelt es sich im globalen Theater insgesamt um sehr viele Bühnen mit beliebig vielen Akten, man selbst befindet sich aber i.d.R. jeweils nur an einem einzigen Ort der Wirklichkeit und wird über andere Wirklichkeiten informiert.)
- dass alle Mitspieler eine ganze **Reihe von Rollen** spielen, je nach Situation in der man sich befindet: Als Privatperson zuhause, als Kunde in einem Geschäft, als Bürger einer Gemeinde, als Grossvater, als Mutter, als Kind, als Lehrer oder Polizistin, als Kegelmeister oder Geschäftsführerin, je in der entsprechenden Szenerie und Situation;
- dass es **Requisiten** gibt – Objekte wie Güter, Produkte, Verkehrsampeln und Stromversorgung, aber auch komplexe und nicht gegenständliche Dienstleistungen wie Reisen, Gesundheitschecks, Auskünfte, Lehrveranstaltungen – welche bei uns Handlungen auslösen: Sie erregen Aufmerksamkeit, signalisieren eine Botschaft, werden verhandelt, getauscht, gekauft, gestohlen, zerstört, werden beredet und in den Massenmedien vermehrt... Requisiten spielen auch verschiedene Rollen in verschiedenen Situationen, man denke an den Computer im Verkaufsregal, in der Auslieferung, beim Installieren, bei der Nutzung, bei der Nicht-Nutzung, in der Reparatur, bei der Entsorgung...sie sind also auch Agenten, wie die Menschen (Individuen) und wie Organisationen (Firmen, Unternehmen);
- dass die Reaktionen, Handlungen, Interaktionen und Kommunikation zwischen Subjekten und Objekten je nach Situation einem bestimmten **Protokoll** gehorchen: Wie läuft diese Aktion ab? Wer spricht wen an, wie verhält man sich, was sind die Spielregeln die gerade gelten? Darf man sich frei bewegen und äussern, oder muss man irgendwem gehorchen? Das Protokoll wird von der Gesellschaft gesetzt, es bestimmt den Ablauf des Alltags und die Entwicklung der Kultur.
- dass eine **gemeinsame Logik**, ein gemeinsamer Wissenskontext das ganze theatralische Geschehen umfasst. Es ermöglicht Zielsetzungen und stiftet den Sinn für das Tun und Lassen der Mitspieler.

Dementsprechend formulieren wir unsere Fragen an die Kunst der Gegenwart nach folgendem Schema (Leitfaden):

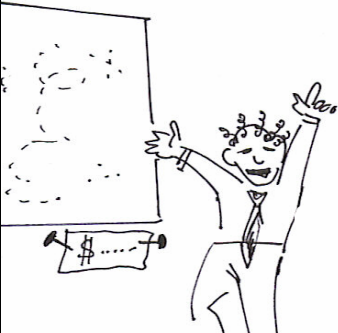
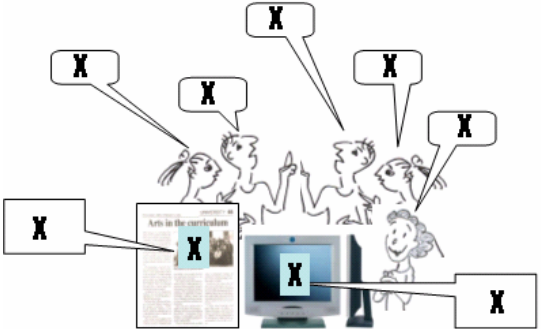


Leitfaden (die Theatermetapher)

3.1. Wo

Orte des inneren Bildes

Wo findet Kunst statt? Wir haben eingangs die Ästhetik der Kunst betrachtet und von den Orten der geistigen Wahrnehmung gesprochen. Diese "intangiblen" Orte sind:

Kunsterfahrung als persönlicher, subjektiver Eindruck. (MEINE Meinung)	
Kunsterfahrung als Werbung und Überzeugungsarbeit von Experten. (SEINE Meinung)	
Kunsterfahrung als gesellschaftlich gemeinsam akzeptiertes Wissen, das mit Zeit und Gewohnheit festgelegt wird. (UNSERE Meinung)	

Orte für die Inszenierung des äusseren Bildes

Wo findet Kunst statt? Wo kann man ihr "live" begegnen? Hier verbindet sich das "Wo" sehr stark mit dem "Wer", mit den Ausstellungsmachern.

