

Philosophica - Kourtle = G. J. Lischke (1957), Berlin

LOGO-KUNST

(1986)

Eine künftige Methode der Bildbetrachtung

Peter Weibel

Σ 85-127

*Die Stimmen der Vernunft und der Freiheit sprechen in der heutigen Gesellschaft lippen-synchron zum Playback. Zweiwertige Modelle für die Betrachtung von Kunstwerken (wahr und falsch, Schein und Sein) haben insofern nur mehr eine eingeschränkte Gültigkeit. Denn im Spiegel einer binären Opposition löst sich der Signifikant so weit vom Signifikat, daß er sich auf dem Gegenteil niederläßt. In der corporate society, wo Firmenzeichen (Logos) die religiösen Ikonen ersetzen, spricht der Signifikant vom gegenteiligen Signifikat. Der Signifikant klingelt beim Nachbarn. Die logothetische Methode, die erstmals vorgestellt wird, geht davon aus, daß durch diese Kreuzung der Signifikanten die Welt nur mehr durch ihre Bilder, und nicht umgekehrt, entzifferbar ist.*

Verehrte Damen und Herren,

ich möchte heute als Wortmaler, Lautdichter und Bildredner zu Ihnen sprechen von einer Reise, die noch nicht zu Ende ist, von einer Reise in the belly of the beast, in den Bauch des Biestes, in das Herz der Finsternis.

Da diese Reise noch nicht zu Ende ist, sind meine Reiseberichte, meine Forschungsergebnisse noch nicht endgültig, weder zu Ende, noch gültig, weder endgültig in ihrer Form, noch endgültig in ihren Aussagen.

Ich bitte Sie daher um Nachsicht und Geduld, sollte ich mich unverständlich oder gar falsch ausdrücken. Denn das Gesagte muß nicht gleich falsch sein, nur weil es falsch ausgedrückt wird. Ich erinnere Sie daher an die Maxime: "Don't

bite my finger, look where I'm pointing." Worauf ich hinweisen möchte, hinzuweisen versuche, zeigt einen neuen Kern der Kultur. Einen Kern, der einem schwarzen Loch im Himmel vergleichbar ist, einem alles verschlingenden Loch, einem Quasar, wo die Kultur implodiert in einen Abgrund, aus dem sie ihre Schrecken gebiert.

Die Kriege und sozialen Katastrophen sind nämlich nicht merkwürdige Unfälle der Zivilisation, sondern Produkte unserer Kultur selbst.

Unsere Gesellschaft hat logothetische Strukturen. Der Focus der logothetischen Struktur der Gesellschaft ist die Kunst. Das Wesen der logothetischen Kunst ist die Kreuzung der Signifikanten.

Zuerst einige Sophismen, die der Kreuzung der Signifikanten entspringen:

Wenn ich zwei Schwarze sehe, weiß ich, daß ich ein Weißer bin. Keith Haring ist der Arno Breker der Konsumgesellschaft. Ein Werk, dessen Titel "Schweigen" ist, ist das wesentlichste Werk der neuen Musik.

Laurie Anderson, eine Performance-Künstlerin, macht mit ihrer Person Werbung für eine Kreditkarte. "Buy a Performance", sagt Anderson oder American Express? Gerade für eine Kunst, die ihre raison d'être aus dem Protest gegen die Verkäuflichkeit der Kunst als Ware schöpfte. Eine Schallplatte, die "Art of Noise" heißt und weder Kunst noch Lärm ist, sondern Disco-Sound. Die Luigi Russolos gleichnamiges Manifest aus 1913 evoziert, aber von Englands Pop-Tycoon Trevor Horn aus 1985 stammt.

Eine Malerbewegung, deren Käufer hauptsächlich Yuppies (young urban professionals) und erfolgreiche Manager sind, wird "Neue Wilde" genannt, um den Käufern, Signifikate der Neuen Bürgerlichkeit, den Signifikanten der Wildheit zu verleihen. Symbole der Unangepaßtheit für eine Generation der Anpassung.

George Segals einbalsamierte Gipsfiguren zeigen die Kunst als Einbalsamierung der Welt.

Joseph Beuys macht Reklame für japanischen Whisky.

Ein chinesischer Führer lächelt mit einer Coca Cola Dose.

Was heißt und meint logothetisch? Kreuzung der Signifikanten? Logothetische Verschiebung der Signifikanten? Konversion der Signifikanten? Die logothetische Auffassung von Kunst versucht jene Vorstellung von Kunst zu unterminieren, die in der Kunst eine Mimesis, eine simple Imitation des Lebens, eine direkte Referentialität zum Realen sieht.

Die logothetische Kunst versucht gerade zu zeigen, daß die Kunst der Ort der Wahrheit wird, indem sie eben nicht in der Funktion des Realen steht, daß Kunst nur dann zum Topos der Sprache wird, daß Kunst eben nur dann zu uns spricht, wenn sie die Wahrheit des Realen sistiert, in welcher ja die Kunst nur eine Realität zweiten Ranges darstellt, nämlich die Illusion.

Die logothetische Kunstauffassung geht von der Realität des Bildes aus, die eine Praktik des Wissens und keine Theorie des Wissens ist, und als solche das Reale der Welt in eine Realität zweiten Ranges verwandelt und das Illusionale, das Unausgesprochene, das Unbewußte des Realen zeigt.

Die logothetische Methode ist eine Art semiotische Dialektik. Sie ist die Übertragung der Antithetik, des "Widerstreits der dem Schein nach dogmatischen Erkenntnisse" (Kant) auf die zeitgenössische Theorie der Zeichen. Ist die Antithese der Gegensatz, die Gegenrede, der Wider-Spruch innerhalb der Begrifflichkeit, innerhalb der Gesetze (Nomos), ist die Anti-Nomie ihre Verschärfung, nämlich nicht nur der Wider-Streit zweier Gesetze, sondern der "Widerspruch der Vernunft mit sich selbst" (Kant). Insofern besteht jede Antinomie aus Theses und Antitheses. Das antithetische Verfahren ist gemäß Fichte dann "die Handlung, da man im Vergleichenen das Merkmal aufsucht, worin sie entgegengesetzt sind". Das synthetische Verfahren versucht These und Antithese zu vereinen, indem es das übereinstimmende Merkmal, das Gleiche im Entgegengesetzten sucht. Daraus entstand bekanntlich der Dreischritt: Theses, Antitheses, Synthesis, und Hegels Dialektik als Lehre der Bewegung des Denkens von einem Begriff zum andern mittels Aufhebung der Widersprüche. Den Lehren Heraklits und Proklos' folgend konstituiert Hegel das dialektische Prinzip. "Das dialektische Moment ist das eigene Sich-aufheben solcher endlichen Bestimmungen und ihr Übergehen in ihre entgegengesetzten." Der Begriff schlägt in sein Gegenteil um, geht mit diesem in einem höheren Begriff zusammen, wodurch der Widerspruch - den jedes Endliche in sich hat und der es zum Umschlagen in seinen (meist konträren) Gegensatz treibt - durch "Negation der Negation" aufgehoben wird.

