



REALITY_CHECK

GERHARD JOHANN LISCHKA

Der Kulturphilosoph GERHARD JOHANN LISCHKA gilt als Doyen der Medienkunstszene. Er ist Verfasser von Büchern, Autor im „Kunstforum international“, Ausstellungskurator sowie Dozent an internationalen Hochschulen und Akademien. Im Mai ist er zu Gast in Linz und rückt den Kunstbegriff und dessen Wandlung im Medienzeitalter in den Mittelpunkt der Diskussionen. Ausgangspunkt des Workshops sind seine Gespräche mit bedeutenden (Vor)denkern wie Jean Baudrillard, Vilém Flusser, Niklas Luhmann, Siegfried J. Schmidt, Peter Weibel und andere, die soeben auf der DVD „RealityCheck“ erschienen sind.

LECTURE „KUNST UND NICHTKUNST“ Donnerstag, 7. Mai 2009, 19:00
Fabrikantenbüro, Promenade 15, 4020 Linz

WORKSHOP „REALITY_CHECK“ Freitag, 8. Mai 2009, 10:00 bis 13:00
Kunstuni, Hauptplatz 8, Hörsaal 1, 4010 Linz

Anmeldung und Info: www.fabrikanten.at/reality



**KUNST
UND
NICHTKUNST**

Ein Essay von Gerhard Johann Lischka

”

Blicken wir zurück ins System Kunst und gleichzeitig auf ihre Bedeutung für die Gegenwart, stellen wir fest, dass es 1. die Kunst seit etwa 35.000 Jahren (homo sapiens sapiens) gibt und ihre Darstellungsformen absolut vergleichbar geblieben sind, dass sie sich 2. auch heutzutage im Rahmen einer speziellen und spezifischen Aufmerksamkeit bewegt, welche sich der Fantasie, der Verspieltheit, Offenheit und einer gewissen Überzeitlichkeit verdankt.

Auch einer grossen Freiheit des Denkens, ja einer **Überschreitung** des üblich Gegebenen. Womit die Kunst als eine Art von Meta-Raum geradezu meta-chronisch erscheint. Wie sich die Religionen auf ein Jenseits berufen, generiert Kunst ein Jenseits im Diesseits des Bewussten, das uns heute ins Gestern und ins Morgen zugleich versetzt.

Zudem wird alles unternommen, um Kunstwerken einen ihnen entsprechend würdigen oder in öffentlichen Bereichen ausserordentlichen Raum zu schaffen, wo wir sie geniessen, beobachten oder einfach erleben können. Vornehmlich ist das Theater, Museum oder Kino dieser Ort der Begegnung.

Durch die Neuen Medien ist aber auch die Kunst wenn nicht gerade ortlos, **atopisch**, so doch an Interfaces wie ehemals die Plastik und Malerei, dann die Schrift und das Buch, schliesslich an Lautsprecher, Bildschirme, Projektionen und Algorithmen gebunden.

Ist in den Alten Medien offensichtlich, durch Übereinkunft definiert, was Kunst ist, als Kunst akzeptiert wurde, verhält es sich mit der Kunst, die (ehemals) als Avantgarde bezeichnet wurde, gerade gegenteilig. Wurden durch die Neuen Medien und einen erweiterten Kunstbegriff die Schleusen der Kunst (der Künste) total geöffnet, wird es auch immer schwieriger Grenzen der Kunst abzustecken, wir befinden uns im **Chaos** Kunst. Doch nach langwierigen Prozessen der Zuordnung und Filterung tauchen wiederum Werke in der Kunst auf, die zunächst in kleinerem Kreise, schliesslich allgemein Anerkennung erlangen. Sie haben es verstanden Qualität und Wertvorstellungen durch die Wirren der Zeit in die Zukunft zu transportieren.

Hier haben die Alten und die Neuen Medien wie selbstverständlich Platz neben-

und miteinander, denn es geht um die Gestaltung der Form, die in welchem Medium auch immer den Inhalt kreiert. Die Allerweltsformel „Inhalt und Form“ wird durch den überwältigenden Erfolg der Mediatisierung, der Reality, zur neuen Formel „Medium und Form“ umgewandelt, aber nicht zur Beschwörung „Das Medium ist die Botschaft“. Denn in diesem Moment hätte das Medium den Inhalt Form nicht mehr nötig. Schliesslich bildet sich Form gerade durch das freie Flottieren in den Medien und garantiert dadurch die (nicht-dualistische) jeweilige Unifizierung als **Akt** von Produktion, Projektion und Rezeption, der jeder Wahrnehmung zugrunde liegt.

An der Gestaltung von **Formen** in Medien erkennen wir auch, respektive lernen wir erkennen, was Kunst und was Nicht Kunst unterscheidet. Nämlich, dass es um Ideen geht, die zu einer gewissen Zeit in adäquaten Medien ihren zeittypischen aber auch überzeitlichen Ausdruck gefunden haben oder finden werden. Der Unterschied liegt demnach in einer Form, die das Medium in seinen Qualitäten zu sich bringt und nicht im Medium, das als solches bereits eine Form ist. Denn das Medium als Form ist schlicht ein Klischee und als solches bestimmt die übliche Erscheinungsweise des jeweiligen Mediums, also eine Botschaft ohne Inhalt.

