

Boris Groys

## Die Lehre des Diogenes

oder Von der Umwertung der Werte

*Seit der Moderne sind Innovation oder das Neue als feste Bestandteile in die Vorstellung von künstlerischer Kreativität und Qualität integriert. Doch scheint es nun, im Zeitalter der Postmoderne, als sei der Bereich des Neuen restlos ausgeschöpft, als seien die Künstler, gleich welcher Sparte, mit ihren Innovationen an einem Endpunkt angelangt. In der Musik sind ebenso Materialerschöpfung – nicht zuletzt durch eine bis an die äußersten Grenzen des Geräusches getriebene Materialerweiterung – zu beobachten wie eine tendenzielle Umwertung oder sogar eine Auflösung traditioneller ästhetischer Begriffe. Am nachhaltigsten scheint davon der des Musikwerkes als ästhetische Kategorie in seiner klassischen Ausprägung betroffen, wie er bis in die Jahrhundertmitte uneingeschränkt auch für die musikalische Moderne Gültigkeit hatte: Die Intention vom »Werk« als einem in sich schlüssigen, detailliert notierten musikalischen Gebilde, das authentisch oder analog immer wieder reproduzierbar ist. Mit einer ästhetischen Neubestimmung oder gar einer Auflösung des musikalischen »Werkes« sind nicht zuletzt Änderungen für Voraussetzung und Qualität musikalischer Wahrnehmung und Rezeption verbunden.*

*Auflösungstendenzen setzen in den 50er Jahren ein: mit dem Auseinanderklaffen von Komponiertem und Wahrnehmbarem in der seriellen Musik, durch die Konfrontation der europäischen Moderne mit der von Zufall und Unbestimmtheit geprägten Musikästhetik und – praxis John Cages, setzen sich fort in der Improvisations- und Konzeptkunst der 60er Jahre, in der Performance-Kunst von Fluxus, im Spätwerk Luigi Nonos, in den Klanginstallationen und vom Zufall bestimmten Instrumentalmusiken der 80er/90er Jahre.*

*Dennoch ist der kulturelle Prozeß ohne Innovation nicht denkbar. Der russische Philosoph Boris Groys entwickelte in seinem vielbeachteten Buch Über das Neue das provozierende Schlagwort von der »Kulturökonomie« für mögliche Energien, den kulturellen Prozeß in Gang zu halten. Über die Konsequenzen für den kulturellen Prozeß wie für die einzelnen Künste – wegen seiner intensiven*

*Auseinandersetzung mit bildender Kunst stammen Beispiele vor allem aus diesem Bereich – befragte ihn die Journalistin Annette Siffrin.*

**Je mehr eine Zivilisation imstande ist, das Alte zu bewahren, desto wichtiger wird es, etwas Neues zu produzieren.**

**A.S.** Woher nimmt die Innovation im 20. Jahrhundert ihren Stellenwert? Immer wieder werden im Bereich der Kultur Neuerungen gefordert, eine Forderung, die gleichzeitig schon einen Qualitätsbegriff beinhaltet.

**B.G.** Das ist richtig. Das sind im Grunde zwei unterschiedliche Fragen, die aber zusammenfinden. Das Interesse für die Innovation beginnt mit der Verbreitung der Möglichkeit zur Konservierung des Alten. Je mehr eine Zivilisation imstande ist, das Alte zu bewahren, zu reproduzieren und zu verbreiten, desto wichtiger wird es, etwas Neues zu produzieren. Und gerade im 19. Jahrhundert hat diese Aufbewahrung und Verbreitung immense Fortschritte gemacht. In den europäischen Museen wurde praktisch alles aufgehoben, was in der Weltgeschichte produziert worden war und man hat Bibliotheken geschaffen, die eine Weltliteratur präsentiert haben. Gleichzeitig verbreitet sich die Kultur und die Zivilisation durch die Medien, vor allem durch die Printmedien. So entsteht am Ende des 19. Jahrhunderts die Situation einer Sättigung mit dem Alten. Man steht tatsächlich vor dem Problem, wie man die Kultur weiter macht. Weiter kann Kultur dann nur innovativ gemacht werden.

