

Moment oder Marke

Das Kreative zwischen Kunst und Können

Der moderne Könnler kann, wie Peter Sloterdijk einmal sinngemäß formulierte, immer weniger, weiß aber immer besser, wie es auch anders gehen könnte¹. Könnler gibt es viele. Ein geübter Könnler ist der Künstler. Der moderne Künstler weiß, dass er nicht (mehr) alles können muss und kann selbst aus dieser Situation heraus noch etwas anderes und womöglich Einzigartiges schaffen – kann er sein Machen doch einem interessierten Publikum als etwas ganz Besonderes vermitteln.

Der Glaube an die Permanenz eigener Kreativität ist durch nichts zu ersetzen – so lautet bekanntlich das Mantra und der Imperativ unserer Gesellschaft.² Der Umgang mit der eigenen Kreativität zwingt den Einzelnen, so Wolfgang Ullrich, möglichst effizient an einer Sache selbstoptimierend zu arbeiten.³ Der ideale Kreative ist eher ein Geber als ein Selbstdarsteller und ist paradoxerweise ein jetzt zum Geschehen Hinzutretender. Der/das Kreative gilt heute – gerade weil seine Aktivität so undefinierbar ist und umstritten bleibt – als Markenzeichen für eine sozial exklusive Aktivität, die eine Bewertung der Gegenwart aus dem Geist der Zukunft vornimmt. Was in einer unbekanntten Zukunft einmal die Gegenwart verändert hat, ist unsterblich geworden – so kreativ war die Kraft eines Könnlers, der nicht mehr genau zwischen Kunst und Können unterscheiden konnte.

Das Können des Künstlers ist häufig subtil aber auch darin – wie jedes langfristig erworbene Können – zeitlich begrenzt und auch nur insoweit kreativ als es jeweils auch das Gegenteil dessen, was gerade formuliert wird mit in seine Überlegungen einbezieht. Doch die Freiheit, die Kreativität dem Einzelnen verspricht, kann nicht von allen eingelöst werden. „Der kreative Mensch“⁴: dieses Themenfeld bedeutet immer auch: jedes Mal, wenn eigene und fremde Begabungen im Wettstreit miteinander stehen, entstehen kreative Austauschverhältnisse. Auch wenn es idealerweise um die Idee geht, „andere so zu inspirieren, dass sie das als Geschenk empfinden, das sie ihrerseits weitergeben oder erwidern wollen“⁵ –

¹ Vgl. Peter Sloterdijk, Der ästhetische Imperativ, Hamburg 2007, S. 143.

² Andreas Reckwitz, Die Erfindung der Kreativität. Ffm 2012.

³ Wolfgang Ullrich: Der kreative Mensch. Salzburg Wien 2016, S. 36 ff.

⁴ Siehe Wolfgang Ullrich, s. Anm. 3

⁵ Wolfgang Ullrich, Lässt sich Kunst lehren? DIE ZEIT v. 7. 4. 2016, S. 54.

implizit handelt jeder menschlich erzeugte Diskurs des Kreativen von der Entstehung und Differenzierung realer Ungleichheit. Was aber geschieht, wenn es demnächst um kreative Maschinen gehen wird? Maschinen können offenbar in Ansätzen Beziehungen zwischen bekannten und noch unbekanntem Sätzen und Erkenntnissen in einer neuen Beziehung zueinander formulieren – und dann also entsprechende Schlussfolgerungen ziehen, die entweder überraschend oder banal sein können. „Kann man einem Computer beibringen, wie ein Künstler zu denken und zu malen?“ Allein diese Frage⁶ suggeriert, dass Kreativität und Rechenleistung am Ende irgendwie zusammen hängen. Kann man einer Wissenschaft, die von Kunst handelt, beibringen, wie ein kreatives Medium zu agieren und zu lernen, wie man von dieser kreativ partizipieren kann? „Ich kann nur denken, wenn ich spüre, dass ich Neues finde.“⁷ Könnte ein ähnlich intuitiver Satz auch einmal von einem Rechner formuliert werden? Kreativ sein heißt, den unaufhörlichen Widerspruch zwischen gegenwärtigem Machen und künftig erweitertem (technischen) Können nicht zu verschweigen, sondern ihn von Moment zu Moment neu anzuwenden.

Am Ende bleibt die Frage offen: Wann genau beginnt eigentlich das Kreative? Ist in Wahrheit nicht bereits jemand bereits kreativ, der nur ungefähr weiß, was demnächst einmal möglich geworden sein könnte? Kann es ein System geben, das autonom genug selbst zu entscheiden, wann Kreativität beginnt? Und: Ist Kreativität nicht doch ein zu subjektorientierter Begriff für Ideen eines Neuen? Peter Sloterdijk spricht dagegen von einer heute ständig realisierten Exteritorialisierung von neuen Ideen, die ebenso ständig internalisiert⁸ werden. Kreativ sein hieße dann möglicherweise nicht mehr unter dem gegenwärtigen Zwang von Originalität handeln zu wollen oder zu müssen, sondern die Evidenz des eigenen Handelns ebenso gut an eine spätere – womöglich auch technische – Instanz zu delegieren. Was später einmal als kreative Leistung gilt, muss heute noch gar nicht als solche auffallen. Erfolgreich ist der Kreative, indem er sich dem Moment einer Überraschung überlässt – ohne an das Neue zu denken. Das Wenige, das der Kreative in Wahrheit braucht, ist eher das (Vor-)Bild eines ihm günstigen Moments – und weniger eine Begriffs-Marke, die man kostengünstig immer wieder leicht verändert variieren kann.

⁶ Adrian Kreye, Der Rembrandt aus dem Rechner, in: SZ. V. 15. April 2016, S. 11.

⁷ Paul Valery, Ich grase meine Gehirnwiese ab. Paul Valery und seine verborgenen Cahiers. Ff, 2016, S. 56.

⁸ Peter Sloterdijk, Was geschah im 20. Jahrhundert? Ffm. 2016, S. 70 ff.

Michael Kröger