

Performative Aspekte der Kunst, Wissenschaft und Wirtschaft

Inge Kirsner

Eine Podiumsdiskussion über den „Öffentlichen Auftritt in Kunst, Wissenschaft und Wirtschaft“ am 10. März 2005 in der Akademie Schloss Solitude in Stuttgart

Neugierig war man schon, wie die Kunst, die Wissenschaft und die Wirtschaft persönlich auftreten würden bei einer Veranstaltung, die gerade über den öffentlichen Auftritt dieser drei Disziplinen reflektieren sollte. Welche Performance würde die Kunstdirektorin Barbara Schneider, welche der Medienwissenschaftler Jochen Hörisch und welche der Wirtschaftsanalytiker Claus Noppeney dem Publikum liefern?

Nur wenige Interessierte kamen der Einladung von Akademiedirektor Jean-Baptiste Joly nach – dies lag vielleicht auch an dem so künstlerisch wie unübersichtlich gestalteten Einladungsschreiben, auf dem sich als Rahmen um die Namen der geladenen Gäste einige lange Sätze zum Inhalt des zu Verhandelnden rankten:

„Inwiefern lassen sich durch die Art des (öffentlichen) Auftritts in Kunst, Wissenschaft und Wirtschaft Rückschlüsse auf Wissenskulturen, Traditionen und Auffassungen innerhalb der jeweiligen Arbeitsgebiete ziehen? Die performativen Aspekte des Auftritts und der Rede sind nicht ausschließlich durch sachliche Argumente motiviert. Vermutlich werden gerade im nebensächlichen, in den beiläufigen

Strukturen der Rede und des Auftritts die Traditionen, Wissenskulturen und Auffassungen unterschiedlicher Kulturen erkennbar. Gerade weil solche Regeln und Praktiken sich scheinbar von selbst verstehen, werden sie von den Beteiligten in der Regel unreflektiert umgesetzt. In der Podiumsdiskussion soll mit Vertretern aus den drei Bereichen Entwicklungen und Tendenzen innerhalb dieser Bereiche anhand ihrer performativen Aspekte nachgespürt werden.“

Dies war der erste performative Aspekt der Veranstaltung, die deutlich machen sollte, wie wichtig es ist, genau hinzuschauen bei allem, was uns die Medien so präsentieren. Deutlich wurde bereits im Vorfeld, wie stark das Vertrauen in die gestaltende Kraft des Wortes mitten in unserem Bild- und Medienzeitalter immer noch ist.

Gesittet nahmen alle Teilnehmenden an den Podiums-Tischen Platz; und nur Joly selbst reflektierte während seiner Begrüßungsrede seinen eigenen Auftritt (von dem Begrüßenden wird erwartet, dass er etwas von der Sache versteht, dass er sich kurz fasst und ein retardierendes Moment darstellt, um die Spannung zu erhöhen). Der Moderator Prof. Manfred Eichel, bekannt u. a. durch die Sendung „Aspekte“, jetzt tätig an der Universität der Künste in Berlin, bat Dr. Barbara Steiner, Prof. Dr. Jochen Hörisch und Dr. Claus Noppeney zunächst um kurze Stellungnahmen zum öffentlichen Auftritt ihrer jeweiligen Arbeitsgebiete.

Steiner, Direktorin der Stiftung Galerie für Zeitgenössische Kunst in Leipzig, stellte mit Hilfe einer computergestützten Bildpräsentation drei

künstlerische Projekte vor, Beispiele aus der Architektur, der Objekt- und der Wortkunst, und ihre kundigen Worte ersetzen die Begehung bzw. das haptische Begreifen ihrer Kunstobjekte. Letztere setzten auf Durchlässigkeit, Transparenz, und waren der Anwendungskunst entnommen (Ausstellungsgebäude „White Cube“; eine Art Allzweckröhre für Obdachlose; Werbung in Form einer Drucksache für ein Festival in Leipzig). Alle drei Objekte zeigten, wie Form und Inhalt, Theorie und Praxis vollkommen ineinander übergehen und ästhetisch wie praktisch überzeugen können – wie es auch Steiners Auftritt tat.