In der Logoethetik wird das dialektische Prinzip gleichsam auf

einen Spezialfall angewendet, denn der Begriff selbst ist schon zerfallen. Die ontologische Dialektik (Nichts - Sein - Werden), welcher die Dialektik des Begriffs folgt als immanente Bewegung des "Begriffs", geht von einer Einheit oder Ursache aus, aus der sich der Begriff infolge des in ihm steckenden Widerspruchs erhebt und sich selbst aufhebt, um auf einer höheren Stufe wieder zu sich selbst zurückzukehren. Im Zeichen gibt es diese Einheit nicht mehr. Das Zeichen zerfällt von vornherein in Signifikant und Signifikat. Darüber zerbricht auch die Möglichkeit, die Dialektik des Denkens auf das Sein und vice versa zu übertragen. Die Willkürlichkeit der Zeichen durchschneidet das Band zum Sein.

Jene Bewegung des Denkens, die in Begriffen wie Widerspruch, Gegensatz, Gegenrede und in Denkschritten wie These, Antinomie, Dialektik zum Ausdruck kommt, bleibt im Reich der Zeichen immanent. Die Stoiker haben für den sprachlich geformten Gedankeninhalt, für den Bedeutungsgehalt den Terminus "Lekton" gebraucht. Da die Logoethetik als Antithetik (im Sinne Fichtes) des Zeichens sich nicht mit dem Gesetz befaßt, mit der Gegenrede des Gesetzes (Nomos), wie die Anti-Nomie, sondern mit der Gegenrede und dem Gegensatz des Wortes selbst, könnte man die logothetische Methode auch lektonisch nennen, eine lektonische Antithetik. In der Logoethetik sucht man ja nicht das dem Signifikanten entsprechende gleiche Signifikat auf, sondern das dem Signifikanten entgegengesetzte Signifikat. Es handelt sich dabei also um einen Bruch, eine Brechung, eine Kreuzung. Der Widerspruch jedes Endlichen und der Übergang

in sein Entgegengesetztes bewegt sich innerhalb der Kette von Signifikant und Signifikat und sucht dort das binäre Gegenteil. Die Logothetik ist eine lektonische Antithetik, welche das gegenteilige, konträre Signifikat eines Signifikanten aufsucht. Durch diese semiotische Dialektik, die das Band zum Sein in einer immanenten Krümmung, Drehung des Lektons kappt, wird der Nomos des Realen erfaßt, weil das Reale selbst paradoxerweise durch das Lekton mitkonstruiert wird. Der Widerspruch einer Aussage mit sich selbst im Sinne der Formallogik ist nicht das Ziel der Logothetik; sondern der Widerspruch des Lektons mit sich selbst in der Weise, wo der Signifikant sich auf das gegenteilige Signifikat draufsetzt.

Aus dem Aufspüren des konträren, unterdrückten Signifikats erhellt sich die andere Bedeutung. Im Übergang eines Signifikanten zum entgegengesetzten das unterschlagene Wahre des Realen aufzusuchen, indem man im Signifikant das Signifikat seines konträren widersprechenden Signifikanten aufsucht, ist das Ziel der logothetischen Methode. Der Widerspruch im Lekton wird nicht durch das Gesetz (Nomos), sondern durch den Logos gelöst, aber nicht aufgelöst, sondern es löst sich aus dem Schatten der Primärbedeutung die verdrängte, eigentliche Bedeutung.

Wenn eine Boulevardzeitung jedem Exemplar ein Los beigibt, auf dem steht "jeder Leser gewinnt", löst sich daraus kein Widerspruch. Der Widerspruch ist scheinbar gar nicht vorhanden. Erst das Aufspüren des gegenteiligen Signifikats, eine Konversion der Signifikanten, löst eine gegenteilige Be-

deutung, die verborgene, eigentliche Bedeutung des Satzes heraus: "jeder Leser ein Gewinn". Um selbst zu gewinnen, um möglichst viele Leser zu gewinnen, wird dem Leser versprochen: jeder Leser gewinnt. Im Vertauschen des Signifikanten des Versprechens liegt der Gewinn - auf Seiten der Zeitung. Das Versprechen des Gewinns sichert den eigenen Gewinn.

Unsere These ist, daß die gegenwärtige Welt in einem erhöhten Maße solche logothetische Konversionen, Widersprüche und Strukturen aufweist, da die Welt sich selbst zunehmend immanent semiotisiert, versprachlicht.

Diese Semiotisierung der Gesellschaft kann von einem konservativen Standpunkt aus als der Verlust des Realen interpretiert werden, zumindest als Verlust der Referentialität zum Realen. Ich könnte auch sagen, das Ausmaß an Lüge, Schein, semiotischer Entropie nimmt zu.

Genau in dieser Situation befindet sich auch die Kunst seit 1900. Zunehmende Abstraktion, "Verlust der Mitte". Seit dem Aufstand der Abstrakten hat die Kunst die Referentialität zum Realen gekappt. Daher ist sie auch so ein geeigneter Focus für die logothetischen Strukturen der Welt.

Ist die Kunst aus der Referentialität entlassen, und das ist ja genau der Punkt ihres sogenannten "Verfalls", nämlich seit 1910, seit dem Aufstand der Abstrakten, operiert sie nicht mehr unter den Bedingungen des Realen, somit der Illusion. Als Operator des Realen wäre die Kunst ja dazu verdammt, zu repetieren, was die Realität vorgibt, sie diene

der Rationalisierung des Realen und würde damit zu einem Agenten der Unterdrückung; denn Rationalisierung des Realen heißt immer auch Legitimierung und damit Stabilisierung des Realen.

Sie verstehen nun, daß die erste Bedingung einer freien Kunst der Verlust ihrer Referentialität zum Realen sein muß, einer Referentialität im mimetischen Sinn, im Sinn einer Funktionabilität. Denn die wahre Realität ist durch das für die schon etablierte Wissenschaft, Politik und auch Kunst gültige Referenzsystem gebildet, das heißt durch die für die physikalischen, sozialen, ökonomischen Wissenschaften greifbaren Mechanismen und Modelle, denen die Kunst nichts mehr hinzufügen könnte, die sie nur wiederholen und schmücken könnte. Daher wird den künstlerischen Phänomenen keinerlei Realität zuerkannt, sondern nur eine illusorische Realität. Auch noch im Triumph des Illusionalen, im *trompe l'œil* ist der Sieg der Kunst ein Pyrrhus-Sieg, weil er den illusionistischen Charakter der Kunst nicht in Frage stellt, sondern bestätigt.

Seit der Antike ist der Schauplatz der Kunst das Drama der Illusion, wie die Anekdote von Zeuxis und Parrhasios bezeugt. Zeuxis malte Weintrauben, die so lebensecht waren, daß Vögel kamen, sich auf dem Bild niederließen, um die Weintrauben wegzupicken. So schien sein Triumph, der Triumph der Illusion sicher. Parrhasios übertrumpfte ihn jedoch. Als Zeuxis nämlich Parrhasios bat, den Vorhang wegzunehmen, damit er sehe was Parrhasios gemalt habe, bestätigte er seine eigene Illusion. Parrhasios hatte nämlich nichts anderes ge-

malte als den Vorhang. Der Vorhang war das Bild. Zeuxis war wie diese Vögel, welche auf die Illusion hereingefallen waren. Es gab nämlich hinter dem Vorhang nichts zu sehen, weil ja der gemalte Vorhang wie ein echter erschien bzw. der reale Vorhang nur ein gemalter war.

Ist aber Zeuxis wirklich nur der Illusion zum Opfer gefallen? Ist nicht der Sinn dieser Anekdote gerade der, uns zu zeigen, daß durch gewisse Techniken der Unterschied zwischen Real und Illusion nicht mehr eine Grenze, eine feststellbare, determinierte Grenze ist?

