

Sind sie kreativ oder schreiben Sie polemisch?

© Michael Kröger

“ Auch sonst wird die Kunst von ihren Vermittlern oft darauf verkürzt, bloßer Anlass für Assoziationen oder Gefühlsäußerungen zu sein. Immerhin soll niemand überfordert werden. In simplifizierter Form wird daher mit der jeweiligen Zielgruppe eine Werktechnik oder künstlerische Methode nachgeahmt. So überträgt man Kunstwerke von Pointillisten oder Chuck Close auf Steckspiele oder bietet historische Verkleidungen an, damit sich die Teilnehmer der Vermittlungsaktion auch richtig in die Kunst einfühlen können.“ Wolfgang Ullrich, Stoppt die Banalisierung!
<http://www.zeit.de/2015/13/kunst-vermittlung-museum>

„ Die neue Aufgabe der Museen als Kreativitätsagenturen versteckt sich hinter dem Begriff der Kunstvermittlung. Diese ist weniger dazu da, Verständnis für Werke und Künstler zu schaffen, als im Dienst des Publikums zu stehen, das ausgehend von eigens aufbereiteten Werken Inspiration erfahren soll. Kunstvermittlung ist daher institutionalisierter, konfektionierter Musendienst; er richtet sich vor allem an diejenigen, die von sich aus wenig Übung darin haben, in eine kreative Stimmung zu gelangen, denen es also nicht genügt, nur in der Nähe von Kunst zu sein. Kunstvermittler selbst beschreiben ihre Tätigkeit gerne als „Hebammenarbeit“, welche die Besucher dazu motivieren soll, selbst gestalterisch tätig zu werden und Kunst zu erschaffen.“ Wolfgang Ullrich
<https://ideenfreiheit.files.wordpress.com/2015/12/artist-interview.pdf>

Zu den nachhaltig irritierenden Texten, die in diesem Jahr (2015) zur Situation der Kunst und ihrer Vermittlung veröffentlicht wurden, gehört sicher Wolfgang Ullrichs Polemik *Stoppt die Banalisierung*, in dem der Autor den missionarischen Übereifer von Kunstvermittlern in Museen kritisiert, ihn mit der Sozialdemokratisierung der Gesellschaft in Beziehung setzte und die Frage stellt, wie sich die Verabsolutierung von Kunst in der Kunstvermittlung auf diese selbst auswirkt. Vor allem in den sozialen Netzwerken löste dieser Text eine ausgiebige kritische Debatte aus, die hier nicht in ihren Details nachgezeichnet wird. Es lohnt sich einmal das Format dieses Textes – die Polemik – ins Gedächtnis zu rufen – ein Aspekt, der in der Diskussion keine Rolle spielte. (Zur Diskussion über W. Ullrichs Text in der ZEIT vgl. die Übersicht bei Tanja Praske: <http://www.tanjapraske.de/2015/04/12/kunstvermittlung-schuldig-pro-banalisation-der-kunst-lesetipp/>)

Spürbarer als der Künstler verändert, so erfährt man durch die Lektüre von Ullrichs Text, gegenwärtig besonders der Kunstvermittler seine Identität: er wird zum Spieler im laufenden Ideenwettbewerb um die angemessenen Bestimmungen von Wert, Status und Funktion von Kunst. Der Kunstvermittler vermittelt, so die These Ullrichs, dem Betrachter im Bemühen um die optimale Verständlichmachung von Kunst genau das Gegenteil – seine verharmlosende Trivialisierung in Form von gut gemeinten Kreativitätsangeboten, die die zunehmende Konkurrenz im Kulturbereich aufrecht erhalten und steigern. An die Stelle der Orientierung an der Idee des Werkes ist, so folgert der Leser von *Stoppt die Banalisierung*, das Spiel um die Paradoxie gesteigerter Kunstwahrnehmung getreten. Je paradoxer dabei der Vermittler von Kunst die Situation eines Werkes polemisch zuspitzt, desto unterschiedlicher werden sich die Reaktionen auf dieses Spiel entwickeln. Neben der von Ullrich beschworenen **Kreativität** als scheinbarer Zugangsvoraussetzung zur Kunst wird in Zukunft sicher auch die Züchtung von **Konkurrenz** von Wahrnehmungsalternativen treten. Zu wenig Kreativität entsteht nicht nur durch den Imperativ kreativ sein zu müssen, wie Ullrich in mehreren Essay der jüngeren Zeit immer wieder betonte, sondern auch durch die Paradoxie, dass Kunst konkurrenzlos also einzigartig zu sein glaubt und gleichzeitig Kunst als und wie eine zündende Idee nur entstehen kann, indem sie permanent im Vergleich mit anderen auch kunstfremden Bereichen betrachtet wird. Ein lohnender Bereich des Kunstvermittlers wird es zukünftig also wahrscheinlich sein, Übergänge von der Kunst zur angewandten Form künstlicher Polemisierung zu entwickeln. **Polemik** ist keine traditionelle Form der Kunstvermittlung, sondern der beständige Versuch innerhalb des herrschenden Diskurses die Sicht auf die herrschenden Verhältnisse so zu steigern und zu überdrehen, dass ihr offener Spielcharakter offenbar wird. Eine gelungene Polemik besteht in einer mehr oder weniger kreativen Anwendung einer Übertreibung, die offen lässt, wie diese Widerrede von ihren Nutzern bewertet wird – in jedem Fall wird sie zumindest für eine Zeitlang den Widerspruch als produktiv gemachtes Problem offen halten.

