

für die Vortragsreihe im Rahmen von „Kunst im Projekt: Künstlichkeit und Wirklichkeit“
organisiert von Peter Friese für die VHS Wuppertal, 1987

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

ich möchte Ihnen heute abend etwas erzählen über die Zusammenhänge oder Beziehungen zwischen Kunst und Fernsehen, auch über die gegenseitige Beeinflussung beider. Sie wissen vielleicht, daß ich mich seit einigen Jahren künstlerisch mit diesem Thema auseinandersetze. Bitte erwarten Sie folglich keinen wissenschaftlich geprägten Vortrag, sondern gestehen Sie mir zu, Ihnen einige eher subjektive Überlegungen vorzutragen, die deswegen ja dennoch nicht falsch sein müssen.

Ich habe mir heute mittag eine Fernsehprogramm-Zeitschrift gekauft, möglicherweise die verbreitetste, die HÖR ZU. Das ist ja übrigens ein merkwürdiger Titel für eine Fernseh-Zeitschrift: HÖR ZU. Wie auch immer, all denen von Ihnen, die noch nicht verkabelt oder mit Satellitenempfang ausgestattet sind, somit noch nicht über die tägliche Großauswahl verfügen können, möchte ich einmal kurz vorlesen, was Sie in der Zeit, die Sie hier verweilen, verpassen werden.

--- Verlesen der Angebote ---

Das waren also rund 20 Programme. Jeweils für zwei Stunden. 40 Stunden Programm folglich. Nehmen wir einmal an, in jedem Programm würde nur alle 60 Sekunden ein Bildwechsel erfolgen, dann wären das also 2400 verschiedene Bilder, die wir in dieser Zeit versäumt haben. Tatsächlich sind es natürlich weit, weit mehr, aber das ist hier unwichtig. Mir geht es hier nur darum, zu zeigen, daß, wenn wir heute von Bildern sprechen wollen, wir beinahe zwangsweise, aufgrund der geradezu erdrückenden Menge der Fernsehbilder nämlich (und dazu auch der Bilder in den sog. Printmedien), von Medienbildern sprechen müssen und leider nicht mehr davon, was ganz selbstverständlich bis noch vor ein paar Jahren mit "Bildern" gemeint war, Gemälde nämlich, Malerei.

Wenn wir allerdings heute bei Bildern vorwiegend an Medienbilder denken müssen, hat das natürlich auch für die "klassischen Bilder" Konsequenzen. So wie wir unsere Erfahrungen mit den "neuen" Bildern machen, setzen wir diese Erfahrungen auch gegenüber den "alten" um und legen die Maßstäbe, die wir beim Betrachten der "neuen" Bilder gewinnen, auch bei der Beurteilung der "alten" an.

* * *

Ich möchte Ihnen an dieser Stelle kurz darstellen, wie ich vor einigen Jahren überhaupt dazu gekommen bin, mich mit dem Fernsehen zu beschäftigen. Ich habe einige Jahre lang, nach einigermaßen intensivem Interesse an kosmischen Fragen, Bilder gemalt, die die Grundform der Spirale variierten. Im Laufe der Zeit aber wurde ich mehr und mehr unzufrieden mit diesen Bildern, ohne mir klar darüber zu sein, worin diese Unzufriedenheit begründet lag. Ich habe dann 1983 ganz abrupt aufgehört, Bilder zu malen, und mich etwa eineinhalb Jahre lang darauf beschränkt, Titel für zu malende Bilder zu finden und erfinden, diese Arbeiten aber nicht mehr tatsächlich ausgeführt. Einziges "Produkt" waren dann Messingschildchen mit dem eingravierten Titel, so

etwa, wie man sie bei alten Meistern auf den Rahmen aufgeschraubt findet. Mit der Zeit sind so eine ganze Anzahl "Titel" zusammengekommen, wie Sie sich vorstellen können. Irgendwann einmal legte ich sie alle zusammen auf einen Tisch und las sie. Dabei stellte ich zu meiner völligen Überraschung fest, daß sie auf der einen Seite oftmals meine damalige Situation beschrieben, auf der anderen Seite aber genauso oft mit dem Fernsehen zu tun hatten. "Sendepause", "Wir bitten um etwas Geduld", "Bildausfall" und "Bildstörung", um nur einige zu nennen. Daß ich mich nach dieser Entdeckung für das Fernsehen und seine Bilder mehr als vorher interessierte, werden Sie verstehen. Ich fragte mich, was das Fernsehen im Grunde sei, ob ich etwas finden könnte, was über die Fragen nach der Qualität einzelner Sendungen hinaus allgemeine Gültigkeit besitzt.