Die Kunst sei solches Auftreten immer schon gewohnt, angewiesen auf die Medien, wie es auch die Politik ist, mit der Jochen Hörisch, Medienwissenschaftler an der Universität Mannheim, in seinem Statement ein zweites Feld einführte. Die Wissenschaft – wie auch die Wirtschaft – kannten ein solches öffentliches Auftreten lange Zeit nicht. Albert Einstein war der erste Popstar aus der Wissenschaft, denn es fügte sich (an Zufälle glaubt Jochen Hörisch nicht), dass er 10 Jahre nach der Geburt des Kinos seine Quantentheorie des Lichts vorstellte. Auch die Relativitätstheorie und das Kino passen gut zusammen, dies zeigen schon die ersten Filmbeispiele mit Lumières ein- und ausfahrenden Zügen, die wie eine Illustration der relativen Größen Raum und Zeit wirken. Als zweites Wissenschaftsikon-Beispiel nannte Hörisch Stephen Hawking, der mit der Gleichung „Großer Geist in armseligem Körper“ extrem medienkompatibel sei. Diese zwei Größen illus-

trierten seine Einstiegsthese: Nun wirbt auch die Wissenschaft um mediale Aufmerksamkeit.

Doch nicht jede Wissenschaft passt in den gleichen medialen Rahmen; Wissenschaften, die medienkompatibel (also z.B. filmisch darstellbar) sind, erregen stärker bzw. anders die öffentliche Aufmerksamkeit. Einstein und Schiller (als Sex&Crime-Autor) passen wunderbar ins Medienzeitalter, Adornos „Minima Moralia“ hingegen und Kants „Kritik der reinen Vernunft“ sind nach wie vor auf das klassische Medium Wort angewiesen. Das Projekt Aufklärung sei einfach nicht medientauglich.

Hörisch findet es berechtigt, dass sich die Wissenschaft gegenwärtig öffentlich befragen lassen muss, wie relevant ihre Forschungen und Analysen für heute sind und lobt Medienmenschen wie Peter Sloterdijk, Karl-Heinz Bohrer und Norbert Bolz, die zum Ärger der Gremienwissenschaftler (wie Hörisch die „reinen“ Akademiker im Wissenschaftsgetriebe und mit einem festen Lehrstuhl nennt), neu und medienwirksam über Dinge nachdenken, welche die Wissenschaften als längst geklärt erachtet haben. Medienmacht bedeute dabei häufig zugleich Institutionsohnmacht.

Hörisch vertraut bei aller Kritik auf die selbstreinigende Kraft der medien- und wissenschaftsinternen Vorgänge. Wer nichts in die Waagschale zu werfen habe, fliege auf, auch in den Medien. Die Zeiten seien besser als ihr Ruf.

Noppeney, derzeit Stipendiat des Programms Art, Science & Business an der Akademie, ging in der Sozialgeschichte etwas zurück. Ursprüng-

lich war die Wirtschaft Privatsache und mit ihr verband sich die Vorstellung einer Harmonie zwischen Eigeninteresse und Gemeinwohl. Diese Denkfigur sei zwar immer noch präsent, müsse sich jetzt aber, wo die Wirtschaft in die Bildsphäre der Öffentlichkeit gerückt sei, neu befragen lassen. Die Unternehmen haben Namen und Gesichter erhalten, und zur Illustration dieser These hielt Noppeney etliche Zeitungsausschnitte und – wie Heiligenbildchen aufgemachte – Postkarten mit Personen der Wirtschaft (wie Josef Ackermann) empor.

Die Harmoniefiktion sei passé – und auch in der Wirtschaft müssen Köpfe bei Missgriffen rollen, wenn es auch oft nur Bauernopfer sind.

(Erstaunlich, dass gerade die Wirtschaft, der man eine gewisse Gewieftheit in Verkaufsdingen unterstellt, so wenig medientauglich präsentiert wurde – der von Herrn Noppeney vorgestellte, von der „Allianz“ ausgeliehene große Moderationskoffer, der hauptsächlich Stifte, Reißnägel und Papier enthielt, erhärtete diesen Eindruck.)

In der anschließenden Podiumsdiskussion musste sich Jochen Hörisch die Anfrage gefallen lassen, warum er, der Medienexperte, so völlig ohne Medieneinsatz gearbeitet und allein auf das Wort gesetzt habe; er erklärte dazu, dass 90 % aller Powerpointpräsentationen lediglich das Gesagte wiederholten und deswegen vollkommen redundant seien. In Amerika hingegen würde die antike Tradition des Gesprächs wieder neu gepflegt und die Professoren ließen sich Unterredungen teuer bezahlen. Der Medienwissenschaftler, alles andere als

ein Kulturpessimist, lobt die neuen Medien als Ausdrucksmöglichkeiten, die neben das klassische und weiter unverzichtbare Medium der wörtlichen Rede getreten seien.

Der Eindruck des Abends in der Solitude: Wer die Kunst der freien, überzeugenden und verständlichen Rede beherrscht, macht die beste Werbung für sein jeweiliges Wissensgebiet.