Nur ist es so, daß man eine gewisse Rechtfertigung dazu braucht. Also um die Innovation nicht nur als solche zu akzeptieren sondern sozusagen als einen oberen Wert, braucht man eine zusätzliche äußerliche Referenz und das, was wir Realität nennen, das ist diese zusätzliche äußerliche Referenz. Das heißt, das Alte hat genausoviel Realität wie das Neue oder ist genauso eine Fiktion wie das Neue. Aber, um sich durchzusetzen, mußte das Neue vom Alten behaupten, es handele sich lediglich um eine Fiktion und bei dem Neuen hingegen um Realität. Realität ist in diesem Sinne die Realität der nicht valorisierten, das heißt nicht kanonisierten Positionen. Man hat am Anfang des Jahrhunderts gesagt: ihr in den Museen und Bibliotheken präsentiert die alten Fiktionen, wir repräsentieren die gesellschaftliche Realität etwa der unterdrückten Klassen oder der anderen Völker oder der Ausgestoßenen jeder Art oder was auch immer. Das heißt die Realität ist ein Schlagwort und hat eine legitimierende Funktion für das Neue.

**Marktwirtschaft ist kein Antrieb für die Innovation.  
Marktwirtschaft fördert nur das Tautologische.**

**A.S.** Der Untertitel Ihres Buches lautet ja *Versuch einer Kulturökonomie*. Das klingt nach einem Hinweis auf marktwirtschaftliche Prinzipien: das Neue als ständiger Wandel, als Möglichkeit, Kultur zu konsumieren.

**B.G.** Das muß man differenzieren. Ich stelle mir die Frage, wie das Neue funktioniert in dem Augenblick, an dem wir den Glauben an die Realität verloren haben. An dem wir den Glauben verloren haben, daß uns das Neue mehr über die Realität sagt als das Alte. Und ich denke schon, daß wir diesen Glauben verloren haben. Zumindest

ich habe diesen Glauben verloren.

Jetzt stellt sich für mich die Frage, ob das Neue auch ohne die Legitimation durch die Realität einen Wert bekommen könnte und das ist für mich eine ökonomische Frage. Die Frage nach dem Wert ist eine ökonomische Frage. Was ich unter Kulturökonomie verstehe ist etwas ganz anderes und entgegengesetztes als das, was man unter Marktwirtschaft versteht. Marktwirtschaft fördert nicht die Innovation, sie fördert die Tautologie. Wenn man z.B. das Fernsehen anguckt, da gibt es zweitausend Folgen der gleichen Serie. Und das ist kommerziell, weil konsumieren auch verbrauchen bedeutet, d.h. zerstören. Der Konsum ist eine Form der Zerstörung. Und da der Konsum eine Form der Zerstörung ist, braucht man nichts Neues. Man braucht etwas Neues nur dann, wenn man die Dinge nicht konsumiert, nicht verbraucht und einen Ort hat, wo sie aufbewahrt bleiben. Und das sind die Museen, die Bibliotheken, die Archive für das, was wir hohe Kultur nennen. Die Marktwirtschaft ist kein Antrieb für die Innovation. Marktwirtschaft fördert nur das Tautologische.

**A.S.** Wie ist Ihr Begriff einer Kulturökonomie dann zu verstehen?

**B.G.** Der Begriff ist so zu verstehen, daß wir die kompensatorischen Mechanismen der Aufbewahrung, des Gedächtnisses geschaffen haben und zwar des codifizierten und unpersönlichen Gedächtnisses. Das Gedächtnis ist heute völlig losgelöst von der Subjektivität. Wir haben ein mediales Gedächtnis. Und dieses autonome Gedächtnis hat seine eigene Ökonomie. Das bedeutet, daß alles, was in diesem Gedächtnis nicht aufbewahrt wird, für dieses Gedächtnis einen Wert hat. Wenn ich zum Beispiel merke – wie Duchamp das gemacht hat –, daß ein Pissoir nicht codifiziert worden war, nicht angenommen war, dann bekommt dieses Pissoir durch diese Tatsache einen Wert. Und zwar einen Wert, der eben kein marktwirtschaftlicher Konsumwert ist. Als Konsumwert wird das Pissoir in der Toilette benutzt und hat auch da einen gewissen Preis. Das Pissoir von Duchamp hingegen hat einen anderen Preis in einer anderen Ökonomie. Und diese andere Ökonomie bezeichne ich mit Kulturökonomie.

