

(W)ENDE DER KRITIK? ZU CHANCEN UND RISIKEN VON SOCIAL MEDIA

von Maria Männig

Die poetische Expansion fand von der Welt der Buchstaben und dem Druck in die Welt des (Bewegt-) Bildes, der Medien statt¹ (Peter Weibel)

Was ist Kunstkritik?

Seit einigen Jahren ist von einer Krise der Kritik zu lesen: »Die Feigheit der Kritiker ruiniert die Kunst«² titelte etwa vor einigen Jahren Hanno Rauterberg polemisch in Die Zeit. Dieser Logik folgend, gilt der Kritiker als Agent der künstlerischen Avantgarde. Imaginiert wird er als eine Figur, die dem Neuen unermüdlich und unerschrocken den Weg freikämpft. Angesichts eines boomenden Kunstmarkts wird von ihm erwartet, diesen einzudämmen und in geordnete Bahnen zu lenken. Stattdessen, so der Vorwurf, orchestriert die Kunstkritik den Markt.

¹ @zkmkarlsruhe, <https://twitter.com/zkmkarlsruhe/status/847377363562143744> (letzter Zugriff: 4.3.2017).

² Hanno Rauterberg: Die Feigheit der Kritiker ruiniert die Kunst. In: Die Zeit, Nr. 5 (2004), <http://www.zeit.de/2004/05/Kunstkritik/komplettansicht> (letzter Zugriff: 4.3.2017). Vgl. ders.: Wer kritisiert die Kritiker? Warum wir eine Akademie der Kunstkritik brauchen. In: Harry Lehmann (Hg.): Autonome Kunstkritik. Berlin 2012, S. 139-155.

Wir haben es hier mit einer Idealisierung des Berufsstandes zu tun, die einer Avantgardelogik folgt, wie sie im Laufe des 20. Jahrhunderts entwickelt und festgeschrieben wurde. In dieser Konstruktion teilen Kritiker und Künstler – als meist männlichen Protagonisten – eine Schicksalsgemeinschaft.³ Der eine ist das Pendant des anderen. Ihre prophetische Kraft manifestiert sich im helllichtigen wie treffsicheren Erkennen des Zukunftsweisenden. Die Tätigkeit des Kritikers spiegelt damit die auf Progressivität verpflichtete Mentalität des Künstlers. Im Umkehrschluss heißt das, dass der Kritiker ebenso dem Vergessen anheimfallen kann wie ihn vielleicht Ruhm ereilen mag. Bestätigung erfahren sie schlimmstenfalls erst im Nachhinein, also dann, wenn es zu spät ist.

Das hier skizzierte Paradigma bedarf dringend einer tieferen Reflexion, wenn nicht gar grundlegender Korrektur. Denn im Begriff der Kritik schlummert ein idealistisches, ja utopisches Potenzial. Ideengeschichtlich in Konzepten der deutschen Romantik wurzelnd, wurde die Kritik in einem sich zunehmend ausdifferenzierenden Kunstsystem zu einer normierenden, notwendigen Instanz.

Eine Begriffsbestimmung der Kunstkritik wird man sich ohne erkenntnistheoretische Voraussetzungen ebenso wenig wie ohne ästhetische denken können; nicht nur weil die letzten die ersten implizieren, sondern vor allem weil die Kritik ein erkennendes Moment enthält, mag man sie übrigens für reine oder mit Wertungen verbundene Erkenntnis halten,⁴

charakterisiert Walter Benjamin ihren Zweck.

Im historischen Rückblick kommt der Kunstkritik nicht selten Quellenstatus zu. Sie gewährt Einblicke in die zeitgenössische Wahrnehmung. Wiewohl nicht selten auch in kunsthistorischen Überblickswerken die kritischen Stimmen die Analyse anekdotisch untermauern, stellen systematische Untersuchungen zur Kunstkritik eher die Ausnahme dar.

Die erste umfangreiche kunsthistorische Arbeit zur Kunstkritik des 19. Jahrhunderts legte Michael Bringmann im Wintersemester 1977/78 in Karlsruhe als Habilitationsschrift vor.⁵ Der Autor

³ Maria Männig: Beruf Kunstkritiker/in. In: ART[in]CRISIS, 30.10.2016, <https://artincrisis.hypotheses.org/1695> (letzter Zugriff: 4.3.2017).

⁴ Uwe Steiner (Hg.): Walter Benjamin. Der Begriff der Kunstkritik in der deutschen Romantik. Frankfurt a. M., 2008, S. 11.