Meine Überlegungen führten zu folgendem Ergebnis: ich mußte feststellen, daß Fernsehbilder "Bildstörungen" sind. Ich habe hierzu einen Text verfaßt, den ich Ihnen jetzt nicht ganz zumuten möchte, sondern ich will versuchen, ganz kurz die Essenz daraus zu finden.

Was eigentlich sind Fernsehbilder? oder: Fernsehbilder sind Bildstörungen

Das Fernsehen ist ein technisches System zur Übertragung von technisch erzeugten Bildern. Diese werden zu Sendungen zusammengestellt, die Sendungen werden zu Programmen geordnet.

Es gibt drei verschiedene Arten von Bildern im Fernsehen: die "normalen", d.h. jene, die den überwiegenden Teil des Bildangebotes ausmachen und gemeinhin als "richtige" Fernsehbilder angesehen werden, dazu die "Testbilder" und zum Schluß die "Bildstörungen". Bei den ersten handelt es sich um gewollte Bilder, bei den zweiten um gewollte "Nicht"-Bilder, bei den letzten um nichtgewollte Bilder.

Die "normalen" Fernsehbilder. Ganz gleich für welche Sendung, ob Show oder Nachrichten, Film oder Reportage oder was auch sonst, die Fernsehbilder werden von den Menschen, die in dem Medium oder für es arbeiten, seien es Regisseure, Reporter, Kameramänner oder andere, produziert. Sie bannen mit Hilfe der Fernseh-Technik ihre ganz persönliche Sicht der Welt in technische Bilder, d.h. sie benutzen die Möglichkeiten technischer Bilderzeugung und -übertragung, um ihr Weltbild fernseh-bildhaft werden zu lassen. Bei dieser Tätigkeit unterliegen sie den Notwendigkeiten und Zwängen des Systems. Dazu später mehr. Noch einmal: die "normalen" Fernsehbilder sind letztlich nichts anderes als gebildete Ansichtssachen. Schließlich setzt eine Sendung ein Sendungs-Bewußtsein voraus. Mag sein, daß dermaßen entstandene Fernsehbilder schön sein können oder interessant, auf die Frage, was denn nun ein Fernsehbild ist, geben sie keine Antwort. Wie gesagt, diese sind immer mit einem Sendungs-Bewußtsein be- oder unterlegt, mit einer höchst menschlichen Komponente befrachtet mithin. Die Technik selber aber, und das technische System Fernsehen folglich auch, hat kein Bewußtsein, sondern bietet Möglichkeiten.

Die "Testbilder". Sie sind im Fernsehen außerhalb der Zeiten zu sehen, an denen "normale" Fernsehbilder gesendet werden. Auch sie aber sind bewußt gestaltete Bilder. Sie zeigen die bildnerischen Möglichkeiten des Mediums, z.B. Farben und chromatische Verläufe, Schwarz-Weiß-Kontraste, Strukturierungen und Raster usw., zeigen und reflektieren die Leistungsfähigkeit des Systems, geben die Palette vor. Dabei sind auch sie geprägt von der Absicht dessen, der sie so oder so gestaltete, ihre Ordnung bestimmte.

Die "Bildstörungen". Die Störungen der "normalen" Fernsehbilder sind unbeliebt, weil von den Bildproduzenten ungewollt und ohne deren Zutun und Einflußnahme entstanden. Treten sie auf, entschuldigt man sich ihrer. Das Flirren und Flimmern, akustisch von einem Rauschen begleitet, der "Schnee", ist der Feind der "normalen" Bilder und Sendungen. "Bildstörungen" unterbrechen die Sendungen, sind dann zu sehen, wenn keine Sendungen im Bild sind, sei es nun, weil eine Sendung kurzfristig gestört wird oder aber, weil gar nichts gesendet wird, also außerhalb der Sendezeiten. Dabei

werden "Bildstörungen", jener typische "Schnee" sowie das unangenehme Rauschen, von der Fernsehtechnik selbsttätig und selbständig, ohne jede Einwirkung eines Fernseh-Machers, hervorgebracht. Indem sie solchermaßen allein von der Technik selbst evoziert werden, ganz ursprünglich aus den Möglichkeiten des technischen Systems "Fernsehen" erwachsen, sind sie die eigentlichen, die Urbilder dieses Bildmediums. Sie transportieren nichts anderes außer sich selbst, zeigen nichts anderes, als das, was sie sind. Das Fernsehen fußt auf den "Bildstörungen". "Bildstörungen" sind die Fernsehbilder.