Das ist sicherlich eine Erweiterung, aber auch eine Polemik wider die allgemeine Ökonomie oder wider die Ökonomie im Sinne Batailles. Bataille gründet diesen Begriff der allgemeinen Ökonomie immer noch auf die Vorstellung der Realität, daß vielleicht nicht die Subjektivität dieses Gedächtnis trägt, zumindest aber das Unbewußte. Ich glaube hingegen, daß dieses Gedächtnis überhaupt keinen Träger hat, weder bewußt noch unbewußt, sondern es entfaltet sich rein medial und losgelöst von jeder substantiellen Dimension überhaupt. Und diese Vermutung liegt hier zugrunde. Alle anderen Theorien von heute, z. B. Derrida, Baudrillard usw., sie sind alle »post-bataille« und sie verschieben diese Basis des Gedächtnisses vom Bewußtsein auf das Unbewußte. Aber damit ist nichts gewonnen für mich, weil die Vermutung eines fiktiven Trägers bleibt. Ich weiß nicht, was das Unbewußte ist und ich weiß nicht, was das Bewußtsein ist. Ich weiß aber ganz genau, was zur Infrastruktur eines Archivs gehört und was das alles kostet. Ich versuche damit, das alles aus einem fiktiven Bereich in den Bereich des materiellen, aber gleichzeitig dann nicht mehr substantiellen reellen Trägers zu übertragen.

**Diese Umwertung der Werte ist eine ökonomische Operation und eine generelle Form des Umtausches von einem Träger auf den**

**anderen.**

**A.S.** Welchen Stellenwert und welche Bedeutung hat für Sie dieser Prozeß der Umwertung der Werte?

**B.G.** Die Umwertung der Werte wurde ja von Nietzsche gedacht als eine einmalige geschichtliche Operation, die eben das Bewußte gegen das Unbewußte als allgemeinen Träger der Kultur und des historischen Gedächtnisses vertauscht.

Ich meine aber, daß diese Umwertung der Werte eine ökonomische Operation ist und eine generelle Form des Umtausches von einem Träger auf den anderen. Es sind nicht nur zwei fiktive Träger, das Bewußtsein und das Unbewußte, die vertauscht wurden, so daß dann eine neue metaphysische Ära anbricht, die eine Ewigkeit dauert. Sondern ich gehe davon aus, daß wir ständig diese Träger wechseln. Zum Beispiel tauschen wir das Museum gegen die Medien und die Medien wiederum gegen etwas anderes und jedes Mal haben wir diese Umwertung der Werte. Das bezieht sich aber immer noch auf das Gedächtnis-Problem, also das Problem der Aufbewahrung jenseits der Endlichkeit des Konsums.

**A.S.** Nun gibt es aber Kunstwerke, die sich dieser Aufbewahrung entziehen, die für eine bestimmte Situation geschaffen wurden und abseits dieser Situation ihre Authentizität verlieren.

**B.G.** Das ist eine Illusion. Was passiert, ist nicht, daß sich ein Werk der Aufbewahrung entzieht, sondern daß hier eine Umwertung der Werte vollzogen wird. Der Träger wird umgetauscht. Wenn ein Künstler statt eines Bildes eine Aktion produziert, dann vertauscht er das Medium Museum gegen das Medium Schrifttum oder Kommentar. Er schafft ein Werk im Grunde als eine Notiz, als eine Erinnerung oder eine Dokumentation. Und diese Dokumentation kann ja auch unbegrenzt reproduziert werden im Unterschied zu einem Bild, das im Museum hängt, endlich ist, dort vielleicht zerstört wird und am Ende verschwindet. Das heißt, die Werke, die angeblich sich der Aufbewahrung entziehen, setzen auf eine längere Aufbewahrung in einem anderen Medium.

Das Vorbild kann man schon finden bei den griechischen Philosophen der Antike. Da haben wir auf der einen Seite Autoren wie Platon, die alles aufschreiben. Auf der anderen Seite begegnen wir Leuten wie Diogenes, die in einer Tonne sitzen und am Tage mit einer Laterne umhergehen und den Menschen suchen. Das ist ja praktisch Aktionskunst und kommt einer Performance im Sinne der Sechziger Jahre gleich. Die ganze Kunst von heute spiegelt weitgehend die Situation in Athen des 6. – 5. Jahrhunderts in einem anderen Medium. Wir haben einen geometrischen Kanon, der eindeutig platonischen Ursprungs ist und auf der anderen Seite eine skeptische, zynische Gegenbewegung. Die Kultur heute spiegelt die antike Konfiguration. Und wir wissen heute, daß die Geschichte von Diogenes genauso gut tradiert worden ist wie die Geschichte Platons, vielleicht sogar besser.