⁵ Michael Bringmann: Friedrich Pecht (1814–1903). Maßstäbe der deutschen Kunstkritik zwischen 1850 und 1900. Berlin 1982.

betrat damals in mehrerlei Hinsicht Neuland: Erstens sah er sich mit einem Materialkorpus konfrontiert, mit dem zum damaligen Zeitpunkt im Bereich Kunstgeschichte kaum Erfahrungen vorhanden waren – der Autor widmete sich Quellen fernab der kanonischen Literatur, nämlich Texten aus Tages-, Wochen- und Monatszeitschriften. Zweitens betraf sein Arbeitsfeld mit der Kunst des 19. Jahrhunderts ein damals noch weitgehend vernachlässigtes kunsthistorisches Betätigungsfeld.

Als Kunstkritik definiert Bringmann »alle schriftlichen Kunstberichte des vergangenen Jahrhunderts, soweit sie die Bedingungen der Aktualität und Publizität erfüllen.«⁶ Inhaltlich hat als »Kunstkritik« also nicht nur der wertende und »kritisierende« sondern ebenso der lediglich informierende Bericht zu gelten.⁷ Der Autor fasst seine Definition also sehr weit, indem er die Kategorie allein durch die Kriterien »Publizität« und »Aktualität« qualifiziert.⁸ Dies beschreibt die Korpusbildung, wie sie z. B. in der historischen Diskursanalyse zur Anwendung kommt.⁹ Dieser historische Ansatz hat den entscheidenden Vorteil, in Bezug auf Qualitätsansprüche ungemein entlastend zu wirken.

Welche Abwertungs- bzw. Ausgrenzungslogiken die Kunstkritik zu einem eher marginalisierten Thema der Kunstgeschichte machten, bringt ein Zitat Rudolf Zeitlers auf den Punkt, mit dem sich Michael Bringmann auseinandersetzt:

Genaugenommen ist die Geschichte der Kunstkritik und Kunstliteratur ein Zweig der Literatur- und Ideengeschichte; sie enthält gewöhnlich nichts von den Dingen, die wir über Kunst wissen möchten.¹⁰

Diese Haltung illustriert jenes kunsthistorische Selbstverständnis, das sich gerne auf das Werk »an sich« richtet. Nach wie vor innerhalb der Fachwissenschaft evident, erodiert es nur langsam.

⁶ Michael Bringmann: Die Kunstkritik als Faktor der Ideen- und Geistesgeschichte, Ein Beitrag zum Thema »Kunst und Öffentlichkeit« im 19. Jahrhundert. In: Ekkehard Mai (Hg.): Ideengeschichte und Kunstwissenschaft, Philosophie und bildende Kunst im Kaiserreich. Berlin 1983, S. 253-278, hier S. 253.

⁷ Ebd.

⁸ Vgl. Peter Bürger: Begriff und Grenzen der Kritik. In: Harry Lehmann (Hg.): Autonome Kunstkritik. Berlin 2012, S. 38.

⁹ Siehe Achim Landwehr: Historische Diskursanalyse. Frankfurt a. M. 2008.

¹⁰ Rudolf Zeitler (1966) zit. n. Bringmann, S. 257.

In den letzten Jahren hat sich die Kunstgeschichte vermehrt den Mechanismen des Kunstmarkts gewidmet.¹¹ Das Kunstsystem oder, um es mit Bringmann auszudrücken, das »Nervensystem des zeitgenössischen Kunstlebens«¹² entfaltet sich grob gesagt zwischen vier Hauptakteuren, den Künstlern, Kritikern, Händlern und dem Publikum. Will man genau dieses Feld ergründen, in dem sich ideelle und kommerzielle Interessen verquicken, so spielt die Kunstkritik dabei eine entscheidende Rolle. Sie ist – neben Ausstellungen – das »repräsentative[] Forum für das Kunstgeschehen und die Kunstanschauungen der Zeit«¹³.

Dieses im 19. Jahrhundert ausdifferenzierte Vermittlungssystem ist nach wie vor weitestgehend intakt. Um es adäquat betrachten zu können, plädiere ich für eine weite Definition von Kunstkritik, die sich an den Kriterien der Publizität und Aktualität orientiert. In dem vorliegenden Beitrag soll überdies der Frage nachgegangen werden, wie Bildpraktiken die Kunstkritik beeinflussen. In einer zunehmend auf ein Primat des Visuellen orientierten Informations- und Mediengesellschaft stellt sich die Frage nach dem Verhältnis von Sprache zum Bild oder zu den Bildern auf immer brisantere Weise. Zuge-spitzt lässt sich in Bezug auf die Kunstkritik fragen, ob die bloße Präsenz von Abbildungen die Funktionen sprachlicher Kontextualisierung überstrahlt, wenn nicht gar ganz außer Kraft setzt.

