

das gespenst der einzigartigkeit

ein gespenst geht um in der kunst. es ist das gespenst der subjektiven selbst-entäusserung. als kreatives genie, als authentische befindlichkeit, als künstlerstar oder einfach nur als juristisches urheberrecht geistert es durch die menschliche kultur. die autarkie von meisterwerken wird mit ihm indiziert und als wesenseigen beschworen. obwohl es selten eine stringente geschlossenheit in einem oeuvre und damit einen unverwechselbaren stil vorzuweisen gibt, wird die idee vom kreativ einzigartigen immer wieder als status oder zumindest status nascendi glorifizierend behauptet. doch die gründe dafür sind sehr profan, wenn es nur darum geht, kunstwerken ein entsprechend öffentliches gewicht und der heiligen allianz von art-dealern, sammlern sowie kuratoren einen mehrwert zu garantieren.

das versprechen der subjektiven selbst-entäusserung hat eine lange tradition. schon in der griechischen antike wurden die kreativen als den göttern nahegestellte idealisiert und entgegen Platons intervention hoch geschätzt. lange zeit danach war die kunst auf die mimesis einer von gott wohlgeordneten welt reduziert und tradierten regeln sowie techniken verpflichtet. sie hatte im christlichen mittelalter der repräsentation einer göttlichen genesis oder seiner vertreter zu dienen und keine individuelle relevanz. erst in der zeit der romantik konnte sich der gemeinplatz vom genialen Ich wieder durchsetzen. dieses Ich sollte nun beispielgebend grosses kreieren, d.h. kulturelle schöpfungen hervorbringen, welche geniale werke sind. der kult vom schöpferischen subjekt wurde zum bestandteil eines säkularisierungsprozesses, der dem rational denkenden kulturmenschen als ersatz für religionspraktiken das phantasma eines genuinen selbstbewusstseins anbietet.

in der bürgerlichen gesellschaft erschafft der kreative genius allein aus sich heraus meisterwerke, indem er sich als emanzipiertes individuum begreift. ein solcher anspruch wird jedoch, als die lebenswelt des künstler in den vordergrund rückt, zu einer überforderung und mitunter eine krankengeschichte. leidende heroen wie Schumann und van Gogh prägen auf einmal die vorstellung von einem genius, der begnadet, aber dem wahnsinn nah, grosses vollbringt. der kreative des 19. jahrhunderts lebt mit den an ihn herangetragenen ansprüchen in melan-

cholie und einsamkeit, in bindungsloser freiheit als prophet und zugleich als gekreuzigter. sein leben wird gern als ein aussenseiter-dasein in der rolle des bohemien zur leidensgeschichte verklärt. für gesellschaftliche sehnsüchte stellen solche ambivalenten zuschreibungen eine gute projektionsfläche dar, ohne die vielleicht die vorstellung von der kunst halb so interessant wäre.

die romantische individualisierung ist eine wirkungsmächtige erfindung für die sich rasant entwickelnde bürgerliche gesellschaft und ebenso für den prosperierenden kunstmarkt. der kreative wird zum eigenständigen produzenten, und wo sein eigenverantwortlichen handeln erfolgreich ist, zum allgemeinen vorbild. er entwickelt sich zu einem innovator, der leidenschaftlich danach strebt, veränderungen voranzutreiben, um neue erkenntnisse sowie bedürfnisse zu erschliessen. jenes streben beeinflusst nicht nur das selbstverständnis der kunst, es hat auch auswirkungen auf den arbeitsbegriff in der gesellschaft. die vorstellung von einer höheren eigeninitiative, dynamik und flexibilität setzt sich sukzessiv durch und wird mit dem postfordistischen kapitalismus zum generellen kriterium einer beruflichen effizienz. die bedingungen der neuen arbeitswelt nähern sich durch beschleunigung und segmentierung stetig mehr dem an, was der kreative vorzuleben hat: eine selbstverwirklichung als selbstausbeutung.