Das ist alles Illusion, wenn ein Künstler sagt, daß er sich irgendetwas entziehen will. Er setzt ganz umgekehrt auf eine verlängerte Ewigkeit.

**A.S.** Demnach wäre es auch verfehlt, im Zusammenhang mit dem ständigen Wandel der Ausdrucksformen von Moden zu sprechen.

**B.G.** Die Moden sind ja im Bereich des Konsums angesiedelt. Moden ändern sich nicht. Sie rekombinieren nur eine Anzahl der Zeichen. Wir haben beispielsweise eine Serie von etwa zweitausend Folgen von *Dallas*. In der zweitausendsten Folge hat jeder mit jedem geschlafen, jeder hat jeden umgebracht und doch hat irgendwie jeder überlebt. Und genauso ist es mit der Mode. Der Bereich der Mode hat mit Erneuerung überhaupt nichts zutun.

Die Innovation ist nur dort wichtig, wo ein gewisser Kanon, ein gewisses Medium durch eine gesellschaftliche Konvention, die hochpolitisch ist und im staatlichen Auftrag der Gesellschaft aufgezogen, wo diese fremde, unterdrückende Konvention das Leben von irgendetwas künstlich verlängert. Dann tritt eine Reaktion dagegen von Seiten der Innovation oder der Avantgarde ein. Weil unsere Museen und Archive staatliche Einrichtungen sind. Wenn sich unsere Gesellschaft frei äußern könnte, hätte sie diese Museen und Archive längst umgewandelt in Kulturzentren und dann wäre schon die ganze Ökonomie weg. Das hat mit Konsum wirklich nichts zu tun.

Das hat mit Zwang, Politik und Religion zu tun. Die Kunst hat wirklich schon viel von den religiösen Funktionen übernommen. Ich schreibe in meinem Buch darüber, daß wir das Bild des leidenden Christus ersetzt haben. Früher haben wir alle möglichen Torturen dargestellt in den Bildern, denen Christus unterworfen war, und heute ist der Anblick in unseren Museen die Beschreibung aller möglichen Torturen, die der Kunstbegriff ertragen soll. Das Bild wird zerrissen, angesengt, unsinnig bekleckert usw.. Das ist eine Tortur am Kunstbegriff, am Bild. Das ist eine extrem religiöse Handlung.

**A.S.** Besteht innerhalb der kulturökonomischen Werte eine Hierarchie?

**B.G.** Ja, ganz bestimmt. Diese Hierarchie ist immer präsent. Man kann sie nicht abschaffen, genausowenig wie man sie legitimieren kann.

**A.S.** Auch nicht durch die vorgenommene permanente Umwertung?

**B.G.** Nein. Sie führt nur zu einer Wertsteigerung. So meinen zur Zeit alle, daß Duchamps *Pissier* das Wertvollste ist, was es überhaupt gibt. Die Hierarchie ist immer da, sie ist nicht abzuschaffen, weder in Form ihrer Zerstörung noch in Form ihrer Legitimierung. Wir können nicht beweisen, daß die Hierarchie der Natur oder der Realität entspricht, genausowenig wie wir das Gegenteil beweisen können. Beide Beweise sind grundsätzlich unmöglich. Und wir sind Gefangene der Hierarchien, denen wir nicht entkommen können. Wir können nur uns anders plazieren in dieser Hierarchie, entweder von oben nach unten oder umgekehrt.

**A.S.** Ein konkretes Beispiel. Nehmen wir Chagall oder Miró, Kunst also, die in jedem Postershop präsent ist. Kein Eingeweihter kniet mehr vor dieser Kunst. Halten Sie es für möglich, daß sich diese Haltung in vielleicht zwanzig Jahren in ihr Gegenteil

verkehrt?

**B.G.** Daran besteht überhaupt kein Zweifel, daß alle Künstler die heute als Massenware gehandelt werden, etwa Miró oder auch Picasso, daß diese Künstler in zehn oder zwanzig Jahren wieder hochgejubelt werden und man kann schon ahnen, warum.