In diesem Zusammenhang werde ich mich neuen kunstpublizistischen Ausdrucksformen im Bereich Social Media widmen. Die neuen Medien sollen hier als Verstärker einer Tendenz begriffen werden, die sich bereits seit dem letzten Drittel des 19. Jahrhunderts manifestiert hat. Entscheidender Motor für eine professionalisierte Kunstkritik, so die These, war die Reproduktionsindustrie.

Kunstpblizistische Strategien im 19. Jahrhundert

Als Katalysator für einen sich beschleunigenden Kunstbetrieb dienten einschlägige Printmedien. Als paradigmatisches Beispiel, eines die Kunstwelt des späten 19. und frühen 20. Jahrhunderts normierenden Mediums kann »Die Kunst für Alle« gelten, die vor allem durch die Qualität des Abbildungsmaterials zum Marktführer im Bereich der Kunstzeitschriften wurde.¹⁴ Bereits 1861

hatte sich der Verleger Friedrich Bruckmann mit dem Gedanken getragen, eine Zeitschrift für »deutsche Kunst« zu gründen.¹⁵ »Die Kunst für Alle« erschien erstmals 1885 und wurde Marktführer unter den Kunstzeitschriften. Voraussetzung für ihren Erfolg war die hier vorhandene Bildgewalt in Form von qualitativ hochwertigen Reproduktionen. An diesen beiden Komponenten, dem Bildrepertoire und dem technischen Know-how in der Vervielfältigung, bemisst sich letztlich die Wirkmacht einflussreicher Bildverlage, wie Bruckmann oder Hanfstaengl. Ihr Herzstück waren daher Produktionsstätten, die der Beschaffung des Bildmaterials dienten, wie das 1865 dem Verlag Bruckmann angegliederte Photographische Institut und dessen Ausbau zur Photographischen Union im Jahr 1884, mit dem Ziel, die von Eugen Albert erfundene Farbproduktion umzusetzen.¹⁶

Das vorhandene Bildmaterial in »Die Kunst für Alle« zeugt von einer Heterogenität der eingesetzten reproduktiven Techniken, die als solche auch jeweils ausgewiesen sind. Während im Text gestreut gesetzte Schwarz-Weiß-Reprographien die Majorität bilden, kommen ebenfalls ganzseitige Tafeln in Schwarz-Weiß und Farbe zum Einsatz. Darüber hinaus enthält die Ausgabe von 1902 neben Lithographien, etwa von dem auf Landschaftsmalerei und Farblithographie spezialisierten Franz Hoch (1869–1916), auch farbige Autotypen wie etwa die Reproduktion nach Raffael Schuster-Woldan (1870–1951), einem Münchner Salonmaler.¹⁷



Abb. 1: Die Kunst für Alle, XVII. Jg., 1. Februar 1902, Faksimile eines Briefes von Arnold Böcklin an Dr. M. Jordan, den früheren Direktor der Nationalgalerie, Foto: Maria Männig

¹¹ Zu einer Lagebestimmung der Kunstmarktforschung siehe: Sebastian Baden: Ein Plädoyer für die Kunstmarktforschung. In: NEUE kunstwissenschaftliche forschungen, Nr. 2, S. 81-83, Mai 2016, doi: <http://dx.doi.org/10.11588/nkf.2016.2.30639> (letzter Zugriff: 8.4.2017).

¹² Bringmann, Kunstkritik als Faktor der Ideen- und Geistesgeschichte, S. 260.

¹³ Ebd.

¹⁴ Jochen Meister/ Sabine Brantl: Ein Blick für das Volk. Die Kunst für Alle. In: Art-

Dok, Heidelberg 2006, doi: 10.11588/artdok.00000102 (letzter Zugriff: 3.4.2017).

¹⁵ Sabine Brantl in: Meister/ Brantl, S. 2

¹⁶ Ebd.

¹⁷ Digitalisat unter: <http://digi.ub.uni-heidelberg.de/diglit/kfa1902/0220>.

Der Beitrag von Hugo Tschudi wurde durch ein Faksimile eines Böcklin-Briefes ergänzt, der hier eingebunden ist (Abb. 1).¹⁸ Das Thema der künstlerischen Handschrift wird mit dem graphologischen Dokument noch einmal verstärkt. Leser_innen erhalten ein authentisches Beispiel der Handschrift des damals Hochverehrten, das – sich in Format, Farbe und Papierqualität vom Rest der Zeitschrift abhebend – Authentizität simuliert. Illustrationen oder Diagramme, wie Übersichtskarten der Ausstellungsorte im Jahr 1900, inklusive möglicher Reiserouten, runden das visuelle Angebot ab (Abb. 2).