Der **öffentliche Raum** ist in der Postmoderne ins Zentrum gerückt. Kunstwerke werden da an Orten inszeniert, die bisher den Reklamen, Leuchtreklamen, Strassenschildern und anderen Requisiten des öffentlichen Raumes vorbehalten waren. (Wenn anstatt "Trinkt Coca Cola" der Ausruf über die Lichterwand am Times Square flimmert "Protect me from what I want" (Jenny Holzer) so ist die Kunst.)

Zudem wird in den **Medien** ein neues, virtuelles Kunsterlebnis inszeniert. Medien zeigen nicht nur ein *Abbild*, eine Reportage über physisch vorhandene Kunst oder stattgehabte Kunst-Ereignisse. Medien können die Entstehung von Kunst auch direkt beeinflussen. (Eine Talkshow mit einem Künstler kann zum Kunstereignis werden.)

Neu ist auch das **Internet** ein Ort, womit Kunst direkt hergestellt und ausgestellt wird, wo sie auch mit dem Publikum interagiert und so zu einem public art work mutieren kann. Digitale Kunst / interaktive Kunst und Internet-Kunst sind neue, ortslose Kunst-Erlebnismöglichkeiten. (Der Prix Ars Electronica hat Web-Kunst im Programm.³⁴)

3.2. Wer



Wer spricht von Kunst? (Eigene Darstellung)

³⁴ www.aec.at

Die folgende Aufstellung soll einen Überblick über die bekanntesten Kunstmessen und über bekannte Galerien und Experten der Schweiz geben. (Sie ist nicht vollständig und stellt keine Rangliste dar!)

Internationale Kunstereignisse

1. Alle 4 Jahre: Documenta, in Kassel.
Seit 1955, wechselnde Leitung. Letztmals 2002. Einzigartig, früher „Thermometer“ für Kunstentwicklung
2. Alle 2 Jahre: Biennale, verschiedene Städte. Ursprünglich nur Venedig. Mit Länderpavillons.
(50. Biennale Venedig war 2003). Oft kopiert, jetzt überall: Lyon, Taipeh, Istanbul, Seoul, Sao Paulo, Havanna...
3. Alle 2 Jahre: Manifesta, rotierend in Europa.
Ohne Länderpavillons. (5. Manifesta war 2004)
San Sebastian, Frankfurt, Ljubljana

Internationale Kunstmessen

1. Art Basel (Profitcenter mit verschiedenen Messen)
2. Art Basel Miami Beach
3. Armory New York (US: Uptown. Intl: Show, Midtown)
4. Freeze Art Fair London
5. Art Cologne (Köln), Art Frankfurt, Art Berlin
(kannibalisieren sich gegenseitig)
6. Arco Madrid

USA Museen

1. Museum of Modern Art, New York
2. Museum of Contemporary Art, Los Angeles
3. Museum of Contemporary Art, Chicago
4. Walker Art Center, Minneapolis

Internationale Museen (ohne US)

1. Tate Modern, London
2. Centre Pompidou, Paris
3. Ludwig Museum, Köln
4. K20, K21, Düsseldorf (Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen 20. Jh., 21. Jh.)
5. Basel: Kunstmuseum,
Museum der Gegenwartskunst
6. Berlin: Hamburger Bahnhof

Experten und Galerien in der Schweiz

- Dr. Jean-Christophe Ammann, ehem. Leiter Kunsthalle Basel, ehem. Direktor d. Museums für Moderne Kunst, Frankfurt
- Bruno Bischofberger (Zürich)