Ist nicht der Sinn dieser Anekdote, uns zu sagen: Nehmt diese Anekdote beim Buchstaben und bei ihrem wirklichen Sinn und seht: Der Vorhang ist das Bild. Das Bild ist ein Vorhang. Das Bild zeigt nicht, was es ist, und das Bild ist nicht, was es zeigt.

Indem das Bild sich solcherart entfernt aus dem Referenzsystem des Realen, das andere Formen der Erkenntnis, andere Sprachen gebaut haben, allein dadurch ist die Kunst befähigt, etwas anderes zu sagen als die schon bekannten Modelle, das Andere zu sagen, ja sogar von daher das Referenzsystem des Realen selbst zu hinterfragen.

An die Stelle der Referentialität, wo das Bild bloß zeigt, was das Reale sagt, tritt eine Methode, wo das Bild sagt, was das Reale nicht zeigt. Eben die logothetische Methode, die logothetische Kunstauffassung, die davon ausgeht, daß das Bild nicht zeigt, was es zeigt, das Bild nicht ist, was es zeigt, sondern sagt, was das Reale nicht zeigt.

Das versteckte, hinter dem Vorhang versteckte Bild des Par-

rhasios war ja nicht versteckt, sondern abwesend. Die Faszination des Bildes geht vom dem aus, was abwesend ist, was das Bild eben nicht zeigt. Präsenz durch Abwesenheit als Struktur des Bildes, als Logos des Bildes, ist eine Struktur, wo das Abwesende schon im Abwesenden, das Andere schon im Eigenen abgebildet ist. Der Vorhang *ist* das Bild. Das Verdeckte, das Abwesende, das Verdrängte, das Andere *ist* das Anwesende, das Eigene, das Vorhandene. Beides ist Bild. Der Logos des Bildes ist von dieser Struktur, wo das Abwesende und Anwesende, das Gesagte und Ungesagte zusammen präsent sind. Auf welche Weise? Symmetrisch? Asymmetrisch?

Die Struktur dieser Ineinander-Abbildung von konträren Signifikanten, von Innen und Außen, von gesagt und ungesagt, von gezeigt und ungezeigt, von versteckt und öffentlich, von bewußt und unbewußt, ist die Voraussetzung der Existenz des Bildes. Die Struktur dieser Co-Präsenz ist natürlich asymmetrisch, nach den Techniken der Sprache und des Traumes ausgebildet. Das Eine spricht im Anderen. Die Natur dieser Sprache ist logothetisch, gekennzeichnet von einer antithetischen Lektonik.

Wir können also nicht mehr davon sprechen, das Bild wäre eine Abbildung der Realität, nachdem uns Parrhasios ja die Struktur des Bildes gezeigt hat, daß das Verschlussene und Verdeckte gleichzeitig das Geöffnete und Gezeigte ist und deren Referentialität intrinsisch ist, nicht nach außen auf das Reale verweist - es war ja an diesem glitzernden Strand gar nicht das real vorhanden, was auf dem Bild gezeigt wurde.

Außer dem Meer, dem Sand, dem Fels und dem Bild selbst gab es ja nichts. Die Referentialien des Bildes artikulieren sich aus sich selbst, indem sie sich kreuzen.

Der Vorhang verweist auf das Verdeckte, das Abwesende verweist auf das Anwesende. Das *ist* nicht selbstreferentiell, auf sich selbst verweisend, auch nicht trans-referentiell, auf etwas anderes über sich hinaus, auf das Reale verweisend, sondern eine rückzügliche Schleife, ähnlich der Möbius-Schleife, eine Möbius-Referenz sozusagen.

Die Möbius-Schleife ist ja, wie Sie wissen, ein Band, das zerschnitten wird und dessen eines Ende dann umgedreht wird. Dadurch beginnen Sie auf dem Band oben zu laufen, dem Signifikanten des Anwesenden, Gezeigten, Bewußten etc. zu folgen, enden aber damit, daß Sie am Ende unter dem Band laufen, dem Signifikanten des Abwesenden, Verdrängten, Unbewußten folgen, obwohl Sie immer oben geblieben sind. Eine Konversion der Signifikanten.

Diese Art der Referentialität, diese Cross- und Quer-Referentialität des Bildes tritt anstelle der traditionellen linearen Referenz des Bildes zum Realen.

Die Grenze zwischen Realität und Illusion, zwischen anwesend und abwesend, zwischen bewußt und unbewußt ist also keine Linie mehr, sondern anstelle der Linie ein Labyrinth oder ein Borromäischer Knoten, wie Lacan vorzuschlagen beliebte.

Diese labyrinthische Struktur des Bildes, wo das Abwesende und das Anwesende, das Reale und die Illusion, das Bewußte und Unbewußte, das Gesagte und Nichtgesagte, das Inne-

re und das Äußere sich aufeinander abbilden wie Knoten, wie Glieder einer Kette, wie Gänge eines Labyrinths, als eine Art Akkumulation jener psychischen Techniken der Verdichtung und Verschiebung, der Übertragung und Verneinung, all das was die Psychoanalyse und die strukturelle Linguistik entdeckt haben.

Diese labyrinthische Struktur des Bildes ist es eben, was ich Logothetik nennen möchte. Der Logos des Bildes spricht nämlich nicht einfach vom Ort des Realen, als Signifikant des Realen, sondern die Bilder, alle die Bilder, welche die Welt in Museen, Büchereien und Wohnungen wie eine Art Netz oder Haut überziehen, arbeiten als Resultat jener Durchlöcherung des Realen durch das Imaginäre und Symbolische, welche durch die Sprache und die Bilder gleichzeitig effektiert werden. Die Sprache des Bildes ist gleichzeitig Produkt und Verursacher jener Durchlöcherung des Realen. Das Illusionäre ist nichts anderes als das Ergebnis jener Spaltung in abwesend und anwesend, in bewußt und unbewußt durch die Sprache.

Der Logos des Bildes spricht zu uns nicht real-referentiell, sondern cross-referentiell, schleifen-referentiell. Der Logos des Bildes spricht zu uns logothetisch.

Um die Jahrhundertwende, im Aufstand der Abstrakten, die im Bild das Referentiale zur Realität abgeschnitten haben, wurden auch auf anderen Gebieten Referentiale gekappt.

Ferdinand de Saussure's Linguistik und Freuds Psychoanalyse haben die eindimensionale Referenz des Realen, auf dem

das Modell der Beziehung zwischen Mensch und Welt bis dato aufgebaut war, transformiert, auf eine Weise, welche uns erst die gegenwärtige Philosophie von Lacan, Foucault, Baudrillard, Lyotard etc. klar macht.

Lacan hat am differenziertesten das klassische Referenzsystem des Realen verändert und dafür drei neue Ordnungssysteme vorgeschlagen, für deren Beziehungen er das Bild des Borromäischen Knotens wählte.

Ein Borromäischer Knoten besteht aus drei Ringen, von denen keine zwei wirklich ineinander greifen, die aber dennoch zusammenhalten. Wenn ein Ring aufgeschnitten wird, fallen alle drei Ringe auseinander. Das Reale zerfällt also ohne die Ringe des Imaginären und Symbolischen, die das Reale offensichtlich mitkonstruieren.

Die symbolische Ordnung ist die Ordnung der Sprache, welche die Trennung in Bewußt und Unbewußt effektiert. Der Gebrauch der Sprache hat einen Preis: die Verdrängung, die Verschiebung (Metapher und Metonymie).