.

Ein kleiner Exkurs in den Kosmos. In welche Richtung des Weltalls Astronomen immer schauen und lauschen, von überallher empfangen sie dieselbe Strahlung, vernehmen sie dasselbe Rauschen: "das Rauschen im Hintergrund". 3 K. Es ist der verbliebene Rest jener unvorstellbar hohen Temperatur, die zum Zeitpunkt des Urknalls, der Geburt unseres Universums, geherrscht hat. Mit der darauffolgenden und immer noch anhaltenden Expansion nahm diese Temperatur stetig ab, bis hin zu jenen 3 Kelvin, die heute noch gemessen werden können. Im Laufe der Zeit und mit weiterschreitender Expansion wird das All weiter abkühlen, das "Rauschen im Hintergrund" wird schwächer und schwächer werden. Schließlich, zu einem fernen Zeitpunkt, wird das Rauschen verstummen, die Temperatur des Universums 0 K betragen. Der Wärmetod des Universums wird eintreten: die Entropie.

.

Kurz nach der Einführung des Fernsehens, nach der Geburt der Fernsehwelt, nach deren Urknall, stand eine heute unvorstellbar kurze Sendezeit einer unglaublich langen sendefreien Zeit gegenüber. Das Rauschen, der "Schnee", auf den vergleichsweise wenigen Bildschirmen überwog. Bis heute hat sich das Verhältnis der Zeiten mit Sendungen zu Zeiten ohne solche grundlegend zugunsten der Sendungen geändert, die Sendungen waren expansiv und es ist absehbar, daß sie immer weiter expandieren werden. Das Fernseh-Universum erweitert sich ständig. Immer mehr Sendungen in immer mehr Programmen: immer mehr "normale" Fernsehbilder. Die "Bildstörungen", jene berauschten Urbilder, werden durch immer längere Sendezeiten und durch immer perfektioniertere Technik verdrängt. Das Rauschen wird schwächer. Die geradezu zwanghafte Expansion ist dabei systembedingt: mit dem Urknall der Fernsehwelt ist eine irreversible Dynamik in Gang gekommen. Sie entwickelt sich automatisch. Auf ein Ende hin.

Fernsehbilder, hier die beschriebenen "normalen", sind flüchtige Bilder. Sie sind nur verschwindend kurze Zeit sichtbar und hinterlassen eine Leere, in die unmittelbar ein nächstes Bild stoßen muß, um so den reibungslosen Ablauf der Sendung zu gewährleisten. So folgt ein Fernsehbild auf das vorangegangene, eine endlose Kette wird gebildet. Jedes einzelne Bild steht in Bezug zu seinen Vorgängern und Nachfolgern, erklärt diese und wird wiederum von diesen erklärt. Dadurch und indem sie nur kurze Zeit sichtbar bleiben, zwingen sie den Betrachter, konzentriert hinzuschauen. Durch ihre Eigentümlichkeiten nötigen Fernsehbilder dazu, sie permanent anzuschauen. Der Betrachter benötigt durch sie immer mehr von ihnen, ein Fernsehbild schafft allein durch seine Existenz stets den Bedarf nach weiteren, es wirbt durch sich und seine Mittel für sich, macht süchtig. Der so geweckte Bedarf nach weiteren Bildern fordert die Ausstrahlung von weiteren Sendungen in weiteren Programmen. Endlose Ketten von Fernsehbildern in endlosen Ketten von Sendungen in endlosen Ketten von Programmen. Irgendwann wird eine unzählbare Zahl von Programmen rund um die Uhr Fernsehbilder senden. Diese Programme werden um die Betrachter werben, um sie konkurrieren. Alle werden danach streben, jenes Bild oder jene Bilder zeigen zu können, welche am besten für sich oder ihr Nachfolge-Bild werben. "Bildstörungen" darf es dann nicht mehr geben. Kein Rauschen mehr. Die visuelle Entropie.

.