**A.S.** Warum?

**B.G.** Weil das Leben sich irgendwie verschiebt und unser System weitgehend nicht mehr die Verbreitung des einzelnen Werks gewährleisten kann. Ich bin völlig davon überzeugt, daß sich das Interesse wieder jenen Künstlern zuwenden wird, die sich selbst reproduzieren können und zwar massenweise. Das, was heute Miró und Picasso abwertet als Künstler, wird sie aufwerten als Strategen. Weil sie einen Modus gefunden haben, sich selbst zu verbreiten. Sie haben eine Technologie erfunden, die ihnen erlaubt hat, sich selbst unendlich zu reproduzieren wie eine Maschine.

Überhaupt, man soll die technologische Seite nicht außer acht lassen. Das 20. Jahrhundert ist das Jahrhundert der Schnelligkeit. Das Ready-Made-Verfahren ist genauso schnell wie die Atombombe oder ein Computer. Andy Warhol hat gesagt, jedes Bild, das sich nicht in zwei Minuten produzieren läßt, ist ein schlechtes Bild. Da beginnt die technologische Produktionsweise.

**A.S.** Wobei aber Duchamp und Warhol Einzelercheinungen sind. Es macht keinen Sinn, sie zu kopieren.

**B.G.** Man kann sie nicht kopieren als Künstler. Aber man kann ihre Strategien und Technologien kopieren und verändern. So hatte Warhol Dalí als Vorbild und man kann schon sagen, daß er ein völlig anderer Künstler war als Dalí. Aber er hat von dessen Technologie und Strategie sehr viel übernommen.

**Kreativität ist eine Fiktion, die die Innovation dezimieren soll. Es gibt keine Kreativität.**

**A.S.** Aber wo bleibt bei diesem Denkmodell das Moment der Kreativität, wenn sich ein Kulturschaffender darauf beschränkt, Vorhandenes zu übernehmen und umzuwerten?

**B.S.** Die Kreativität ist ein pseudoreligiöser Begriff wie die Realität beispielsweise. Kreativität ist eine Fiktion, die die Innovation dezimieren soll. Es gibt keine Kreativität. Der Begriff ist abgeleitet vom unreflektierten Christentum. Man geht davon aus, daß Gott aus dem Nichts etwas geschaffen hat, und jetzt muß man das Gleiche machen. Aber zum Schaffen aus dem Nichts war Gott wahrscheinlich nicht imstande und wir Sterblichen um so weniger. Das einzige, wozu wir fähig sind, ist umzuwerten und ökonomisch innovativ zu handeln. Das ist schon viel. Und dazu sind nur wenige imstande.

**A.S.** Also bleibt trotz alledem der Genie-Status erhalten.

**B.G.** Der Genie-Status ist eine Erfindung der deutschen Romantik, die wiederum aus einem Bedürfnis entstanden ist wie die ganze deutsche Philosophie – um etwas zu rechtfertigen, was die anderen gar nicht rechtfertigen wollten. Kant hat beobachtet, daß in Frankreich und in England etwas Schreckliches passiert. Er wollte das nach Deutschland bringen und eine Legitimierung dazu finden. Und das war eben die ›innere Natur‹. Und diese ›innere Natur‹, die in der Zeit weder für die englische noch für die französische Philosophie eine Rolle gespielt hat, die war eine Legitimierung des Genie-Kults und, und, und...

Ich glaube aber nicht, daß wir diese Legitimierung überhaupt brauchen. Dieses ganze System des Denkens mit Authentizität und Kreativität und innerer Natur und innerer Notwendigkeit und Realität usw. ist weder wahr noch notwendig. Das ist überflüssiges Zeug.

**A.S.** Was tritt dann an die Stelle? Die äußeren Zeichen des Geniekults sind ja noch vorhanden?

**B.G.** Ja genau. Man soll sie auch nicht bekämpfen, denn sie haben ihren eigenen Reiz. Das wäre genauso dumm wie die Kirchen zu sprengen. Man soll das respektvoll und mit Begeisterung beobachten, sich der eigenen Meinung aber enthalten. Man ist weder dafür noch dagegen und kann nur bewundern, was die anderen machen. Aber ich mache das nicht selbst. Ich bin zwar davon entzückt aber nicht überzeugt.

### **Der bessere Künstler ist der, der eine bessere Technologie erfunden hat.**

A.S. Wie ist die Flut von kulturellen Werken zu erklären, die zur Zeit produziert wird?