Das Imaginäre ist das Reich des Vorsprachlichen. Die Rolle des Signifikanten, des Sprachlauts, des Sprachbildes ist in Lacans Konzept mächtiger als das Signifikat, das Signifizierte, der Begriff, auf den das Wort sich bezieht.

Das Reale ist also das Feld, auf dem das Imaginäre und das Symbolische interaktiv operieren, in rivalisierenden Versuchen, das Reale zu kontrollieren und zu gestalten. Das Reale ist das Ziel der Abwesenheit, der Widerstand oder das zu Verneinende, das Begehrte oder Bejahte, aber als solches ist das Reale nur durch signifikante Praktiken handhabbar.

Die Möbius-Schleife, wo oben zu unten und unten zu oben wird, gibt ein Bild davon, wie sich das Imaginäre und Symbolische ambivalent treffen und das Reale ausmachen. Das Vorhang-Bild von Parrhasios ist so eine Möbius-Schleife, wo das Inverse konvertiert.

Wir müssen also erkennen, daß das Bild selbst ein Ort des Imaginären und Symbolischen ist, des Unbewußten und Verdrängten, der Ort eines Verlustes und des Triumphes.

Wenn der Vorhang das Bild ist – und nicht besser kann uns das Wesen des Bildes gezeigt werden – ist das Bild nicht das, was es zeigt, sondern die Faszination steigt auf aus dem was abwesend ist. Das Bild zeigt nicht das, was es zeigt, sondern das Abwesende.

Insofern kann das Bild das zeigen, was die Realität nicht zeigt, das Unbewußte, das Verdrängte des Realen.

Das Bild wird zum Text der Psyche, zum Wort des Ungesagten. Das Unbewußte wird zum eigentlichen Betrachter. Das Sehen als Prozeß des Unbewußten? Diese Nähe des Sehens zum Unbewußten macht ja das Bild so verdächtig, so subversiv, daher kommen ja auch die Widerstände der Kirche. Der Vorhang zieht an, das dahinter Verdeckte und Verdrängte, das Abwesende bewirkt die Faszination des Bildes.

Das öffentliche Bild ist das versteckte Bild.

Das bewußte Bild ist das verdrängte Bild.

Dieser logothetische Prozeß des Bildes und des Sehens könnte in der Sprache de Saussures als Prozeß der Signifikanten bezeichnet werden.

Wenn das Bild nicht ist, was es zeigt und nicht zeigt, was es ist, befinden wir uns auf dem Feld der ausgetauschten Zeilen, der vertauschten Signifikanten.

In der Sprache der Signifikation könnte ich sagen, im-Bild durchqueren sich die Signifikanten.

Dadurch ist es möglich, daß das Bild weder Dekoration noch Instrument ist, kein Parasit der realen Welt, keine Realität zweiter Ordnung, sondern primär, dem Realen vorangehend.

Daher ist es nicht nötig, die Bilder durch die Welt, durch die Referenz auf das Reale zu erklären, sondern umgekehrt, das Reale – als Terrain der symbolischen und imaginären Signifikanten – wird durch das Bild erklärt.

Würde die klassische Bildbetrachtung und -befragung als Referenz des Realen sich selbst beim Wort nehmen, müßten sie ja den gesamten Prado als reaktionären Schund verdammen.

Dort kommt ja gar nichts Reales vor. Diese vollgestopften Säle mit Bildern der Heiligen und Könige, der sakralen und aristokratischen Hagiographie stellen ja nicht die spanische Realität dar.

Die logothetische Methode der Kunstbetrachtung kehrt also die klassische Ikonographie um und entblößt das Reale, findet das Reale eingewebt im Bild.

Die logothetische Methode erlaubt dem Subjekt, zu finden, was gesagt werden kann, ermöglicht dem Bild zu sprechen.

Im Bild durchqueren sich die Signifikanten. Um die Jahrhundertwende hat dieser Prozeß seine Evidenz aufgeschlagen.



Durch die fortschreitende Technologisierung, durch die technologische Revolution im Transport- und Kommunikationswesen hat die Realität in der Dreierstruktur Real-Imaginär-Symbolisch an Terrain verloren. Der Verlust des Realen in der abstrakten Kunst korrespondiert mit der Invasion des Imaginären und Symbolischen in die Realität. Die Technologie ist nicht anders zu verstehen als physikalische Implantation unseres Begehrens. Der Wunsch produziert die Werkzeuge. Der Wunsch nach dem Bild erzeugt die Kamera. Der Wunsch nach Displacement, nach Ent-Fernung, nach Aufheben von Ferne und Raum erzeugt die Eisenbahn und das Flugzeug.

Gleichzeitig mit der menschlichen Imaginierung der Welt durch die Technologie schreitet die Versprachlichung der Welt voran. Die Substanz, das Modell der Materie wird ersetzt durch das Modell der Sprache. Die Gesellschaft, die Welt wird immaterieller, die Ordnung der Sprache nimmt zu. Wie uns Lyotards Ausstellung "Die Immaterialien" vor einem Jahr demonstriert hat.

Das Imaginäre und Symbolische hat also das Reale zurückgedrängt. Die am Bild erkennbaren logothetischen Prozesse tauchen daher auch zunehmend in der Gesellschaft auf.

Der Aufstand der Abstrakten bezeugt die Lockerung der Verknotung der drei Ordnungen (Real-Symbolisch-Imaginär).

Der Triumph des referenzlosen Zeichens in der Abstrakten Kunst korrespondiert mit dem Zurückweichen des Realen seit der fortschreitenden Technologisierung.

Die Glieder der Verkettung der Signifikanten und der Verknotung der drei Ordnungen beginnen zu schleudern und

zu schlottern. Fällt ein Ring aus, sei es das Imaginäre oder Symbolische, sei es das Reale, wobei dieser Ausfall nicht nur ein Zerschneiden, Verschwinden, sondern auch ein Erstarren sein kann, ein Erlahmen, eine Apathie, dann kollabiert das Ganze, dann verkehrt sich das Edle in die Barbarei, die Kultur in den Krieg. Dann kehrt das Verdrängte als Schatten auf der Möbius-Schleife der gekreuzten Signifikanten nach oben, aber als verwandelter Schatten. Der gekreuzte Schatten des Menschen ist dann die Bestie.

Ich möchte mich nun auf einen Spezialfall der Logothetik und einige Anwendungen konzentrieren. Ich könnte sagen, der Zustand des Zeichen-Raumes der Welt heute ist ein Zustand der gelockerten Glieder der Signifikanten-Kette. Durch die fortschreitende Technologisierung ist ein Zustand erreicht, wo der Signifikant sich vom Signifikat löst. Er verselbständigt sich, er verabsolutiert sich. Die Signifikanten flöttieren frei ohne Referentiale. Aber in dieser freien Fluktuation des Signifikanten gibt es durch die binäre Dualität der Sprache eine Einschränkung, einen Spezialfall. Der Kombinatorik der Signifikanten, ihrem freien Flöttieren sind Grenzen gesetzt durch die Duplizität der Sprache selbst. Die Signifikanten flöttieren nicht wirklich frei, sondern der Signifikant löst sich zwar vom ursprünglichen Signifikat, aber er bewegt sich in einer Art Gegenbewegung - und auch das Möbius-Band ist ja ein binäres, duales Modell - auf sein Gegenteil zu: Der Signifikant setzt sich auf dem gegenteiligen Signifikat nieder. Auf der Ebene der Signifikanten-Kette bewegen sich die Signifikate zwischen binären Oppositionen anwesend,

abwesend, frei-gebunden, oben-unten, bewußt-unbewußt.