Abb. 2: Die Kunst für Alle, XV. Jg., 15. März 1900, Rubrik: Vermischtes, Foto: Maria Männig

Die hier vorliegende Multimodalität mag überraschen. Die Bände der »Die Kunst für Alle« weisen doch eine gehörige Varianz des dargebotenen visuellen Materials auf. Ihre Durchschlagkraft beim Publikum entfalten Kunstzeitschriften wie »Die Kunst für Alle« vor allem dadurch, dass sie ihren Leser_innen die Möglichkeit boten, die Kunstwerke durch eigene Anschauung zu erfahren.

Die Avantgarden hatten in »Die Kunst für Alle« um 1900 einen schweren Stand. Zwar relativierte sich dies in den kommenden Jahrzehnten, aber in Form von Abbildungen blieb auch die Klassische Moderne eher unterrepräsentiert. Ihre Vermittlung erfolgte durch eigens zu diesem Zweck gegründete Periodika, von denen der Almanach »Der Blaue Reiter«¹⁹ das prominenteste

Beispiel darstellt. Auch Monografien wie *Die Kunst des XX. Jahrhunderts*²⁰ verfolgen ein Primat des Visuellen. An Carl Einsteins schriftliche Ausführungen schließt eine imposante Bildstrecke von über 300 Abbildungen im Tafelteil an, der bewusst als eigener Bildraum komponiert, indexikalisch erschlossen ist und mit zwei Dritteln des Gesamtumfangs das Buch letztlich dominiert.

Das Primat des Visuellen, das heute gerne unmittelbar auf die Digitalisierung zurückgeführt wird, hat sich bereits in publizistischen Strategien des 19. Jahrhunderts ausgebildet. Die digitalen Medien wirken lediglich als Beschleuniger.

Kunstvermittlung im Web 2.0

Die gefühlte Bilderflut generiert zugleich massive Lücken. Insbesondere das Urheberrecht wirkt hier strukturierend und führt dazu, dass Werke, die unter Schutzfristen fallen, nicht einfach so vervielfältigt werden können. Diese »Bilderebbe«,²¹ wie Margarete Pratschke das Phänomen nennt, betrifft somit ironischerweise erneut die einst so gerne verdrängten Werke der Klassischen Moderne sowie Nachkriegskunst und zeitgenössische Kunst. Im Bereich der zeitgenössischen Kunst dient die Abbildungsgenehmigung in zunehmendem Maße dazu, die Deutungshoheit über das Werk einzubehalten, indem Genehmigungen entweder verweigert oder an bestimmte Bedingungen geknüpft werden.²²

Im Netz zirkulieren inzwischen digitale Reproduktionen von Kunstwerken in unterschiedlichsten Professionalisierungsgraden. Neben die klassische Form der Repro-Fotografie, wie sie meist durch die Museen selbst beauftragt wurde und wird, treten die ein ganz neues Wahrnehmungserlebnis versprechenden High-Res-Images, für die Google verantwortlich zeichnet, sowie allerlei Arten von mehr oder weniger autorisierten Fotografien, die mit dem Smartphone aufgenommen wurden.

Auf den einschlägigen Sharing-Plattformen wie Pinterest, Instagram oder Tumblr lässt sich beobachten, dass alte Kunst von dieser Aufmerksamkeit in besonderem Maße zu profitieren scheint. Dies ist aber nicht allein auf die Einschränkungen, die das Urheberrecht mit sich bringt, zurückzuführen, sondern es ist

¹⁸ Hugo Tschudi: »Die Werke Arnold Böcklins in der kgl. Nationalgalerie zu Berlin (zur Wiederkehr des ersten Todestages)«. In: Die Kunst für Alle. Februar 1902, S. 199 ff.

¹⁹ Der Blaue Reiter. München 1912. Als Digitalisat verfügbar unter: <https://archive.org/details/derblauerreiter00kand>. Dazu siehe: Felix Thürlemann: Famose Gegenklänge. Der Diskurs der Abbildungen im Almanach »Der Blaue Reiter«. In: Hans Christoph von Tavel (Hg.): Der Blaue Reiter. Ausst. Kat. Bern 1986, S. 210-222.

²⁰ Carl Einstein: Die Kunst des XX. Jahrhunderts. 2. Aufl. Berlin 1928.

²¹ Margarete Pratschke: Digitale Mythen: Der Iconic Turn, die Bilderflut und die Versprechen des ewig Neuen. In: Digitalität. Theorien und Praktiken des Digitalen in den Geisteswissenschaften, <https://digigeist.hypothesen.org/99> (letzter Zugriff: 3.4.2017).