Der Irrglaube an die Realitätsnähe der Fernsehbilder ist weitverbreitet. Er hat historische Ursachen. Seit der Erfindung der Photographie, der Urahnin des Fernsehbildes, vertrauen die Menschen beinahe blind technisch erzeugten Bildern, billigen diesen zu, die Wirklichkeit optimal abzubilden. Dabei übersehen sie gerne, daß an der Herstellung technischer Bilder Menschen wirken, die ihre Sicht der Welt in diesen verbilden, daß diese mit einem Sendungsbewußtsein belegt sind, wie oben ausgeführt. Zu dem nachgerade grenzenlosen

Vertrauen in die technischen Bilder und damit auch in deren heutige Hauptvertreter, die Fernsehbilder eben, trägt auch schon der Name des Mediums bei: Fernsehen ebenso wie Television suggeriert, man sehe etwas aus der Ferne, etwa so, als entferne man sich nur weit genug von irgendeinem Ding, um es dann so klein zu sehen, als sehe man es im Fernsehen. Dabei bietet dieses doch nur jenes höchst flüchtige und äußerst subjektive Bild dieses Dinges, wenn es denn jemand aufnimmt, keineswegs jedoch es selbst. Dennoch beziehen wir zunehmend einen großen Teil unserer Erfahrungen und unseres Wissens durch das Fern-sehen. Seine Omnipräsens und unser fälschliches Vertrauen erlauben es ihm, sich uns als eine Art Ersatz- oder gar Übernatur anzubieten und aufzudrängen.

Das Fernsehen prägt als mächtiges Bild-Medium die ästhetischen Vorstellungen. Seine Allgegenwart zwingt die ästhetischen Erwartungen und Regeln unter seine Notwendigkeiten und Konditionen. Aus der systembedingten Flüchtigkeit wird so ein selbständiger Wert, aus der der Fernsehwelt entnommenen Gewohnheit, daß Bilder kurzlebig sind und Werbung betreiben für sich und ihre Nachfolger, erwächst die Selbstverständlichkeit, mit der diese Elle auch an andere Bilder, etwa die der bildenden Kunst, angelegt wird. Wer nur genug Fernsehbilder gesehen hat, muß meinen, alle Bilder hätten zu sein wie diese. Nicht zuletzt hier mag die Ursache für die seit Jahren beschworene Krise der Bilder liegen. Wohlgemerkt, von der Krise der Bilder ist immer die Rede, nicht etwa von der Krise der bildenden Kunst. Zu dieser zählen aber ja auch die Skulpturen, auf die Fernsehbild-Kriterien kaum passen.

Fernsehbilder sind Bildstörungen.

Volker Hildebrandt, Juni 1985

Wenn das also so ist und wer könnte es bezweifeln, dann ist ganz offensichtlich die "Bildstörung" ein grundsätzliches Phänomen bei der Beurteilung von Fernsehbildern. Darüber hinaus aber dann auch aufgrund der Allgegenwart des Fernsehens und der daraus erwachsenden Erfahrungen eine ganz grundlegende Struktur, die mannigfaltig im visuellen Bereich wirkt.

* * *

Wie Sie vielleicht wissen, beschäftigt sich Neil Postman in seinem bekannten Buch "Wir amüsieren uns zu Tode" sehr intensiv mit dem Fernsehen. Er kommt u.a. zu dem Schluß, daß es sich egal bei welcher Sendung, also ob Nachrichten, Reportage oder Show, immer um Amusement oder Werbung handelt. Ich will den Gedanken der Werbung hier aufgreifen, aber etwas anders einsetzen. Das Fernsehen ist ein Medium mit bewegten Bildern. Sie sind elektronisch erzeugt und somit flüchtig, haben keinen zeitlichen Bestand und keine materielle Qualität, ganz im Gegensatz etwa zu gemalten Bildern. Aus dieser ihnen eigenen Flüchtigkeit erfolgt zwangsläufig, daß ein Fernsehbild immer eine Spannung erzeugen muß auf das ihm folgende Bild. Würde es das nicht tun, liefe der Sender Gefahr, permanent Zuschauer zu verlieren. Es muß also einigermaßen unkompliziert und schnell erfaßbar sein, denn es existiert ja nur kurze Zeit und muß darüberhinaus gleichzeitig Werbung betreiben für seine Nachfolger. Je kürzer ein Bild zu sehen ist und je mehr Spannung es auf die folgenden hervorruft, desto besser ist ein Fernsehbild. -Erinnern Sie sich noch an die Proteststürme, als vor einigen Jahren Rainer Werner Faßbinder mit einer schier endlosen Serie schnell produzierter Filme die Fernsehzuschauer mit quälend langen Kameraeinstellungen nervte? -