Losgelöst vom Signifikat bewegt sich der Signifikant die Signifikanten-Kette entlang und läßt sich auf dem gegenteiligen Signifikat nieder. Der Signifikant läutet beim Opponenten bzw. Nachbarn. Die Zersetzung des Realen durch das Imaginäre und Symbolische, durch die Signifikanten also, setzt sich fort und der Prozeß der Signifikation zersetzt sich gewissermaßen selbst. Dadurch wird aber das Abwesende, das Verdrängte, das Unbewußte, das vom Realen nicht Gesagte und Gezeigte freigesetzt.

Die Duplizität des sprachlichen Diskurses stützt den Flug der Signifikanten. Jeder Signifikant ist auch Signifikant des anderen. Wenn ich ihre Bewegung beschreibe, sehe ich, daß sie sich kreuzen. Der Signifikant "Lärm" löst sich, bewegt sich die Signifikantenkette entlang auf den Schienen der binären Opposition und senkt sich auf dem konträren Signifikat "Ruhe" nieder. Der Signifikant "Schweigen" (John Cage) setzt sich auf dem Signifikat "Musik" nieder. Die Signifikanten "Kunst" und "Lärm" besetzen das konträre Signifikat "Disco-musik". Diese Kreuzung der Signifikanten ist die hauptsächliche Theorie der logothetischen Methodik. Die logothetische Kunstbetrachtung verwandelt das Bild in ein Feld vertauschter Zeichen.

Parrhasios' Bild ist das erste Beispiel einer solchen Kreuzung der Signifikanten.

Diese Kreuzung der Signifikanten, diese Umkehrung entziffert die Welt im Lichte der Doppelbelichtung des Bildes.

Die Duplizität des Diskurses, wie ihn die Kreuzung der Signifikanten darstellt, frei von jeder referentiellen Illusion, räsoniert in Gegenbewegungen und Umkehrungen. Er zieht die Decke weg, um zu bedecken. Er bedeckt, um aufzudecken. In dieser Doppelbelichtung fällt das Licht vom Bild auf die Gesellschaft.

Klarerweise prallen die logothetischen Prozesse in der Kunst und der Gesellschaft besonders dann aufeinander, wenn die Gesellschaft versucht, das Rad der Geschichte wieder zurückzustellen und eine Ordnung des Realen ohne das Imaginäre und Symbolische herzustellen.

Die Kunst wird zum Focus des logothetischen Diskurses, wenn die Gesellschaft ihre Duplizität leugnen will. In der Ideologie des Deutschen Nationalsozialismus war dies der Fall. Daraus ist der panische Kampf des deutschen Faschismus gegen die Verfallskunst, gegen die entartete Kunst zu verstehen. Es gibt ja kein Regime, das der Kunst so viel Wichtigkeit, so viel Relevanz zuerkannt hat wie die NS-Zeit. Daher hat die NSDAP auch so obsessiv und psychopathologisch die moderne Kunst bekämpft, mußte sie bekämpfen als Produkt seines eigenen Wahns. Die entartete Kunst zeigte dem Nationalsozialismus im logothetischen Spiegel seine eigene logische Blendung. Im Spiegel der Kunst bekämpfte der Nationalsozialismus eigentlich sich selbst.

Ein exemplarisches Modell für die logothetische Kunstbetrachtung ist daher die Ausstellung "entartete Kunst". Im logothetischen Prozeß des Bildes kommt das Sehen als Prozeß des Unbewußten und als verdrängtes Wissen im logothetischen

Prozeß der Gesellschaft zum Ausdruck. Was die Nazis, was Deutschland unbewußt wußte, das sah es in der Kunst. Was Deutschland verdrängte, was es zurückdrängte, was es nicht sehen wollte, was es mit einem Vorhang (des Humanismus) bedeckte, seine eigene Barbarei und "Entartung", das sah es interpretierend, verleitet von seinem eigenen Unbewußten, in der abstrakten und expressiven Kunst, die aber nicht war, was Deutschland darin zu sehen glaubte. Nur einer Projektion auf dem Feld der vertauschten und gekreuzten Signifikanten entspringt dieses Program auf die moderne Kunst.

Das Titelblatt der Ausstellung "Entartete Kunst" (1937) ist ein zentrales Beispiel für die logothetische Funktion der Kunst, für die logothetische Kunstbetrachtung und für Logo-Kunst. Es zeigt eine Plastik des "jüdischen Künstlers" Otto Freundlich, der seit 1924 in Frankreich lebte und 1943 im KZ Lublin-Majdanek starb. Die Plastik zeigt verzerrte, expressiv gesteigerte Gesichtszüge, und hat den Titel "Der neue Mensch". Im "Führer durch die Ausstellung" schreibt der Führer selbst über den neuen Menschen: "Niemals war die Menschheit im Aussehen und ihrer Empfindung der Antike näher als heute. Sport-, Wett- und Kampfspiel stählen Millionen jugendlicher Körper und zeigen sie uns nun steigend in einer Form und Verfassung, wie sie vielleicht tausend Jahre lang nicht gesehen, ja kaum geahnt worden sind. Ein leuchtend schöner Menschentyp wächst heran... Dieser Menschentyp, meine Herren prähistorischen Kunststotterer, ist der Typ der neuen Zeit. Und was fabrizieren Sie? Mißgestaltete Krüppel und Kre-

tins, Frauen, die nur Abscheu erregend wirken können, Männer, die Tieren näher sind als Menschen...". In einem Werbeblatt zur Ausstellung war zu lesen: "Gequälte Leinwand, seelische Verwesung, krankhafte Phantasten, geisteskranke Nichtsköner. So, wie jener 'Staat' war seine 'Kunst'."

In diesen zwei konträren Bildern des neuen Menschen, entworfen von Freundlich und Hitler haben wir zwei konträre Signifikanten vor uns. In ihrer Kreuzung fundiert der fast pathologische Zwang, mit dem Hitler die Kunst anprangert, Hitler erliegt der Faszination des Abwesenden, des konträren Signifikats. In einem logothetischen Prozeß des unbewußten Sehens, sieht er in den Bildern der "entarteten Kunst" genau das, was er selbst nicht sehen will, was die Realität selbst noch nicht zeigt, was aber unsichtbar schon anwesend ist. Hitler kämpft gegen die entartete Kunst, weil er sich gegen das auflehnt, was ihm das Unbewußte von seinem Traum des neuen Menschen sagt. Daher ist es auch von einer historischen Zwanghaftigkeit, daß gerade Freundlichs Skulptur auf das Titelblatt kam. Denn dadurch spitzt sich die Opposition der Signifikanten zu. Im "neuen Menschen" Freundlichs sah Hitler seinen Traum in jenen Alptraum verwandelt, der er einige Jahre später realiter war. Hitler versuchte diesen Traum zu bannen, indem er die Kunst verbannte und die Künstler verbrannte. Was das soziale Unbewußte Deutschland über seine politische Realität sagen wollte, das artikulierte sich in der Kunst. Im Fluch gegen die Kunst sollte das Unbewußte, die von dort her drängende Wahrheit über das