das konzept der subjektiven selbst-entäusserung ist von anfang an ein reines wunschkonzept gewesen und selbst unter besseren bedingungen in der spätmodernen mediengesellschaft kaum einzulösen. wo das kreative schaffen zum apodiktischen gebot wird, stösst es an grenzen und ist dann auf alternativen angewiesen. bereits zum ende des 19. jahrhunderts wird in den avantgarde-bewegungen nicht selten die originäre autorschaft gegen eine kollektive eingetauscht. man bevorzugt das gemeinschaftliche kooperieren in gruppen, die mehr austausch und synergetische effekte versprechen. avantgardisten, die im fortschritt der technologie innovative herausforderungen suchen und mit dem subjektiven in der kunst eher antiquierte vorstellungen verbinden, geben im konstruktivismus und futurismus die vorstellung vom kreativen subjekt fast völlig auf. stattdessen sollen rationale verfahren aus dem bereich der naturwissenschaft neue wirkungskreise eröffnen und zu einer visionären ästhetik führen.

der kunstmarkt hat trotz derartiger experimente ökonomische interessen fest an die einzigartigkeit des subjektes gebunden und seine beschwörung zum primat

erhoben. künftlernamen werden zu markenzeichen und die präsentation von kunst, ob in einer galerie, auf einer auktion oder im staatlich subventionierten museum, zu einer marketingstrategie. der kreative wird nicht wegen seiner intentionen oder eines überragenden talents ausgestellt, sondern aufgrund einer popularität, die er als einzigartige persönlichkeits bereits in der öffentlichkeit durch medienpräsenz erlangt hat. selbst bei nichtkommerziellen biennalen, festivals und marginalen ausstellungen sind primär werke zu sehen, die mit einem bekannten namen verbunden sind und die eine mediale wiedererkennbarkeit garantieren. die nachwuchsförderung orientiert sich dementsprechend an newcomers, die schnelle und anhaltende erfolge versprechen.

die einseitige fixierung auf eine subjektive kunstproduktion und dahingehende fetischisierung des kunstwerkes provoziert seit langem die frage nach tauglichen gegenentwürfen. eine völlige aufgabe der autorenschaft oder virtuelle anonymisierung, wie schon oft von künftlern gefordert oder prognostiziert, hat sich nie durchsetzen können. wer die gegebenheiten der kunstproduktion und -rezeption analysiert, kann feststellen, dass sich mit der moderne immer auch unterschwellig eine relativierung, aber nicht nivellierung des tradierten schöpfungsgedankens abzeichnete. die vorstellung von der kreativen einzigartigkeit äussert sich unter stets anderen umständen in veränderbaren und sich erweiternden kommunikations- bzw. mediensystemen, und seit einiger zeit scheinbar selbstbestimmt in diversen internet-plattformen. dennoch ist die wahrnehmung von kunst überall etwas systemabhängiges, da sie trotz aller ausdifferenzierung und angestrebter autonomie ein fester bestandteil der gesellschaft sowie ihrer mythen bleibt.

die einseitige favorisierung einer künstlerischen selbst-entäusserung, welche sich exklusiv auf namen stützt, kann, aber muss nicht als gesellschaftlich signifikant angesehen werden. der versuch hingegen, das gespenst der einzigartigkeit provokativ zu unterlaufen, ist heute in einer omnipräsenten mediengesellschaft mit einem überangebot an trends und aktoren mehr als in der vergangenheit zum scheitern verurteilt. wer meint, mit gegenläufigen strategien wie dem resampling, dem inszenierten dilettantismus, der entwendung oder umfunktionierung von kanonisierten werken neue wege zu bestreiten, vergisst, dass dahinter stets die handschrift eines kreativen talents oder die eines epigonen ablesbar bleibt und auch indiziert wird. es verwundert daher nicht, dass gezielte copyright-verletzun-

gen und plakative reproduktionen als kunstaktion in der öffentlichkeit geduldet oder als appropriation-art sogar hoch honoriert werden.

das künstler-subjekt kann sich von seiner singulären urheberschaft lösen oder in einem verbund mit anderen in eine multiple bzw. plurale autorenschaft treten, darf jedoch, um wahrgenommen zu werden, auf eine namensgebung, also die geste der subjektivität nicht verzichten. bemühungen um eine ent-individualisierte selbstorganisation im rahmen einer alternativen distribution erreichen bloss wenige interessenten, manchmal nur den engen bekannten- und freundeskreis. kreative leistungen brauchen die breite öffentlichkeit, die reibung mit dem unvorhergesehenen und die persönliche auseinandersetzung mit den ökonomischen zwängen des medien-marktes. das versprechen eines monetären oder kulturellen mehrwerts in der kunst bleibt mit dem versprechen der genialen subjektivität eng verbunden. dass es sich bei diesem versprechen aber um ein blosses gespenst handelt, sollte nicht vergessen werden und vordringlich beunruhigen.