B.G. Da ist dieser Überfluß an Produktion und es ist eine interessante Frage, wer besser ist und wer schlechter ist. Und was man auch immer sagt – der bessere ist der, der eine bessere Technologie erfunden hat. Wir leben in einer technologischen Gesellschaft. Alle sozialen und psychologischen Thesen erklären eigentlich nichts. Das einzige, was wirklich funktioniert, ist die innovative Erfindung eines neuen Mediums der Verbreitung und Reproduktion. Das ist wichtig, weil es auch anderen Menschen diese Möglichkeit eröffnet. Die Innovation endet nicht mit ihrem Erfinder. Insofern sind die Künstler wirklich wichtig für die Gesellschaft. Wenige können einen Mercedes erfinden aber viele können ihn fahren. So ist das auch in der Kunst.

A.S. Daraus entsteht dann ein Heer von Epigonen...

B.G. Was heißt Epigonen? Wenn ich in dieser Gesellschaft überlebt habe, ist es mir doch egal, ob ich ein Epigone bin oder nicht. Der Epigone ist auch ein religiöser Begriff. Er setzt voraus, daß es eine historisch übergreifende Position gibt und aus dieser Position heraus kann das Epigonenhafte definiert werden. Erstens haben wir keinen Überblick über das, was die anderen machen. Zweitens interessiert es uns immer weniger. Die heutige Kultur ist extrem narzißtisch weil keiner weiß, was der

andere denkt. Die Verbreitung der Medien führt zu einer totalen Unkenntnis im Publikum. Jeder Künstler oder Intellektuelle von heute produziert gleichzeitig für sehr unterschiedliche gesellschaftliche Schichten, für unterschiedliche Länder, potentiell für die Medien als solche, potentiell für etwas völlig Anonymes. In dieser Situation kann man weder Regeln bestätigen noch diese Regeln brechen, weder Avantgardist sein noch ein Klassiker. Das alles funktioniert nicht mehr.

Ich sehe mich hingegen als ein Pissoir von Duchamp zum Beispiel, als ein ready made, und ich stelle mich selbst aus. Wie die anderen auf mich reagieren, davon habe ich keine Ahnung. Was mich betrifft – ich komme aus Rußland. Ich habe keine Ahnung, was die Deutschen überhaupt denken oder die Franzosen oder die Amerikaner. Inzwischen weiß ich nicht einmal mehr, was die Russen denken. Ich stelle mich aus und warte, ob es jemanden gefällt, mich anzusehen.

**Die Kunst der Performance etwa zeigt, daß Künstler schon damit rechnen, daß eine Fußnote oder eine Erwähnung in einem Text besser funktioniert als die Aufbewahrung eines Werks in einem Museum.**

A.S. Dabei sollte man doch annehmen, daß aufgrund der medialen Vernetzung jeder vom anderen weiß, was er denkt.

B.G. Überhaupt nicht. Man weiß weniger und weniger. Weil man mit dem anderen Menschen direkt überhaupt nicht konfrontiert wird. Man wird nur konfrontiert mit einem System von völlig anonymen Anforderungen. Es gibt eine Summe technischer Anforderungen und es gibt eine Technologie, die ich für mich entwickelt habe, diesen Anforderungen gerecht zu werden.

A.S. Um aber noch einmal auf die Epigonen zurückzukommen – die Vielzahl, in der kulturelle Werke produziert werden, ist das nicht ein Angriff auf die Archive und deren Kapazität und damit auf das kulturelle Gedächtnis?

B.G. Ja, bestimmt. Ich glaube, daß man sich selbst reproduziert. Ich bin völlig davon überzeugt, daß von der ganzen Avantgarde nur die Tatsache übrig bleibt, das sich van Gogh ein Ohr abgeschnitten hat. Die Künstler haben diese Entwicklung inzwischen schon bemerkt. Diese Kunst der Performance etwa zeigt, daß sie schon damit rechnen, daß eine Fußnote oder eine Erwähnung in einem Text besser funktioniert als die Aufbewahrung eines Werks in einem Museum. Es ist kein Zufall, daß sehr viele im digitalen oder Video-Bereich arbeiten. Das heißt, sie trauen den Archiven schon jetzt nicht mehr, sondern sie versuchen, sich selbst zu reproduzieren und zu verbreiten wie Heuschrecken oder wie Krebszellen. Es geht darum, einen Mechanismus der Selbstreproduktion, der Autopoesie zu erfinden. Diese autopoetischen Systeme werden zu einem Zeichen unserer Zeit.

Viele sagen, daß die Kunst von heute nicht innovativ ist. Ich würde sagen, wir leben in der innovativsten Periode überhaupt, weil wir Abschied nehmen von einer Institution. Und das ist das Museum als die Institution, die die kontinuierliche ästhetische Entwicklung der letzten zwei Jahrhunderte garantiert hat. Wir betreten ein Territorium,



wo diese Garantie im Grunde genommen entfällt.

Die Musik entwickelt sich genau in die umgekehrte Richtung. Die Musik ist eine verspätete Kunst. Die Innovation in der Musik beginnt mit der Entwicklung der Schallplattenproduktion. Nach wie vor ist die Musik stockkonservativ und ein Teil des Konsums. So, wie man zweitausend Folgen von *Dallas* sieht, kann man zweitausend Aufführungen eines Werks erleben. Mit der Entwicklung der Plattenindustrie tritt Musik in das Zeitalter der Moderne. Jetzt wird die Musik mit einer Problematik konfrontiert, mit der die Kunst schon in der Zeit der Renaissance konfrontiert war und das Schrifttum schon in der Zeit Platons eben.

**A.S.** Wir haben es also demnächst mit einer Umwertung des Archivs zu tun.

**B.G.** Ja, aber das Archiv wird sich auch nicht ändern. Was sich ändert, ist allenfalls der Träger. Das wird nicht das Museum, sondern eine Legende sein – wie etwa die über van Gogh. Aber diese Legende wird auch codifiziert, tradiert, archiviert, auf eine spezifische Art und Weise. Wir wissen nicht, auf welche. Wir sind jetzt konfrontiert mit diesem ›Information High Way‹ und das ist klar, was das Archiv sein wird. Das ist die Datenbank von diesem ›Information High Way‹. Das ist das Archiv des 21. Jahrhunderts. Alle anderen werden abgeschafft, weil sie nicht haltbar sind. Alles wird digitalisiert und dieser Datenbank zugeführt. Und Musik läßt sich ganz gut digitalisieren. Um sie steht es nicht schlecht.

**A.S.** Was motiviert diesen Prozeß der Umwertung, von dem nun schon die ganze Zeit die Rede ist?

**B.G.** Nichts. Eben das ist die falsche Frage. Wenn wir diese Frage stellen, dann erzeugen wir wieder diese Gespenster der Realität, des Glaubens, des Unbewußten und den ganzen anderen Quatsch. Das Prinzip der Umwertung ist eine kalt anonyme Logik, die sich dadurch entfaltet, daß wir alle endlich und materiell sind. Das ist sozusagen die Bedingung unseres Todes. Generell kann man sagen: das ist die Logik des Todes. Wir sind ein Teil des Todes. Und dieser Teil des Todes funktioniert eben so.

**A.S.** Aber Kunst ist doch gedacht als Mittel, den Tod zu überwinden und Unsterblichkeit zu erlangen.

**B.G.** Ja, genau. Aber nur als Leiche. Unsterblich kann nur eine Leiche sein. Das haben uns die Ägypter gezeigt. Damit man den Tod überlebt, muß man sich umbringen. Das ist die Logik der ägyptischen Kultur. Man muß aus sich selbst eine Leiche machen, dann kann man den Tod überdauern, dann verwest man nicht. Die Kunst kämpft nicht gegen den Tod, sondern gegen die Verwesung. Man muß ja sehr schnell die Leiche balsamieren, damit sie hält. Je schneller man sich selbst umbringt und balsamieren läßt, desto später kommt die Verwesung. Barbarische Völker haben die ägyptische Begräbniskultur verstanden als Auferstehung der Seele.

So ist das auch mit den barbarischen Ideologien des 19. und 20. Jahrhunderts. Sie mißverstehen die künstlerischen Technologien als Arbeit des Bewußtseins oder des

Unbewußten. Sie halten die Kunst für lebendig. Sie ist aber nicht lebendig. Sie ist nur Mumie. Dort verläuft die Grenze zwischen Zivilisation und Barbarei. Die Naivität und Barbarei beginnt da, wo man die Leiche als etwas Lebendiges ansieht. Diese Hollywood-Mentalität, die erwartet, daß die Leiche aufsteht und umhergeht, das ist die Ideologie der Moderne.

© positionen, 19/1994, S. 2-7