²² Wolfgang Ullrich: Stellungnahme zu Siegerkunst. In: ideenfreiheit.de, 27.1.2016, <https://ideenfreiheit.wordpress.com/2016/01/27/stellungnahme-zu-siegerkunst/> (letzter Zugriff: 3.4.2017).

davon auszugehen, dass es sich um Phänomene handelt, die mit der Figuration an sich zu tun haben. So laden gegenständliche Werke eher zu einer von der Selfie-Kultur geprägten Interaktion ein als abstrakte.²³ Dies wiederum konvergiert mit einem allgemeinen Trend hin zu vorwiegend bildbasierten Kommunikationsformen, in denen die Sprache zu etwas Sekundärem wird, weshalb sie aber nicht notwendig suspendiert sein muss. Vielmehr sind es meist Text-Bild-Kombinationen, die die entsprechenden Bilder auf entscheidende Weise kontextualisieren oder ironisch brechen.

Darüber hinaus wird das Bild selbst zum Handlungsraum, was insbesondere durch smarte Anwendungen und Funktionen begünstigt wird. Die vielfach kritisierte Instabilität des algorithmischen Bildes manifestiert sich in unzähligen Interventionen, die einfach zu handhabende, vielfach vorinstallierte Anwendungen ermöglichen. Digitale Bilder sind einfach zu erzeugen, zu vervielfältigen und zu manipulieren.

In seiner Kritik der Abstraktion hat sich Arnold Gehlen intensiv mit der Frage nach der Figuration auseinandergesetzt und aus der Kunstgeschichte und Gestaltpsychologie heraus analytische Begriffe entwickelt, mit denen sich der gegenwärtige Rekurs charakterisieren lässt. Bekannt geworden durch seine konservative Gegenposition, lassen sich seine Überlegungen auf gegenwärtige kulturelle Phänomene gewinnbringend anwenden. Drei Begriffe sollen hier adaptiert werden, um visuelle Konjunkturen im Netz besser verständlich zu machen. Nach Gehlen bezeichnet die optische Intelligenz die unmittelbare Identifikation eines gesehenen Objekts mit dem Begriff.²⁴ Bilder sind demnach schneller erfassbar als Text-Botschaften. Gegenständliche Malerei wie auch die (digitale) Fotografie profitiert hier von ihrer Unmittelbarkeit in der Bedeutungsproduktion. Permanent wird in der gegenwärtigen bilddominierten Medienkultur die optische Intelligenz adressiert.

Weitere zentrale Begriffe sind die Konnotation und die Vergegenwärtigung.²⁵ Erstere bezeichnet textuelle und innerbildliche Verweise, die den Bildsinn identifizieren, während letztere das aus der Wahrnehmung einer dargestellten Sache folgende Wiederer-

leben meint. Beide Vorgänge lassen sich beim Umgang mit Bildern im Netz beobachten. Etwa handelt es sich in den folgenden Beispielen, die Kunstwerke satirisch verwerten, um konnotierende Verfahren. Aber auch in den Re-Enactments, durch die Selfies in die Kunstbetrachtung integriert werden, wird das Abgebildete physisch vergegenwärtigt, indem das Bild nachgestellt wird.

Aus den genannten Begrifflichkeiten leitete Gehlen seinen vielleicht bekanntesten Topos der Kommentarbedürftigkeit der ungegenständlichen Kunst ab. Der Anschauung als nicht begründbarer und irrationaler Form des Soseins steht die Sprache stets als zwar regulierendes, aber auch zugleich unzureichendes Medium gegenüber. Damit schließt Gehlen an eine nicht-logozentristische Tradition an, der Anschauung, nicht aber der Sprache den Vorzug zu geben.²⁶

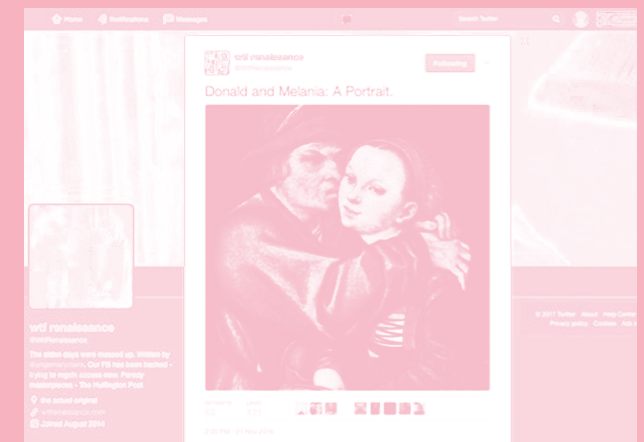


Abb. 3: »Donald and Melania. A Portrait«, via @wtfrenaissance (21.11.2016), Screenshot: Maria Männig