Soziale, unterdrückt werden. Alles was Hitler über die Kunst sagte, sagte er eigentlich über seine Politik und über Deutschland: "Mißgestaltete Krüppel und Kretins, Frauen, die nur Abscheu erregend wirken können, Männer, die Tieren näher sind als Menschen...", das war genau das, was er fabrizieren sollte. "Seelische Verwesung, krankhafte Phantasten", genau das galt für die Politik von Hitler-Deutschland. In der Tat, "so wie jener Staat war seine Kunst", allerdings im Spiegel der Kreuzung der Signifikanten zu betrachten. War das Ziel der Ausstellung, "Einblick zu geben in das grauenhafte Schlußkapitel des Kulturzerfalls" und klarzustellen, daß es sich bei der Kunstentartung "um einen planmäßigen Anschlag auf das Wesen und den Fortbestand der Kunst überhaupt" handle, so wurde ebenfalls über sich selbst gesprochen, denn klarerweise handelte es sich bei dem Unternehmen der Nazis "um einen planmäßigen Anschlag auf das Wesen und den Fortbestand der Kunst überhaupt", wurde Einblick gegeben in ein "grauenhaftes Kapitel des Kulturzerfalls" durch "treibende Kräfte der Zersetzung". Leni Riefenstahls Film "Triumph des Willens" ist voller logothetischer Bilder, z.B. wenn sie die Schönheit gestählter Körper im Sinne von Hitlers neuem Menschentyp zeigen will, in diese sich aber Flammen überblenden, wird auch hier schon das künftige Schicksal dieser Menschen, in "Stahlgewittern" zu verbrennen, unbewußt preisgegeben.

Leider ist dieser einmalige und für die europäische Kulturgeschichte zentrale Aufprall von Kunst und Politik stets fast ausschließlich nur moralisch diskutiert worden, so daß die-

sem wichtigen Ereignis seine philosophische Dimension und damit seine eigentliche Bedeutung genommen wurde. Ein Lemma der besonderen Art für meine Thesen ist auch in der Tatsache zu erblicken, daß der Goebbels-Erlass vom 30. Juni 1937 zur Vorbereitung der "Schandausstellung" partout von der 'Verfallskunst seit 1910' spricht. Goebbels datiert also die "Verfallskunst" genau mit jenem Jahr, wo das Band zum Realen entweder abstrakt (Kandinsky schuf sein erstes abstraktes Bild) oder expressiv (Walden gründete die expressionistische Zeitschrift "Sturm") gekappt wurde. Der Verlust des Realen in der Kunst, der erst die Voraussetzung dafür schuf, auf die untersuchte Weise das Wahre über das Reale auszusagen, war für Goebbels ein Verfall. Dr. phil. Joseph Goebbels, einst gefördert vom Literaturwissenschaftler Friedrich Gundolf aus dem George-Kreis, deswegen wollte ja Goebbels später Stefan George zum Präsidenten der Reichsschrifttumskammer machen, datierte feinsinnig korrekt. Der "Verfall" jener Kunst, die er bekämpfte, begann in der Tat 1910 durch den Aufstieg des Signifikanten und das Abrutschen des Realen. So zielsicher strebte daher eine Blut- und Boden-Ideologie, welche die fortschreitende Durchlöcherung des Realen mit symbolischen und imaginären Ordnungen nicht akzeptieren wollte, in den Kampf und auf die Spitze der Signifikation zu, wie er im Kampf um die Kunst als Sicherung des Realen zum Ausdruck kommt.

Wenn ich sagte, das Bild zeigt nicht, was es zeigt, und ist nicht, was es zeigt, sondern sagt, was das Reale nicht zeigt, verstehen Sie hier vollkommen die logothetische Methode der

Bildbetrachtung. Freundlich's Skulptur eines verzerrten barbarisch anmutenden Menschen und die Bilder der "entarteten Kunst" sagen nämlich genau das, was bald Realität war und damals die Realität noch nicht zeigte: die Barbarei und Entartung von Nazi-Deutschland. Die Bilder und Skulpturen der "Schandausstellung" von 1937 sagten von Deutschland genau das, was Hitler von der entarteten Kunst sagte, sagte vom neuen Menschen genau das, was er damals schon war und was in der Realität erst später deutlich wurde, ein Barbar. Die Bilder der "Schandausstellung" waren nicht, was sie zeigten, und zeigten nicht, was sie zeigten, sondern die Kunst sagte etwas, was die Realität (noch) nicht zeigte, nämlich die Wahrheit über den Zustand Deutschlands.

So wie "Kauft nicht bei Juden" zu "Buy American" oder "Kauft österreichische Qualität" wurde und "born to die" zu "born to buy" wurde, ist bekannt, daß Werbung, Advertising und Konsumideologie in liberaler und moderater Form Strukturen des Faschismus fortsetzen. Die logothetische Kunst Hitler-Deutschlands realisiert sich daher in verstärktem Maße in der consumer society. Die logothetische Bildbetrachtung wird dabei besonders notwendig. Die Künstlerauswahl einer großen Sammlung wie des Werbe-Tycoons Saatchi, die zahlreiche Bilder von Anselm Kiefer und Georg Baselitz enthält, ist unter diesen Aspekten zu sehen. Wobei das, was Saatchi fasziniert, eine weitere Konversion ist. Als Werbestrategie ist er nämlich umgekehrt fasziniert von der Aura der faschistischen Ideologie, welche das Feld der Signifikation in den Arbeiten von Baselitz und Kiefer sind. Die corporate society, die Fir-

men-Gesellschaft, hat als liberale Version des Nationalsozialismus Interesse an den Logos (Firmenzeichen) dieser Ideologie. Aus der Verwandtschaft von Kapitalismus und Nationalsozialismus entspringt die Faszination der Neo-Expressiven. Der amerikanische Imperialismus (Korea, Vietnam etc.) fühlt sich klarerweise angezogen von den Standarten und Zeichen des Dritten Reiches, und deren ambivalente Spiegelung in den neo-expressiven Werken ist ja auf "demokratische Weise" sein einzig legitimer Zugang, da er ja selbst eine gedämpfte Version eines Weltkriegs darstellt. Kiefers Kriegsbilder, Bilder der verbrannten Erde in einer eleganten Wohnung der Madison Avenue sind auf eine bestimmte Weise vergleichbar den Bildern von Munch, Marc, Gauguin in Görings Privatschloß Karinhall. Von diesem doppelten Salto der Signifikanten ist die moderne Welt gekennzeichnet. Mit ihm schlüpfen wir in den Bauch des Biestes, in die zynische Utopie als einzige mögliche. In einer dritten Drehung der Signifikanten könnten wir sagen, daß Kiefers Kriegsbilder in amerikanischen Sammlungen den latenten Kriegszustand des Kapitalismus, seine Politik der verbrannten Erde in Nicaragua etc. aufzeigen. Durch ihre künstlerische Wahl sagen auch die Amerikaner etwas über ihr Land, was sie real nie sagen würden und was die Realität (noch) nicht zeigt.