Es ist verführerisch zu denken, dass jede/r Kunst machen könne, denn bestimmt hat jede/r irgendwelche Fähigkeiten zur ästhetischen Gestaltung. Dafür sprechen bereits die von jeder/m wahrgenommenen Traumbilder, die ein Gradmesser für überraschende Erscheinungsweisen sind. Ihnen fehlt aber der Bezug zur jeweiligen Ausdrucksform des **Gesellschaftlichen**, das einem kollektiven Empfinden entspringt – sowohl individuell als auch massenspezifisch konstruiert ist/wird.

In unserer mental bestimmten Gesellschaft wird eine unglaubliche Fülle an Formen generiert, die von **Kreativität** sprechen, aber nur mediales Aufscheinen sind. Werbung und Design als zweckgerichtete und –gebundene Oberflächen im unendlichen Display des Kommerzes. Weil auch viel Kunst sich als Anbiederung an den Kommerz nicht von diesen reinen Oberflächen unterscheiden lässt, glauben viele Gestalter

sie seien Künstler oder werden für solche gehalten. Aber Kunst wird sich nur dann zeigen, wenn sich die Form immer wieder erneut erschliessen lässt.

Die Frage wo die Kunst beginnt und die Nicht-Kunst aufhört oder vice versa stellt sich nicht so sehr in Bezug auf die Alten Medien, da in ihnen ohne ein langwieriges Erlernen und Beherrschen der entsprechenden Techniken keine Kunst zustande kommt. Das ist in den **Neuen Medien** auch der Fall, scheint aber durch die inhärente raffinierte Technik nicht mehr notwendig zu sein. Hier ist die Schwierigkeit, wenn das Können vorhanden ist: Was stellt man dar, um eine Aussage gemacht zu haben, wenn bereits etwas auf dem Bildschirm ist, wenn die Apparate eingeschaltet sind?

Aber bei den Alten wie bei den Neuen Medien braucht es viel Zeit, Geduld, Gedanken, Ideen und Hingabe um Formen zu finden, die eine wertvolle Darstellung und Aussage zur Zeit sind. Die Welt ist immer schon beschrieben. Sie den Umständen entsprechend umzuschreiben und beschreibbar zu erhalten, ist die Kunst, in welchem Medium sie auch die adäquaten Formen findet. Um diese Formen lesen, hören, sehen, verstehen und begreifen zu können, müssen wir uns wie bei allem Wahrnehmen der **Komplexität** und Kontingenz der Welt – im jeweiligen Teilbereich der Künste- diejenigen Kenntnisse angeeignet haben, die uns zu Dialogpartnern machen, wodurch wir polylogisch werden. Nur so kommen wir auf der Ebene der globalen Kunst in den Genuss sinnlicher Wahrnehmung und Erkenntnis.

”

Bibliografie - eine Auswahl.

RealityCheck Mental_Clips, DVD, Bern 2009. **SuperSurFace** Die reine Oberfläche der Kommunikation, Bern 2008. **Zapping Zone**, Bern 2007. **Act! Handlungsformen in Kunst und Politik** (mit Peter Weibel), Bern 2004. **Die Medien der Kunst _ Die Kunst der Medien** (mit Peter Weibel), Bern 2004.

LABOR FÜR KOMMUNIKATIONSKULTUR

DIE FABRIKANTEN sind ein Kulturunternehmen, das sich bei Auftragsarbeiten mit strategischer Kommunikationsgestaltung und bei Kunstprojekten mit Kommunikationskultur beschäftigt.

DIE FABRIKANTEN PROMENADE 15 A-4020 LINZ AUSTRIA +43 (0)732 795 684 - 0 WWW.FABRIKANTEN.AT

ANMELDUNG BIS 4. MAI 2009 UNBEDINGT ERFORDERLICH

LECTURE „KUNST UND NICHTKUNST“

7. Mai 2009, 19:00 Uhr, Fabrikantenbüro

Vortrag von Gerhard Johann Lischka, Eintritt frei, Anmeldung erforderlich.

Infos und Anmeldung: www.fabrikanten.at/reality

WORKSHOP „REALITY_CHECK“

8. Mai 2009, 10:00 bis 13:00 Uhr, Kunstuniversität

Seminarbeitrag: 25,- Euro (Kunstuni StudentInnen 100% Ermäßigung)

Die Anmeldung ist erst nach Erhalt einer Bestätigungsemail gültig (nach Einlangen des Beitrages auf unser Konto). Bei Stornierung (ohne Nennung eines Ersatzteilnehmers) muss die volle Teilnahmegebühr einbehalten werden. Achtung: begrenzte TeilnehmerInnenzahl, Anmeldung unbedingt erforderlich unter www.fabrikanten.at/reality

gefördert von:

Partner:

unterstützt von:

Medienpartner:

Linz
verändert



bm:uk



coop.: kunst universität linz

JOHANNES KEPLER UNIVERSITÄT LINZ & SCHAUBEN

Impressum: Kommunikationskultur - Das Magazin von Die Fabrikanten
Herausgeber: Die Fabrikanten, Promenade 15, 4020 Linz, Austria
labor@fabrikanten.at, www.fabrikanten.at, +43 (0)732 795 684 0;
Text: Gerhard Johann Lischka, Andrea Rammer.
Fotos: © Gerhard Johann Lischka

DIE FABRIKANTEN
www.fabrikanten.at