Der 140-Zeichen-Dienst Twitter hat sich in den letzten Jahren von einem vorwiegend textlastigen Medium hin zu einer Plattform entwickelt, in der Bilder eine immer größere Rolle spielen. Auch hier gibt es spezialisierte Accounts, die Kunst verhandeln, etwa @wtfrenaissance. Gepostet werden Bilder der Kunstgeschichte, deren Bildunterschrift ihren Inhalt erklärt. In parodistischer Absicht wird hier der »eigentliche« Bildinhalt bloßgestellt, indem die Werke mit Phänomenen der Gegenwartskultur aktualisiert werden. Cranachs »Ungleiches Paar« wird etwa zu einer Karikatur des US-Präsidentenpaares, Melania und Donald Trump, umcodiert (Abb. 3).

²³ Maria Männig: Instagram als Hyperimage. In: Sabine Bartelsheim (Hg.): Hyperimages in zeitgenössischer Kunst und Gestaltung 2, kunsttexte.de, Sektion Kunst, Design, Alltag, Nr. 1, 2017, www.kunsttexte.de, <http://edoc.hu-berlin.de/kunsttexte/2017-1/maennig-maria-3/PDF/maennig.pdf>, S. 5 ff.; Dividuum statt Individuum. In: pop-zeitschrift.de, Social Media April, 24.4.2017, <http://www.pop-zeitschrift.de/2017/04/24/social-media-aprilvon-maria-maennig24-4-2017/>.

²⁴ Arnold Gehlen: Zeit-Bilder. 2. Aufl. Frankfurt a. M. 1965, S. 8-10.

²⁵ Ebd.

²⁶ »Der Werth eines Kunstwerks wird aber nicht durch die Eigenschaften bestimmt, die eben so gut den Werth poetischer, philosophischer, theologischer oder gar politischer Erzeugnisse ausmachen könnten. [...] Die künstlerische Idee unterscheidet sich eben wesentlich von dem, was man mit Worten ausdrücken kann. Sie ist ein Gesehenes, nicht ein Gedachtes.« Arnold Gehlen in: Recensionen und Mitteilungen über bildende Kunst, Nr. 1, S. 1 f., 1863. Zit. n.: Lena Bader: Bildprozesse im 19. Jahrhundert. Der Holbein-Streit und die Ursprünge der Kunstgeschichte. München 2013, S. 22.

Die Macherin von @wtfrenaissance treibt das Spiel noch weiter: Sie präsentiert Ausstellungen, hier werden dann die entsprechenden Bilder zusammen mit den Tweets als Poster präsentiert. Dem Modell der musealen Verwertungslogik folgend, sind ebenfalls verschiedenste Merchandising-Produkte zu erwerben, somit ergibt sich ein Simulacrum des musealen Betriebes, das kulturelle Verwertungslogiken aufnimmt und gleichzeitig ironisch bricht.

@wtfrenaissance lässt sich den Kunst-Meme zuordnen, die in vielerlei mehr oder weniger konventionalisierten Formen vorliegen. Eines der prominentesten seiner Art ist Ducreux' »Selbstbildnis als Spötter« (um 1793). Die vermeintliche Hip-Hop-Gestik motivierte zur Bearbeitung im Sinne des Archaic Rap, weswegen sich um dieses Bild bereits ein eigenes Genre herausgebildet hat. Mem-Generatoren ermöglichen es, per Tastatureingabe einfach selbst eine Text-Bild-Kombination beizutragen und diese zu verbreiten, wobei jede neue Version zur weiteren Verbreitung des Mems beiträgt.

Trends wie diese machen sich auch Museen zu Nutze: Vom Getty Museum über den Hashtag #Musepose lanciert, stellen die Besucher_innen Werke nach und posten das Ganze. Das funktioniert umso besser, je exzentrischer die Gestik oder ausdrucksvoller die Mimik ist (Abb. 4). Die Tatsache, dass die Smartphones mit Kamera ausgestattet sind, erlaubt das Dokumentieren derartiger Situationen, das Teilen und das Kommentieren.

Ohne das Phänomen Selfie sowie die diversen Apps und Tools wären digitale Bilder wie diese kaum dekodierbar. Unter #MuseumOfSelfie oder #Museumselfie etwa, hat sich ein Trend etabliert, mittels des Smartphones den Eindruck zu erwecken, Kunstwerke wären dabei, ein Selfie aufzunehmen. Besonders verbreitet bei Porträts, eignen sich insbesondere Skulpturen als Folie für derartige Bildarrangements. Im Historischen Museum Basel wurde die spätmittelalterliche Skulpturensammlung des 16. Jahrhunderts bereits des Öfteren zum Material für Social-Media-Aktionen. Wie hier durchgespielt wird, gelingen Experimente mit Gesichtserkennungssoftware, wie sie in Kombination mit diversen Linsen in Snapchat integriert ist, mit Skulpturen oder Gemälden, die einen gewissen Grad an Realismus aufweisen, ebenso. Mit Hilfe der App Lumyer können auf dieser Basis animierte Effekte erzeugt werden, die sich dynamisch in das Bild einbinden lassen und somit einen Clip generieren. Der Heilige Laurentius erscheint mit einer animierten Sonnenbrille und Herzchen verströmendem Kussmund. Zudem präsentiert er sich im #MuseumOfSelfie-Gestus mit Smartphone (Abb. 5).

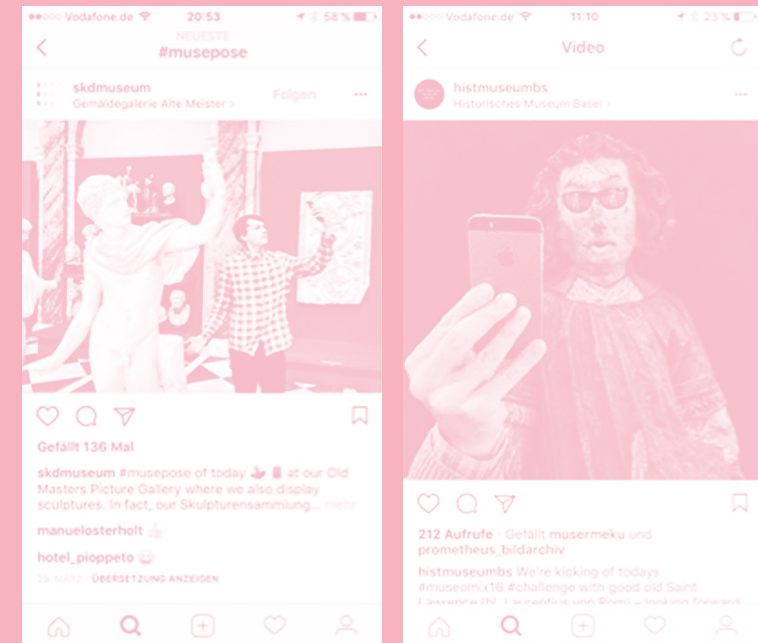


Abb. 4: #MusePose auf dem Instagram-Account der Staatlichen Kunstsammlungen Dresden, Screenshot: Maria Männig

Abb. 5: #MuseoMix16 auf dem Instagram-Account des Historischen Museums Basel, Screenshot: Maria Männig

Mit diesen Beispielen soll gezeigt werden, welche medialen Möglichkeiten bestehen und wie sie in der Internetgemeinde genutzt werden. Deswegen müssen und sollen sie nicht unmittelbar als Beiträge zur Kunstkritik verstanden werden.²⁷ Dennoch offenbart sich in ihnen ein Trend zur Artikulation von kritikal und reflexiven Haltungen. Die Konsequenzen dieser Sharing-Kultur und ihren zunehmend algorithmisch erzeugten Aufmerksamkeitsökonomien lassen sich derzeit noch gar nicht absehen. Neu ist, dass die Polyphonie von subjektiven Rezeptionserfahrungen in ihrem ganzen Spektrum abbildbar wird. Insbesondere das Prinzip einer Kommunikation mit Bildern über Bilder erfüllt ein Desiderat, die Differenz zwischen Sprachlichem und Visuellen zu überbrücken.

Es ist zu erwarten, dass sich für die Kunstkritik hieraus neue Handlungsoptionen ergeben. Anne Aschenbrenner befasst sich mit Fragen rund um das crossmediale Feuilleton. Auf Snapchat teilt sie entsprechende Storys, wie in diesem Fall einen Bericht

²⁷ Ein Einwand von Anika Meier lautete etwa, es sei genauer zwischen PR und Kunstkritik zu unterscheiden. Siehe: Anika Meier: Wenn ein Like reicht. In: Monopol. Magazin für Kunst und Leben, 28.11.2016, <http://www.monopol-magazin.de/ist-das-kunstkritik-oder-kann-das-weg> (letzter Zugriff: 8.4.2017).

über »Neue Nachbarn«, eine Aktion zur Integration von Geflüchteten im Kunstmuseum Lentos in Linz. Charakteristisch für Snapchat ist die Rhythmisierung von statischen und bewegten Bildern, die Einbindung von Text, Ton und Emojis. Auf Snapchat lassen sich Standbilder und Video kommentieren, bearbeiten, mit Effekten (bzw. Linsen) versehen sowie mühelos zusammenfügen. Das klassische Reportageformat wird mit Text-Bild-Kombinationen, Slideshows und Selfies kombiniert. Die Rezipient_innen können die Geschwindigkeit der Story beeinflussen, indem sie zum Beispiel Sequenzen abkürzen können, aber auch interaktiv in Chats einzutreten, ist möglich. Die Snapchatstory gibt sowohl die Möglichkeit, live dabei zu sein, als auch, das Ganze 24 Stunden lang als Konserve anzusehen.

Signifikant ist, dass die Berichterstatlerin in diesem Fall zur Produzentin wird, die sowohl »vor« als auch »hinter« der Kamera sowie in der Postproduktion aktiv ist. Was dabei herauskommt, ist eine sehr persönliche Sicht auf das Gesehene in einem spezifischen multimedialen Arrangement.



Abb. 6: Snapstory von Anne Aschenbrenner zu »Neue Nachbarn«, Lentos Museum Linz, November 2016, Screenshots: Maria Männig

Dass sich gegenwärtig Veranstaltungen zur Kunstkritik häufen, mag mit einem gefühlten Umbruch zu tun haben. Das Visuelle verdrängt die Sprache, so scheint es. So haben wir es nicht mit einer Krise der Kritik, sondern der Sprache zu tun. Dabei besitzt Sprache nach wie vor einen gewichtigen Anteil in der Gesamtkommunikation. Erst der Kommentar, in informierender oder parodistischer Absicht gesetzt, schafft einen Kontext für die visuelle Kommunikation.

Ob und wie sich neue Standards für Kunstkritik aus diesen neuen Medienformaten entwickeln, muss dahin gestellt bleiben. Kunstkritiker_innen der Zukunft werden sich aller Voraussicht nach jedenfalls stärker mit Fragen des geeigneten Formats sowie mit Fragen der Vermittlung ihrer Inhalte auseinandersetzen haben. Kritik – im romantischen Sinne – bedeutet in Differenz zu sich selbst und zum Gegenstand der Betrachtung zu treten. Kritik impliziert praktizierte individuelle Selbstreflexivität. Erst aus dieser unbequemen Position heraus wird Erkenntnisgewinn möglich. Auch innerhalb der Blogosphäre wird die mangelnde Bereitschaft zu einer differenzierenden Haltung übrigens unter dem Schlagwort »Flausch« diskutiert. »Flausch« kritisiert allzu affirmative Formen des orchestrierenden Beschreibens, wie sie sich im Kontext von Social-Media-Kampagnen im Kulturbereich etabliert hat.²⁸ Das zeigt einerseits, dass die Diskussion auch abseits des Feuilletons geführt wird. Andererseits entpuppt sich die Kollegenschelte einmal mehr als elementarer Bestandteil der Kunstkritik.

Kein geringerer als Friedrich Schlegel postulierte die Notwendigkeit, Kunst durch Kunst zu kommentieren:

Poesie kann nur durch Poesie kritisiert werden. Ein Kunstwerk, welches nicht selbst ein Kunstwerk ist, entweder im Stoff, als Darstellung des notwendigen Eindrucks in seinem Werden, oder durch eine schöne Form, und einen im Geist der alten römischen Satire liberalen Ton, hat gar kein Bürgerrecht im Reiche der Kunst.²⁹

In Bezug auf die Literaturkritik erscheint diese Forderung leichter umsetzbar als für die Kunstkritik, da diese immer eine Transferleistung von Visualität in Sprache zu erbringen hat. Die neuen digitalen Werkzeuge könnten einen Beitrag dazu leisten, den von Schlegel geforderten Kunstwerkecharakter von Kritik auch im Bereich der bildenden Kunst einzulösen, indem nämlich Bilder im weitesten Sinne durch Bilder kommentierbar werden. Die gefühlte Krise der Kritik jedenfalls ist eine Zustandsbestimmung, wie sie in Verdopplung und Potenzierung zur modernen Welt gehört.

²⁸ Matthias Planitzer: EGO UPDATE. Eine Polemik über Flauschgewitter und Harmoniebedürfnisse in Kunstbloggerkreisen. In: Castor & Pollux, 15.12.2015, <http://www.castor-und-pollux.de/2015/12/ego-update/> (letzter Zugriff: 6.4.2017).

²⁹ Friedrich Schlegel: Kritische Fragmente, Nr. 171. In: Hans Behler/ Hans Eicher (Hgg.): Friedrich Schlegel. Kritische Schriften und Fragmente. 6 Bde., hier Bd. 1. Paderborn 1988, S. 249.