* * * Zeitungsausschnitt Weltrekord * * *

Das Gleiche, was für die einzelnen Fernsehbilder gilt, gilt ebenso für die einzelnen Sendungen. Auch Sie haben das Interesse der Zuschauer auf die folgenden Sendungen wachzuhalten. Da das offenbar nicht ganz einfach ist, ist man in den letzten Jahren darauf verfallen, zwischen einzelnen Sendungen, bei den privaten Anbietern sogar mittendrin, Werbung für kommende Sendungen zu betreiben. Diese Problematik, nämlich spannende Bilder zeigen zu können, gilt natürlich für alle existierenden Sendeanstalten, und wir haben ja mittlerweile eine ganze fast unübersichtliche Reihe davon. D.h. aber letztlich nichts anderes, als daß alle Sender pausenlos auf der Suche nach spannungsreichen Bildern sein müssen, um ihre Zuschauer zu halten, denn leider kann ja jeder Fernseher immer nur ein Programm verfolgen. Es findet also ein Wettbewerb statt um die spannendsten Bilder. Natürlich muß es ein Bild geben, welches die an es gestellten Forderungen am besten erfüllt, welches also die meiste Spannung auf sein nachfolgendes erzeugt, die beste Werbung für seine Nachfolger darstellt. Zwangsläufig müssen alle Sendeanstalten auf der Suche nach diesem "optimalen" Bild sein.

Es ist daher nicht verwunderlich, daß sich alle Programme im Laufe der Zeit immer ähnlicher werden. Gleichzeitig entsteht hierdurch eine paradoxe Situation. Auf der einen Seite werden für immer mehr Programme und immer mehr Sendungen immer mehr Bilder benötigt, auf der anderen Seite bewirkt der gnadenlose Wettbewerb um die Gunst der Zuschauer, daß sich die Bilder immer mehr gleichen, daß das ganze System zwangsweise auf ein "optimales" und endgültiges, überall zu sehendes Bild hinausläuft. Man könnte auch sagen, daß der immense Bildbedarf der technischen Medien bei gleichzeitiger Notwendigkeit eines "optimalen" Bildes zu einer visuellen Entropie führen muß und wird. Erste Ansätze waren anlässlich des Golfkrieges zu verfolgen, als tagelang auf allen Kanälen stündlich immer dieselben Bilder zu sehen waren. Und wenn nicht genügend spannende Bilder zur Verfügung stehen, wenn die vorhandenen Schlagzeilen nicht ausreichen, dann produzieren die Medien eben solche.

* * * Express * * * (Ereignisse mit den Gladbecker Geiseltagestern in Köln)

Wenn die passenden Bilder nicht zur Verfügung stehen, dann werden eben solche gemacht, provoziert, die Erfolg versprechen. Oder es werden Bilder genommen, die die zu erzählende Geschichte bestens bebildern, unabhängig davon, ob sie tatsächlich der jeweiligen Situation entstammen (Beispiel: ölverschmierter Vogel aus dem Golfkrieg und Buch "Fotos die lügen"). In der Werbung ist dieses Verfahren längst angewandte Normalität, hier werden Versatzstücke der Wirklichkeit zu dem erwünschten "Bild" einfach zusammengemischt (Whisky-Werbung). Nicht ganz in diese entropische Tendenz scheint zu passen, daß die Medien natürlich auch Ihre Zielgruppen zu bedienen haben (Bild-Zeitung - Express). Vielleicht ist es aber nur noch eine Frage der Zeit, bis sich die Zielgruppen und damit auch die Medien vollkommen angeglichen haben.