Auch die Vorliebe großer internationaler Firmen wie ITT etc. für monumentale Lobby-Kunst, das ist Kunst eigens für die riesigen Vorhallen der Multis hergestellt, entstammt den gleichen Quellen. Die Kunst, welche für große Gesellschaften, für Banken und Konzerne, nähert sich immer mehr der Image-

politur. Um das Erscheinungsbild einer Firma, ihre Corporate Identity positiv auszuweisen, werden üblicherweise ausgeklügelte Firmenzeichen (Logos nennt man sie in der Werbesprache) und optische Reklamefeldzüge entworfen. Eine der Aufgaben dieser visuellen Corporate Identity ist, der Firma eine selbständige Kompetenz, eine besondere Individualität zu verleihen. Hierbei gibt es zwei interessante Tendenzen in jüngster Zeit. Zum einen den Transfer künstlerischer Identität zur Corporate Identity, siehe Beuys und andere. Zum anderen die logothetische Konversion in ihrer Werbung. Wenn zum Beispiel IBM mit einer chaplinesken Clown-Figur wirbt, benützt sie das Image eines populären und großen Künstlers, um ihr eigenes Image aufzupolieren, und verhüllt sie in einer Kreuzung der Signifikanten ihre eigentliche Identität. Der Signifikant Clown bedeutet ja unter anderem, ein Hilfloser, Ausgestoßener, Underdog, Spaßmacher, Guter, Machtloser, Aufständischer etc. zu sein, also gerade das Gegenteil, von dem was IBM wirklich ist. Mit seinem Logo (dem Clown) signifiziert IBM gerade das Gegenteil seiner realen Bedeutung. Der Signifikant klingelt beim konträren Signifikat.

"Fette Jungs" - ein schöner konträrer Name für eine Band in einem Land, wo alle besessen sind vom Schlanksein - die Fat Boys singen ihren Rap-Hit:

"Calvin Klein ain't no friend of mine  
I don't want nobody's name on my behind".

Calvin Klein ist der Schöpfer von Unterwäsche, der durch eine sehr aggressive sexuelle Werbung populär geworden ist und dessen Name auf vielen amerikanischen Unterhosen mächtig leuchtet.

Die Fat Boys singen also barsch:

"Calvin Klein, bleib daheim  
ich will niemandes Namen auf meinem Arsch."

Wir sind aber gewitzt genug, um an diesen Protest nicht mehr zu glauben, zu lange und zu oft haben wir schon gesehen, wie aus Künstlern des Protests Staatspreisträger geworden sind, wie aus Brandstiftern Feuerwehrmänner wurden, wie Kunstwerke, die den Kapitalismus angreifen, gerade am liebsten von Banken angekauft werden, wie Beuys von der Deutschen Bank.

Wir wissen also, daß die Fat Boys sicherlich nichts dagegen hätten, wenn ihr Name auf unseren Ärschen prangte. So nimmt es denn auch nicht wunder, wenn sie in ihrem Musikvideo die Kamera ganz deutlich auf ihre Arme richten: hopp-la, watch, die Jungs tragen ja eine Swatch, zeigt uns die Kamera.

Noch weniger nimmt es wunder, daß eine der letzten Kampagnen von Swatch, eine schweizer Uhr, von Keith Haring designte Uhren sind. Keith Harings Kunst hat als Quelle die Graffitis von der N.Y. Subway, stammt aus einer Art unterirdischem Krieg der Zeichen von Jugendlichen, die gegen die offizielle Linie der weißen Mehrheit der Stadtbevölkerung kämpfen - eine Protestform. Gerade dieser Krieg ist nun nahtlos und blitzschnell wieder zur Linie der offiziellen Mehrheit, ja sogar zu einer Uhr aus der biedereren Schweiz geworden, die vor Jahren noch brutal jede jugendliche Protestform unterdrückt hat. Die Schweiz hat die realen jugendlichen Autonomiebestrebungen mit militärischer Gewalt vernichtet und

bekämpft, die akademische Ästhetisierung dieses Krieges aber mit offenen Armen aufgenommen. In dieser Konversion von einer kriegerischen Stilstrategie (Graffiti) zur offiziellen Werbelinie eines Konsumproduktes, zu einem Produktdesign, von einem abweichenden Stil einer Minderheit zum Stil des Mainstreams, erkennen wir die Kreuzung der Signifikanten. Auch Elton John singt nicht mehr 'Sad Song' sondern schaltet die Silben anagrammatisch ein bißchen um in 'Sassoon', den Namen einer Blue Jean Firma, der früher ein Name für ein Parfüm war. Elton John singt dann:

'When every little bit hope is gone,  
Sassoons says so much.'

'Wenn alle Hoffnung dahin gefahren ist,  
dann sagt dir Sassoon so viel.'

Mit der Graffiti-Uhr am Arm verdreht der Anpaßler sein Image ins Gegenteil, in das eines Stadtkriegers. Bei genauerer Betrachtung könnte man aber bemerken, daß Harings Stil von vornherein der Stil der Madison Avenue ist, nämlich klare Outline-Linien, gefüllt mit flachen, monochromen Farben. Die Graffiti-Kunst hat im Gegenteil durch ihr Werkzeug, die Spraydose, diffuse Linien, Überlagerungen, Schichten von schillernden Farben. Haring kommt eher vom Comic Strip und von der Reklame-Kunst. Daher eignen sich seine Skulpturen, die dreidimensionale Verwirklichungen seiner zweidimensionalen Zeichnungen sind, so ideal für die Vorhöfe, Vorgärten und Lobbys internationaler Multis. Denn auch sie geben der Firma das Image des konträren Signifikats, jung, unangepaßt, frei zu sein. Die großen Gesellschaften, die eigent-

lich das System tragen, welches die Jugendlichen und die Minderheiten ausmerzen will, welche zu den Quellen gehört, die Ursachen sind für die Misere der Minderheit, nehmen ihren Opfern nicht den Skalp, sondern den Stil. Diese Firmen schaffen soziale Zustände, gegen die Jugendliche und Minderheiten nicht mehr real, sondern nur mehr mit Stil, mit Zeichen, protestieren können. Dieser Stil hängt dann ästhetisch anverwandelt gerade an den Wänden dieser Firmen. So wie zum Beispiel die Top Etage der Deutschen Bank in Frankfurt mit Beuys-Werken angefüllt ist, und ein zentrales Motiv in Beuys' Werk der Kampf gegen den Kapitalismus war.

Vor solchen Komplizenschaften und Verwicklungen die Augen zu verschließen, hieße sich sowohl vor der Kunst, wie auch vor der Realität blind zu stellen.

Die Funktion der Kunst als Konverter der Corporate Identity in einem logothetischen Prozeß ermöglicht den beliebigen Transfer, die beliebige Kreuzung aller Signifikanten, aber wie schon anfangs gesagt, schließlich doch auf der Schiene binärer Oppositionen. Denn auch der Signifikant des Produkts löst sich vom Produkt, wird frei und setzt sich dann auf dem gegenteiligen Signifikat nieder. Der Signifikant eines Produktes muß sich heute gar nicht mehr auf irgendwelche Eigenschaften des Produktes selbst beziehen und sie loben. Der Signifikant schwebt. So kann zwischen verschiedenen Images, Identitäten frei herumgeschoben werden.

Ob Beuys mit seiner Personal Identity für Whisky oder für die Deutsche Bank Reklame macht, ist egal, beliebig. Wich-

tig ist nur, daß das visuelle Erscheinungsbild von Beuys (die Fliegerweste, der Hut etc.) als Logo der Kunstfirma Beuys positiv besetzt ist. Die Signifikationen von Beuys' Logo und Werk, die Corporate Identity der Kunstgesellschaft Beuys kann dann auf andere Corporate Identities übertragen werden. Signifikanten wie Authentizität, Menschlichkeit etc., welche die Corporate Identity von Beuys' Kunst sind, können dann auf Firmenprodukte übertragen werden und sich auf dem gegenteiligen Signifikat niederlassen.