Blogger aber auch ältere AutorInnen kennen das Problem (und damit seine mögliche Lösung): Wer polemisiert, der erregt und erntet Aufmerksamkeit. Wer dabei gleichzeitig in Maßen boshaft, gerne widersprüchlich und genügend kreativ polemisiert, der verletzt herrschende Diskurse und erzeugt womöglich eine neue

Ebene der Auseinandersetzung. Der Vorteil einer polemischen Rede liegt darin, dass deren Autor die Unterstellung/These eines Sachverhalts kalkuliert so zuspitzt, dass diese so unwahrscheinlich sie klingen mag doch wahrscheinlich so eintreten wird.

Ullrichs grundlegende These, dass Kunstvermittlung etwa zu Banalisierung klingt einfach zu gut um falsch zu sein – und bietet in der Form ihrer Zuspitzung zusätzlich genügend Anlass um ausreichend missverstanden zu werden. Eine **Polemik** ist so etwas wie argumentierendes Paradox: sie ernährt sich durch eine vor allem spekulierende, nicht selten assoziativ angereicherte Unterstellung und demonstriert zugleich, dass jede Unterstellung auch jenen Funken Übertreibung braucht um als Idee zünden zu können.

Der **Polemiker** ist ein passionierter Anstifter der Verkettung von Widersprüchen. Er weiß wann seine Stunde gekommen ist; dass sich beispielsweise wie bei Wolfgang Ullrich das Verhältnis zwischen Kunstideen und Kunstvermittlung nicht zuletzt durch die Imperative von Kreativität verändert (bzw. banalisiert) hat, ist eine Sache. Eine andere Sache ist es, dieses Wechselverhältnis als gesellschaftliches Problem wachsender Simplifizierung von musealer Bildungsarbeit darzustellen. Der Kritiker / Polemiker kann dabei nur unter bestimmten Umständen im Namen des Publikums sprechen: „Das Publikum muß stets Unrecht erhalten und sich doch immer durch den Kritiker vertreten fühlen.“ (Walter Benjamin Die Technik des Kritikers in dreizehn Thesen. <http://gutenberg.spiegel.de/buch/kurze-prosa-6570/1>)

Wahrscheinlich wird es zukünftig auch ein Ausdruck von Kreativität sein, die kommunikativen Anwendungen von **Kreativität** und **Polemisierung** zu einer dritten Fähigkeit zu verschmelzen. Versteht man unter beiden Leistungen, die Fähigkeit eine Situation entgegen ihren Erwartungen funktional zu steigern, also gerade durch ihr Gegenteil in etwas Unbekanntes zu steigern, so verfielfältigen sich in diesem Spiel die Sehweisen; „wenn zwei sich streiten, freuen sich Tausende“ notierte Alfred Polgar.

Eine gelingende Polemik besteht nicht nur im scharfen Angriff auf eine veränderungswerte Situation sondern in der Form der Schärfung der eigenen Urteilskraft. Je kreativer der Polemiker und Spieler seine Mitspieler/Leser zu animieren glaubt, desto leichter wird bei diesem die Fähigkeit wachsen, Polemik an der Fähigkeit der Selbstparadoxierung zu begreifen – und je nach Institution,

Funktion und Kontext folgerichtig anzuwenden. Am Ende bleibt die Frage offen: wie reagiert man als derart angesprochener Leser angemessen auf eine Polemik? Nimmt man sie zu ernst, übersieht man ihren Spielcharakter; betrachtet man sie als rein intellektuelle Fingerübung wird man nicht den Mehrwert registrieren, der jeder polemischen Argumentation zu eigen ist.

Wenn Vermittlung von Kunst deren potentielle Verharmlosung bedeutet, was folgt dann aus der Polemisierung dieser Vermittlung, die scheinbar nur als Polemik angemessen bewertet werden kann? Anders als vielleicht erwartet kann eine Polemik gerade dann Wirkungen entfalten, wenn deren Angriffe unterschwellig verlaufen, den Leser aus alten seinen Seh- und Denkgewohnheiten aufschrecken und ihm verdeutlichen, dass es kein unabhängiges Denken gibt, ohne sich von der polemischen Überspritzung nicht provoziert zu fühlen. Wer andere zu ihrem Glück zu zwingen versucht, der scheitert – oder wird polemisch. Polemik ist das Umkehrung von gut gemeinter Transparenz – einfacher und eleganter kann man komplexe Zusammenhänge zur Zeit nicht formulieren.