- Dr. Jacqueline Burckhardt, Präsidentin der eidgenössischen Kunstkommission
- Iwan Wirth (Galerie Hauser & Wirth, Zürich, London)
- Victor Gisler, Luigi Kurmann (Balerie Mai 36, Zürich)
- Annemarie Verna (Balerie Verna, Zürich)
- Bob van Orsouw (Galerie BvO, Zürich)
- Eva Presenhuber (Galerie Presenhuber, Zürich)
- ...
- ...
- Schweizerisches Institut für Kunstwissenschaft (Sitz in Zürich)
- Gesellschaft für Schweizerische Kunstgeschichte (Sitz in Bern)

Internet: Web Sites über Gegenwartskunst

Zu allen Messen (bei www.google.ch den Namen eintippen)

www.artnet.com

www.pbs.org/art21

...

www.artcyclopedia.com

www.parkettart.com

3.3. Wie

„Wie“ (in der Gegenwartskunst) heisst: Wie wird Kunst kommuniziert?

Technisch: Wie erscheint ein Kunstwerk, wie wird es inszeniert, wie erfahrbar?

Wie erreichen uns die Künstler? Wie kommunizieren die Vermittler?

Am Beginn des 21. Jh. führen die Künstler die Welt und ihr Publikum in überraschende neuen Territorien. Neu ist die Vielfalt von Technologien, Themen und Ausdrucksweisen, welche ihnen dabei zur Verfügung stehen:

- Neue Gestaltungs- und Kommunikationsmittel (Computer, Internet);
- Eine Fülle von Themen, von Pop Kultur über Politik und Sozialkritik bis zu Folklore und Kitsch;
- Unterschiedlichste Ausdrucksweisen – vom klassischen Modell bis zur intimen persönlichen Aufzeichnung.

(Beispiel: Das PBS Medienunternehmen [www.pbs.org], welches einen Kunstkanal auf TV, Internet und in der Presse koordiniert.)

Das Protokoll der Postmoderne lautete bisher: Der Künstler schafft im Atelier, sucht sich einen Mäzen und einen Galeristen, der gleichzeitig sein Coach ist, und beginnt über Gruppen-, dann Einzelausstellungen auch in den Medien (Presse, TV) Spuren zu hinterlassen. Mit besonders schockierenden Aktionen oder anderswie auffälligem Verhalten betreibt der Künstler (und sein Galerist) ein gezieltes Marketing. Der Künstler (sein Name) ist das, was dem Zielpublikum haften bleiben soll, weniger seine einzelnen Werke. Über die Medien werden sehr viel mehr Leute erreicht als

über Ausstellungen. Dauert das Gespräch über News zu einem Künstler oder ein "Must see" für Ausstellungen einige Tage, so ist der Marketingeffekt gelungen, die meisten Leute haben den Künstlernamen in ihrem Repertoire.

In der Tat sind es heute nicht mehr die Kunstauftraggeber von früher, Klerus und Adel, auch nicht mehr die Notabeln der zu Reichtum gekommenen Städte seit der Gotik, und auch nicht mehr die Adeligen und Akademiker bis in das 19. Jh., welche den Begriff "Kunst" für die Nachwelt formen. Man würde vermuten, dass es heute die Kunstkäufer und –sammler sind. Aber mehr und mehr ist es auch die Öffentlichkeit, sind es die Massen die Vergnügen an einem Event haben, welche den Künstler und seine Produkte portieren. Es scheint, als würde sich das Geschehen im Markt der Gegenwartskunst immer mehr dem Branding und Marketing und Community Building der Unternehmenswelt angleichen.

3.4. Was

„Was“ (in der Gegenwartskunst) heisst: Welche Objekte haben das Prädikat „Kunst“? Hierzu wurde eingangs schon viel gesagt.

Wir können für die Gegenwartskunst zusammenfassen:

- Kunst wird mehr und mehr zum Experiment über das Leben, über das Alltägliche. Nicht mehr Objekte, sondern ein Verhalten wird als Kunst beschrieben.
- Je mehr sich die Hinwendung zum „ästhetischen Menschen“ in unserem Leben durchsetzt, desto mehr wird „Kunst“ als eine eigenständige Kategorie bzw. Aktivität verschwinden.
- Kunst wird immer mehr als Lifestyle verstanden.

3.5. Warum

Warum wollen wir Kunst? Wir wollen, suchen eine **Ergriffenheit**. Wir möchten ästhetisch berührt werden. Dies ist menschlich. Unser Seele hat das Bedürfnis, grosse Gefühle – Angst, Anbetung, Liebe, Tod – zu externalisieren.

Man externalisiert Ergriffenheit, indem man „**heilige Orte**“ schafft. „Heilig“ bedeutet hier: Wo innerste Gefühle, wo Innehalten, Einkehr erfahren werden kann. Jedes Kind macht solch besondere Orte für sich – jedes Volk schafft heiligen Orte.

Zuerst hat man den heiligen Ort – z.B. Eichenhain – besonders gekennzeichnet und herausgeputzt. Schliesslich entstanden eine speziell für diesen Ort erfundener **Schmuck** (Bauweise, Ornamentik) und die zu seiner Herstellung nötigen Fertigkeiten. Nun wurde eine spezielle Symbolik und Ikonologie entwickelt.

Es gibt verschiedene Arten der Ergriffenheit und entsprechend unterschiedliche Erfahrungen, die in Themen differenziert wurden.

a) Wahrnehmung des „Wahren“ mit der Seele (ES):

Religion, Philosophie, Psychologie, usw.;

- b) Wahrnehmung des „Guten“ mit der Moral (WIR):
Technik, Wissenschaft;
c) Wahrnehmung des „Schönen“ mit den Sinnen (ICH)
Design, Handwerk UND Poesie / Rhetorik

Platon	WAHR	GUT	SCHÖN
Buddhismus	DHARMA (die spirituelle Wahrheit, das "So-Sein")	SANGHA (die Gemeinschaft im Geiste)	BUDDHA ("Ich" als das Auge des Geistes)
Kant	Kritik der reinen Vernunft (objektive Wissenschaft)	Kritik der praktischen Vernunft (Moral)	Kritik der Urteilskraft (ästhetisches Urteil und Kunst)
Popper	Objektiv	Kulturell	Subjektiv
Habermas	Objektive Wahrheit	Intersubjektive Gerechtigkeit	Subjektive Aufrichtigkeit
Wilbers	ES	WIR	ICH
Vitruv	Firmitas	Utilitas	Venustas
B. Schmid	Technik	Ökonomie	Design i.e.Sinne

Tabelle: Schattierungen der grossen drei Kategorien im Lauf der Geschichte

Will man genauer erforschen, warum sich Ergriffenheit bildet, muss man nochmals den Begriff der Kunst hernehmen.

Bis 1800 ...

ist Kunst die Vermittlung einer Botschaft, deren Inhalt verstanden und deren Form „schön“ gestaltet ist. Früher gab es keine Informationsflut an allen Ecken und Enden. Es gab z.B. schön gestaltete Tempel, Kirchen, Paläste, den Städtebau, Gartengestaltung und das Handwerk. **Als Kunstwerk galt bis 1800 eine Kostbarkeit im Sinne eines seltenen und schön gestalteten Gegenstandes.**

1800-1970 ...

ist Kunst ein Geniestreich, dessen Botschaft rätselhaft wirkt, „irgendwie gestört“ ist. Früher gab es Originale und (wenige) Kopien davon, die aber selbst wieder Unikate waren. Ab 1900 entwickelte sich die Technik der industriellen Massenanfertigung und der schnellen Reproduktion auch für Kunstwerke.

Design und Kunst trennten sich. **Als Kunstwerk galt 1900 - ca. 1970 ein Produkt, das die Sichtweise eines Künstlers demonstrierte.**

Seit 1970 (Postmoderne)...

gibt es keinen Begriff mehr für das „Kunstschöne“. Es geht um die Aufmerksamkeit, die der Künstler erzielen kann. Früher gab es wenige Kommunikationsmittel. Nicht nur neue Medien, sondern auch neue, schnelle, ortslose Kommunikationsmittel und Zugriffsgeräte (Computer, Handy, Digitale Technologie im Haushalt und im öffentlichen Verkehr, usw.) bringen uns heute Ästhetik in Hülle und Fülle wohin auch immer wir wollen. **Als Kunstwerk der Gegenwart (Postmoderne) gilt ein Zertifikat, das mir ein – mein – *privates Erlebnis* zu wiederholen verspricht.**

Heute hat sich der Werkstoff für Kunst geändert. Zuerst galt das schöne Material: Kunst = Formgebung (das ist heute Design). Dann kam der „Genie“-Gedanke: Kunst kommt aus dem Künstler; Kunst = Verhalten des Künstlers (an einem bestimmten Ort). Heute verlangt Kunst eine ästhetisierte Einstellung des Publikums. Kunst = (m)eine Wahrnehmung, z.B. an einer Ausstellung, die nach Rezept (Zertifikat) wiedererlebbar gemacht werden darf.

3.6. Zusammenfassung des Leitfadens für die Kunst der Gegenwart

Unser Leitfaden hat bisher folgende Einsichten kommentiert:

1. Kunst ist Kommunikation (ist eine Kontaktnahme)
2. Wir suchen die Ergriffenheit (in der Kunst): „**Warum**“?
3. Kunst ist eine gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit: Kunst ist ein **Theater**, in dem wir mitspielen.
4. Dieses Theater (der Gegenwartskunst) besteht aus einer komplexen Organisation bezüglich des "**Wo**" und des "**Wer**" der Kunstszenen: Zum Wo gehört die persönliche Wahrnehmung, die Werbebotschaften, das allgemeine Wissen einerseits und die Orte der Ausstellungen sowie die Medien andererseits. Zum Wer gehören neben Künstler und Aussteller/Kritiker auch wir, das Publikum, ganz wesentlich mit.
5. Dieses Theater schafft Kunst (das „**Was**“), indem Künstler, Kunstvermittler und Publikum gemeinsam handeln (das „**Wie**“): Sie inszenieren und erleben und dokumentieren bzw. memorieren etwas (Kunst) miteinander.

3.7. Offene Fragen und ein kleiner Ausblick

In dieser Vorlesung ist – u.a. weil die interessanten Gastreferate³⁵ mit anschliessenden Diskussionen Zeit beanspruchten – die Frage nach dem "Warum" doch zu kurz gekommen. Welcher Art ist die Eergriffenheit, die uns die Gegenwart beschert? Ist das Ganze ein grosser *Fake*, eine kollektive Aufregung, ein "Branding" von Gerüchten? Wieso kann Kunst sein, was von nur ganz Wenigen goutiert wird, was nicht erklärt, nur tabuisiert werden kann? (Viele Kunstexperten haben wir konsultiert – keiner konnte erklären, worin die Kunst der Gegenwartskunst besteht).

Hat sich am Ende die "Kunst" aus der offiziellen Kunstzene (der Förderungsinstitutionen, Museen, des Insidertums der Kunstmacher) verabschiedet? Wenn ja – :

- **Wo ist das "Wesen" der Kunst heute, anfangs des 21. Jahrhunderts, auszumachen?** Wahrscheinlich in der Eroberung neuer Ausdrucksmittel, d.h. in der Gestaltung digitaler Welten? Vielleicht (so meine ich) bei den Kulturschaffenden, welche die im 20. Jh. mit der Filmkunst gezeigten neuen Wirklichkeiten überführen in die Virtual Reality des 21. Jh.? Befinden sich die neuen Schatztruhen der Kunst bei der Ars Electronica in Linz, in den Visualisierungen der Architekten und Ingenieure, in den Computerspielen, auf neuen Interaktionsplattformen des Internet?
- **Wo sind die wahren Künstler heute, diejenigen, welche mit den neuen Ausdrucksmitteln, den Erfindungen und Technologien der Gegenwart Neues, noch nie (so) Wahrgenommenes schaffen?** Sind dies die Ingenieure, die Internet-Freaks, die Hacker, die Tüftler?
- **Wo findet das *höchst* Ergreifende heute statt? Wo wohnt das Entzücken heute?** Oder ist dies die verfemte Frage, ob Kunst seit je nur wenigen Elitären vorbehalten ist, bzw. dass Entzücken von Massen eben gerade nicht wahrer Kunst gelten kann. Au. Ich könnte mir vorstellen, dass wir uns vom unilateralen broadcasting, von einer Kunst, die stets auf Sendung, nicht auf Interaktion angelegt ist (und dadurch oft auf die Interpretation durch Dritte angewiesen ist), entfernen. Ich würde es begrüssen. Ich würde es begrüssen, wenn ich mit Kunst sprechen könnte. "Was ist Deine Botschaft? Kannst Du das noch anders ausdrücken? Hast Du etwas zu tun mit dem Kunstwerk dort hinten?" usw. Interaktive Kunst. Digitale Kunst. Kunst, die eine Sprache spricht, mit einem klaren Vokabular, klarer Syntax und einer Bedeutung, die mich nicht im Zweifel lässt, ob mich da jemand auf den Arm genommen hat.

Solche Gedanken, gerade auch im Zusammenhang mit Design und mit Marken-Kommunikation (Branding), wären weiter zu verfolgen.

Salome Schmid-Isler
St. Gallen, 6. Dezember 2004

³⁵ Gastreferenten: Victor Gisler, Mai 36 Galerie Zürich; Roland Wäspe, Konservator Kunstmuseum St. Gallen; Dr. Jacqueline Burckhardt, Präsidentin der Eidgenössischen Kunstkommission.

Literaturliste

Latour, Bruno and Weibel, Peter (eds.)	Iconoclash : [beyond the image wars in science, religion, and art ; 4 May - 4 August 2002] / ; ZKM Center for Art and Media Karlsruhe. - Cambridge, Mass.: MIT Pr., 2002.
Doordan, Dennis P. (Ed.)	Design History. An Anthology. A "Design Issues" Reader. MIT Press Cambridge, Mass. 1995
Minor, Vernon H.	Art History's History, Prentice-Hall, Inc. New Jersey 1994
Appignanesi, Richard, et al (Text) Garrat, Chris (Comics)	Introducing Postmodernism. Icon Books UK / Totem Books USA, 2003
Baudrillard, Jean	Simulacra et Simulation, 1991
Belting, Hans	Bild-Anthropologie. Entwürfe für eine Bildwissenschaft. München: Wilhelm Fink Verlag 2001
Bürdek, Bernhard E.	Design – Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung, Köln 1994
Busch, Werner (Hrsg.)	Funkkolleg Kunst. Eine Geschichte der Kunst im Wandel ihrer Funktionen. München: Piper Verlag 1987
Foucault, Michel	Les mots et les choses 1966
Gadamer, Hans-Georg:	Wahrheit und Methode. Grundzüge einer philosophischen Hermeneutik, Tübingen 1960, S. 128-161;
Gombrich, Ernst H.	Die Geschichte der Kunst. Stuttgart, Zürich: Belser 1982
Held, Jutta, Schneider, Norbert	Sozialgeschichte der Malerei vom Spätmittelalter bis ins 20. Jahrhundert. Köln: DuMont 1993
Jauss, Hans Robert	Ästhetische Erfahrung und literarische Hermeneutik, Frankfurt a.M. 1991
Pevsner, Nikolaus	Die Geschichte der Kunstakademien, Mäander München 1986
Propyläen Lexikon	Propyläen Kunstgeschichte in zwölf Bänden, Berlin: Propyläen Verlag 1984 (Stilgeschichte)
Shiner, Larry	The Invention of Art. University of Chicago Press, Chicago, 2001
Staniszewski, Mary Anne	Believing is Seeing. Creating the Culture of Art. Penguin Books, 1995
Turner, Jane	Dictionary of Art. 34 Bde. London: Macmillan 1996