Rückwirkend können wir erkennen, daß das visuelle Erscheinungsbild eines Künstlers, seine bohémehafte Kleidung oder andere Stilisierungen frühzeitige Versuche waren, sich selbst eine eigene Corporate Identity (C.I.) zu geben. Der Künstler war also das Modell für die großen Firmen, für die Marktstrategien. Das Logo eines Künstlers, seine Signatur, seine C.I. waren Vorgriffe auf die heutige Gesellschaft, wo große Firmen dominieren.

Das führt zu solchen Paroxysmen, daß Künstler gleich direkt das Logo einer Firma, oder einer Person, künstlerisch bearbeiten, wie es Warhol getan hat oder jüngst Jiri Dokoupil, der bekannte Firmenzeichen als Skulpturen ausstellte.

Kunst war offensichtlich schon immer Logo-Kunst, für das Erscheinungsbild großer Konzerne zuständig, hieß der Konzern nun Kirche oder Bank oder Bier. Die religiöse Ikonographie ist zur Logographie der Warenwelt geworden. Firmenzeichen, Dienst am Logo, ersetzen den Dienst am Sakra-

len, dem religiösen Erscheinungsbild. Die Corporate Identity der Kirche und der Kaiser, für welche Michelangelo und Goya sorgten, profanisiert sich in der Corporate Identity für IBM, MGM etc., die Warhol, Beuys und andere besorgen.

Wenn Blue Jeans die letzte Hoffnung der Desperaten sind, dann ist der Stand der Dinge allerdings desperat. Wenn heute die gesamte Rock- und Popszene, von Debbie Harris (Blondie) bis zu John Lurie von Lounge Lizards für Limonade, Bier und Jeans singt, dann ist in der Tat ein Grad der Desperatheit erreicht, dessen Fixpunkt Debilität ist.

Der Zustand der Pop Kultur, der Konsumgesellschaft und seines Publikums ist die extremste Debilität und Servilität, die vorstellbar ist. Man denke nur an den infernalischen Schwachsinn und Schwindel von Satelliten-Konzerten wie "Live Aid for Africa".

Doch auch hier interessiert uns nur die Konversion der Signifikanten. Wie nämlich die Signifikanten des Rock'n'Roll, Rebellion, Aufstand, Randalie, Lärm, Chaos, Energie, von der Konsumgesellschaft umgedreht werden und auf Produkte mit gegenteiligen Signifikaten gesetzt werden. Ganze Tournéen (wie z.B: der Rolling Stones, eine der lächerlichsten Pop-Gruppen) werden auf diese Weise von Multikonzernen gefördert.

Das Logo des Rock'n'Roll wird zum Logo der Firma, aber gekreuzt, so daß schließlich weder der Rock, noch die Firma mit ihrer Signifikation übereinstimmen, sondern beide Teile einer Welt der Falsifikate, der gefälschten Papiere sind. Der Rock wird lau, der Konzern dynamisch.



Konzerte für Konzerne, Graffitis für Gemeindegunst. Während Harald Naegeli, einer der originalen Erfinder des Spray-Stils in der Schweiz, für seine Kunst eingesperrt und meine Studenten für Spray-Aktionen noch verhaftet wurden, hat die Gemeinde Wien für die Wiener Festwochen 1986 zwei New Yorker Straßenkünstler, nämlich Keith Haring und Jenny Holzer eingeladen, welche auf Bestellung und auf vorgegebenen Wandflächen Graffitis und Sprüche anfertigten. Dieses zynische Schauspiel eines subventionierten "Kriegs der Zeichen" ist auf der Ebene des Signifikats ein Frieden. Versöhnungs- und Überläuferkünstler mit der Flagge des Krieges. Eine neue ästhetische Kategorie, die Überläufer-Ästhetik, entsteht. Auch sie ist geprägt von der Konversion der Zeichen wie die Logo-Kunst der Banken. Logo-Kunst ist die eigentliche Kunst der 2. Hälfte des 20. Jahrhunderts. Die Beispiele sind endlos.

Eine Bank in Österreich, die Erste Österreichische Sparkasse, wirbt mit einem Hund. Ihr Logo ist ein lang- und schlappohriger Hund. Der Signifikant des Hundes, den man einen Tritt geben kann, der aufs Wort gehorcht, der Dein Sklave ist, der von Dir lebt, ist aber wieder das Gegenteil des Signifikats der Bank, die von Dir lebt, die Macht über Dich hat, die Dir einen Tritt gibt, wann immer sie will etc. Die Bank nimmt also den konträren Signifikanten ihres Signifikats. Auf der Ebene des Logos wiederholt sich hier das Gleiche, wenn einer der größten Berliner Bauspekulanten, Herr Marx, oder die Deutsche Bank, mit Herrn Abs (aus Hitler-Deutschland) an der Spitze, Beuys sammelt.

Diese logothetische Konversion ist ein zentraler Kern der Kultur. Magritte hat ihr in seinem Bild mit dem bezeichnenden Titel "Zur Preisung der Dialektik" visuell Ausdruck gegeben: man schaut in ein Fenster hinein, was man aber innen sieht, ist das, was man sehen würde, wenn man herausschaute, nämlich die gegenüberliegende Hausfassade.

Diese visuelle Verdrehung gibt eine gute Vorstellung von der Kreuzung der Signifikanten, die aber nicht flächig, graphisch, sondern räumlich, holographisch aufzufassen ist. Diese Kreuzung ist gleichzeitig eine spiralenartige Drehung im Raum, so daß die verschiedensten Signifikate in ihr Gegenteil umkippen und zwar pausenlos. Dieses stete Umkippen und Konvertieren in konträre Signifikanten ist die dominierendste Eigenschaft des gegenwärtigen Zivilisationsprozesses. Ob wir es wahrhaben wollen oder nicht: nichts gilt mehr, nichts bleibt gleich. Authentisches und Falsifikate changieren. Frei flottierende Signifikanten codieren ihr jeweiliges Lektion.

Die logothetische Bildbetrachtung ist angesichts dieser Empirie die scheinbar einzige, weil korrespondierende Möglichkeit, im Herzen der Finsternis temporäres Licht zu spenden.

Wenn im österreichischen Magazin "Profil" (Nr. 45/1985) für "Vienna. The heart of Europe" mit einem Foto Sigmund Freuds Reklame gemacht wird, dieses Foto aber ausgerechnet jenes ist, das Freud im Zug nach London bei seiner Vertreibung durch die Nazis zeigt, so wissen wir, was der abwesende Signifikant des Bildes eigentlich sagt. Freud ist gar nicht will-

kommen, sondern unter dem Signifikant "Welcome" steht noch immer das Signifikat "Abschied". Freud ist also immer noch unerwünscht, soll weg und fern bleiben. Diese Bildauswahl ist genauso wenig beliebig wie die Wahl von Freundlichs Skulptur für das Titelblatt der "Schandausstellung" von 1937. Verleitet von unbewußten Wünschen wurde gerade dieses Bild ausgewählt, das konträr zu seiner Signifikation die Wahrheit über die österreichische Realität aussagte, nämlich den latenten Anti-Semitismus und Faschismus in Österreich. Dieses Bild hat die Wahl Waldheims, eines faschistischen Opportunisten, als österreichischer Präsident 1986 vorweggenommen. An diesem Bild hätte die Wahl Waldheims prognostiziert werden können.

Auch dafür gilt ein Bildnis Margrittes mit generellem Anspruch. Im Bild "Verbotene Reproduktion" blickt ein Mann in einen Spiegel und sieht sich aber nicht von vorne gespiegelt, sondern er sieht seinen Hinterkopf, er sieht sich von hinten, von der abwesenden Seite. