

## Common Creation

Mehrwert für Öffentlichkeiten

© Michael Kröger

Ein Vergleich wirkt wie eine Einladung zum gegenseitigen Weiterdenken. Das macht ihn ebenso charmant wie produktiv. *Vergleiche* operieren im Idealfall wie *Momente*, die einst die *Magie* vergangene mit gegenwärtigen Zeiten in Beziehung setzen. Sie erlösen uns aus heutiger Sicht vom Zwang jeweils Tieferliegendes in der Welt wissen zu wollen und verwandeln Mögliches in ein überzeitliches Erkennen. Ein bekanntes Beispiel lautet: *"Das Auto ist heute das Äquivalent der grossen gotischen Kathedralen"* (Roland Barthes. 1955). Weiter reichende, *vergleichende Erkenntnisse* dieser Art waren in den 50er Jahren des letzten Jahrhunderts noch vergleichsweise selten. Erkenntnistransformationen entstehen - wie häufig im Werk Roland Barthes (1915-1980) - durch unvergleichliche, ungewöhnliche Vergleiche oder aber auch eigensinnige Begriffsprägungen ( etwa *"Punctum"* in: *"Die helle Kammer. Bemerkungen zur Photographie"*) und gehen dann später in ein öffentliches Wissen, genauer gesagt in das Eigentum einer Allgemeinheit über. Ein exklusives Wissen eines/r Einzelnen ist tendenziell zu einem *common good*, zu potentiell aktiven, weiter nutzbaren Kompetenzen für Viele geworden.

>Kunst< als besondere Form eines aktiven, sich schärfenden Wissensformats erscheint heute als ein komplexer Vorschein eines Eigentums, welches erst entsteht, indem ein Moment einer Zeit durch ein Bild/Text ihrer Darstellung kommentiert und auf diese Weise von einer und für eine Öffentlichkeit aktualisiert wird. *Kreativität ist heute das Äquivalent für Veränderungen der Öffentlichkeit* - so könnte man Roland Barthes frühe Intuition heute weiterdenken.

Ein sozialer, weit über die Vergangenheit und Gegenwart hinausreichender Wert von Kunst entsteht durch ihr tief historisch geprägtes Beiwerk. Ihr Markenkern, die Kunst, bleibt jedoch von der Öffentlichkeit innerhalb derer sie verehrt, betrachtet, diskutiert, negiert oder sonst wie beachtet wird, unberührt. Kunst bleibt solange selbst bestimmt, solange sie nicht in ihrem Kern - so unbestimmt sie erscheinen mag - verändert wird und sie sich dabei von ihren Urheberinnen zu entfernen scheint. *"Eigentum entsteht erst, wenn die Kreation vom Publikum wahrgenommen wird, und das ist für mich der Moment der Kunst."* formuliert in diesem Kontext der Medienkünstler Refik Anadol (zit. n.: Merzmensch, *KI -Kunst. Kollaboration von Mensch und Maschine*. Berlin 2023, S. 59).

Zwischen einer Kreation, einem zunächst wie magisch wirkenden Moment eines unbewussten Anfangens und einem später erfahrbaren "Punctum" (Roland Barthes), jenem sich selbst reflektierenden Moment eines bewussten Erkennens, klafft jeweils eine minimale zeitliche Distanz. "Kunstwerke können sich, ohne Verantwortung für weitere Folgen, darauf konzentrieren den Beobachter zu irritieren ... " Diese Aussage Niklas Luhmanns in seiner "Kunst der Gesellschaft" ( S. 479) gegen Ende des XX. Jahrhunderts ist heute im Zeitalter (kunst-)aktivistischer Interventionen längst hinfällig geworden. Gegenwart ist heute ein doppelter Raum, der als Ort der Verantwortung für Zukünftiges und als Zeit der Erinnerung an möglich Gewesenes operiert. "Im Zuge des zunehmenden Zwangs, Originalität als Abweichung zu manifestieren, entdeckt man den Zwang zur Wiederholung" vermutete Luhmann jedoch zurecht. Welche/r Sieger-KünstlerIn von Marcel Duchamp, Joseph Beuys, Cindy Sherman und Gerhard Richter etc. haben sich nicht immer *auch* wiederholt und sich so sehr bewusst ein Markenzeichen zu erschaffen ?

Die Frage, die sich nicht erst jetzt immer drängender stellt, betrifft die heutigen Effekte des Funktionswandels der Betrachtenden, die sich immer mehr in Akteure-, Vermittler-, Insider-, Sammlerinnen und andere Fans, etc. differenzieren und längst eigene, hoch spezialisierte Anspruchsniveaus ausgebildet und ästhetisch kultiviert haben. Noch nie waren gleichzeitig die Erwartungen gegenüber unserer heute möglichen Kreativität so hoch, so speziell und letztlich so erfüll- und unerfüllbar wie heute. Ebenso wie das Medium Kunst ist ihr Gegenüber - das Publikum - zu jenem mächtigen Trigger geworden, der den Kunst- und Kulturbetrieb ständig neu unter Strom setzt und von ihren AkteurInnen Werke und gemeinsame kreative Mehrwerte, *common creatives*, erwartet, die ihr eigenes Operieren noch bewusster und noch differenzierter entstehen und reflektieren lassen.