* * *

Ein anderer Aspekt, der dann auch den Übergang zur Kunst darstellen soll. Wie Sie wissen, ist vor etwa 150 Jahren die Fotografie erfunden worden und damit die Möglichkeit des technisch erzeugten Bildes oder vielleicht besser Ab-Bildes. Mit der zunehmenden Verbreitung der Fotografie und damit der Möglichkeit für viele, die Welt um sie herum abzubilden, wurde die Malerei ihrer bis dorthin Hauptaufgabe beraubt: der Ab-Bildung und Darstellung der Welt eben. Die Maler begannen nunmehr, etwa um die Jahrhundertwende herum, sich der eigenen Welt anzunehmen, diese zu erforschen und deren Grenzen zu erweitern. D.h., die Malerei selbst wurde mehr und mehr Hauptgegenstand der Maler. Die ersten technisch erzeugten Bilder, die Fotos eben, übten folglich einen starken Einfluß auf die Malerschaft aus, einen derart starken gar, daß sich ihr ganzes Denken ändern mußte. Auch die wenig später erfundenen ersten bewegten Bilder, der Film, veranlaßten die Maler des Kubismus z.B. zu den Versuchen, diese Möglichkeit in ihre Bilder

aufzunehmen. Nach diesem großen Einbruch des technischen Bildes in die Domänen der Kunst erfolgte der zweite etwa um 1950 herum mit der Verbreitung des Fernsehens zuerst in den USA, später auch in Europa und sonstwo.

Es ist zumindest erstaunlich, daß ausgerechnet um diese Zeit herum in den USA der "Abstrakte Expressionismus" mit seinen chaotischen Bildern entsteht. Ein Reflex auf die neuen, grauen Bildchen, die da in manchem Wohnzimmer nun flimmern? Gleichzeitig ist auffallend, daß sich mit dieser Kunstrichtung die Formate der Bilder vehement vergrößern. Ein Gegenschlag gegen die kleinen Fernsehbilder, die nun jedermann zu Hause hat?

In der letzten Zeit nun bereitet sich der dritte Einbruch vor. Mit der zunehmend verbesserten Möglichkeit, mit Hilfe von Computern Bilder zu manipulieren, in diesem Falle Fernseh- oder Videobilder, d. h. für die Fernsehwelt, zunehmend unabhängiger zu werden von den realen Bild-Vorlagen, beginnt die Fernsehwelt, den Schritt der Kunst, nämlich ihre eigenen Welten zu erschaffen und zu erforschen, nachzuvollziehen. Inwieweit diese Möglichkeiten der totalen Freiheit in der Bildgestaltung Auswirkungen auf die Kunst wiederum haben werden, ist noch offen (ein Beleg, wenn auch nicht hinsichtlich der Bildmanipulationen, für diese "Selbstbeschäftigung" des Fernsehens sind die immer häufiger auftretenden Shows, in denen es ausschließlich um Fernsehen geht).

* * *

Ich möchte noch einmal zurückkommen zur Werbung. Wir wissen, daß Werbung Verlangen nach den Produkten zu erzeugen hat, für die sie eben wirbt. Verlangen von möglichst vielen potentiellen Kunden eben. Heute wird auch für Kunst-Großveranstaltungen massiv Werbung betrieben. Sei es nun eine Mammut-Ausstellung etwa wie der Bilderstreit oder andere derartige, oder aber gleich ein Kunstmarkt, also eine reine Verkaufsschau. Großausstellungen kosten viel Geld. Sie werden geplant und politisch durchgesetzt mit dem Argument, daß die zu erwartenden Besucherströme viel Geld in der jeweiligen Region lassen, sich die Ausstellung somit letztendlich rentiert.

Die Rentabilität aber, jedenfalls die, die sich in Geldbeträgen ausdrücken läßt, ist eine Argumentation, die recht wenig mit dem doch hoffentlich ursprünglichen Sinn einer wie auch immer großen Ausstellung zu tun hat: nämlich einen geistigen Gewinn zu bewirken. Folgerichtig wird es nach dem wirtschaftlichen Scheitern etwa des Bilderstreites in absehbarer Zeit in Köln sicherlich keine größere Ausstellung mehr geben können. In den meisten Fällen jedoch gehen die Erwartungen auf und die Besucher kommen in Scharen. Bei der Veranstaltung in der letzten Woche ist ja die Problematik eines Ausstellungsbesuches inmitten von Menschenmassen von Jan Thorn Prikker hinreichend dargestellt worden. In der anschließenden Diskussion wurde auch kurz angerissen, daß unser Verhalten heute eben durch das Fernsehen und die Erfahrungen daraus rhythmisiert wird. Ich erinnere noch einmal an "meinem" Begriff der "Bildstörung". In einem kurzen Text habe ich mir Gedanken gemacht über die Einschaltquoten beim Fernsehen. Wenn Sie hier Einschaltquote mit Besucherzuspruch gleichsetzen, dann paßt der Text ganz gut in den Zusammenhang hier.

Was die Einschaltquoten sagen

Daß das technische System Fernsehen aus eigener Kraft nur jenes Flimmern und Rauschen, welches wir "Bildstörung" nennen, produziert, darf als bekannt gelten. Dabei sollen uns hier die Bildstörungen, welche gelegentlich unprogrammgemäß und ungewollt ins Programm einbrechen, nicht interessieren, schließlich kann sich kein Fernsehzuschauer zu ihnen einschalten, da sie im Programm eigentlich nicht vorgesehen sind. Folglich sind für sie auch keine Einschaltquoten zu messen.

Aussagestärker ist hingegen jenes Rauschen, sind jene Bildstörungen, die außerhalb der Sendezeiten, nach Sendeschluß oder vor Sendebeginn auftreten.

Sehen wir einmal von den Fernsehzuschauern ab, die ihren Apparat in diesen Zeiten versehentlich einschalten, ebenso wie von denen, die nach einem guten Fernsehschlaf mitten in der Nacht verstört vor dem Fernseher aufwachen, um ihn dann schnell auszudrücken. Fragen wir uns, wer sich diese "wirklichen" Fernsehbilder, dieses "wirkliche" Fernsehprogramm ansieht. Die Antwort muß ohne jeden Zweifel lauten: niemand oder nur so wenige, daß man sie hinsichtlich einer zu messenden Einschaltquote vernachlässigen muß, bedauerlicherweise, da jene ja gerade die sind, die das "wirkliche" Fernsehen sehen. Demnach also ist die Einschaltquote des "wirklichen" Fernsehens, des Fernsehens pur, nullkommanull.

Nullkommanull Einschaltquote für das "wirkliche" Fernsehen. Wenn man das so feststellen darf, und wer könnte es bezweifeln, dann bedeutet eine zunehmende Einschaltquote eine entsprechend wachsende Entfernung vom "wirklichen" Fernsehen. Die Höhe der Einschaltquote ist also tatsächlich ein Indikator für die Qualität einer Sendung. Anders allerdings, als man bisher wohl dachte.

Bei dem letzten Kölner Kunstmarkt, der Art Cologne 90, waren rund 270 Galerien vertreten. Der Markt war täglich 9 Stunden für das interessierte Publikum begehbar. Leicht auszurechnen, daß somit, vorausgesetzt, jemand hielte das 9 Stunden durch, der Besucher genau zwei Minuten Zeit pro Galerie gehabt hat. Wäre er an zwei Tagen gekommen, dann eben 4. Dabei sind Wege und kurze Erholungspausen nicht enthalten. Nachdenken gar verbietet sich von selbst, aber, wir dürfen nicht vergessen, es handelt sich um eine Messe, einen Markt, um eine Werbe- und Verkaufsveranstaltung. Es ist folgerichtig, daß dann auch hier die Regeln allgemeiner Werbung gelten müssen, die ja wohl nicht gerade auf den nachdenklichen oder abwägenden Menschen zielen.

* * *

Andy Warhol war wohl der erste Künstler, der sich eingehend mit der Werbung beschäftigt hat. Seine Arbeiten, die sich mit der Werbe-Ästhetik befassen, bzw. diese aufgreifen, sind sattsam bekannt. Sein Schritt zur Massenproduktion, zur Kunstfactory war konsequent, ebenso wie das Einbeziehen von Musik und Film in sein Schaffen. Einen viel weitergehenden Schritt, wenn dieser auch verborgen blieb, in Richtung Werbung stellte allerdings jene Kunst-Welle dar, die unter dem Schlagwort "Junge Wilde" vor ein paar Jahren Furore machte. Hier hielten zum ersten Mal Prinzipien der Bildherstellung im Fernsehen und Grundregeln der Werbewirtschaft Einzug in die Kunst. Die Arbeiten wurden schnell erstellt und traten immer in Massen auf. Niemals sah man ein derartiges Bild alleine, sondern immer nur in großen Mengen. Es war, als besäßen sie nur als Serien Gültigkeit. Bei einer Diskussion im Folkwang-Museum in Essen wurde vor ein paar Jahren die Bilder-Schwemme lebhaft beklagt. Nach Ende der Debatte fand ein findiger Kritiker heraus, daß im Depot dieses Museums etwa 350 dieser Arbeiten versammelt waren (Kunst-Entsorgung, Kunstforum). Interessanter noch als die schnelle Massenproduktion ist in unserem Zusammenhang die Tatsache, daß diese "wilden Bilder" über das hinaus, was sie rein visuell dem Betrachter boten, eine versteckte Botschaft mitlieferten. Sie lautete etwa so: wer mich kauft und besitzt, der ist jugendlich und frisch, der hat Elan und ist auf der Höhe der Zeit. Diese in den Arbeiten versteckt enthaltene Werbebotschaft erklärt leicht den ansonsten erstaunlichen Erfolg jener Kunst-Richtung.

* * *

Ich möchte Ihnen jetzt noch einige Beispiele für das Zusammenwirken von Kunst und Werbung bieten. Man könnte auch sagen: einige Beispiele für fast schon alltägliche Bildstörungen.

Ritter-Sport

Hauke
Toyota
HA Schult

* * *

Eine weitere höchst interessante Frage ist das Untergehen der Video-Kunst. Nach einer kurzen Blüte-Zeit ist diese KunstRichtung heute beinahe zur Bedeutungslosigkeit verkommen. Auf der einen Seite liegen in der problematischen Vermarktbarkeit sicherlich Ursachen, welche die meisten Video-Künstler den Aus-Weg der Video-Skulptur haben gehen lassen. Auf der anderen Seite stand Video natürlich aber immer auch in Konkurrenz zum Fernsehen, insofern es sich der gleichen Mittel bedienen mußte. Es erscheint logisch, daß der einzelne Video-Künstler mit seinen vergleichsweise bescheidenen technischen Möglichkeiten wenig Chancen besitzt, gegen einen über

immense Mittel verfügenden Apparat anzuarbeiten. Jeder Video-Clip einer drittklassigen Pop-Band bietet heute mehr visuelle Sensationen, mehr optische Spannung, als ganze Video-Kunst-Programme sie aufbieten könnten. Jeder dumme Werbespot wird heute mit erheblich mehr Aufwand produziert, als das beste Kunst-Video ihn sich leisten könnte. Folglich ist jeder Spot im Sinne des Fernsehens besseres Fernsehen, als ein Kunst-Video es je sein könnte. Nun muß man sagen, Video-Kunst ist nicht Fernsehen. Aber es bedient sich absolut der gleichen Technik, muß mit den gleichen Mitteln arbeiten, sich also wohl auch mit den entsprechenden Produkten vergleichen lassen. Da für den Vergleich aber wiederum die aus dem Fernsehen gewonnenen Sehgewohnheiten maßgebend sind, hat Video-Kunst leider nur wenige Chancen. Es stellt sich die Frage, ob Video-Künstler nicht lieber gleich Fernsehen machen sollten. Vielleicht könnten sie ein besseres Fernsehen bewirken.

* * *

Kürzlich las ich in einem Zeitungs-Artikel die Frage, ob die bildenden Künstler noch diejenigen seien, die ihr Ohr am Puls der Zeit hätten oder ob nicht mittlerweile die Pop-Stars jene seien, die aufkommende Moden und Zeiterscheinungen am schnellsten registrierten und verarbeiteten. Mal abgesehen davon, daß ich es für absolut nebensächlich halte, wer nun seine Ohren am nächsten wo hat, ist die Frage sowieso durch die notwendigen und jeweils völlig verschiedenen Arbeitsprozesse schon beantwortet. Ein Lied zu schreiben und es auf Platte zu pressen, dann im Rundfunk zu spielen, das geht naturgemäß erheblich schneller, als eine Reihe von Bildern zu malen, diese auszustellen und schließlich einer nennenswerten Anzahl von Menschen bekannt zu machen. Ich denke ganz im Gegenteil, daß es heute angesichts der unendlich vielen Medien, die sich ständig mit den aktuellen Ereignissen beschäftigen, nicht die Aufgabe der Kunst sein kann, das Ohr am Puls der Zeit zu haben, in dem o.g. Sinne die neuesten Moden zu erspüren. Ich bin sicher, daß die Aufgabe der bildenden Künstler mehr denn je darin besteht, visuelle Grundstrukturen zu erforschen und offenzulegen. Und eine der wichtigsten, wenn nicht die wichtigste überhaupt ist seit einiger Zeit und sicherlich noch für lange Zeit die Bildstörung.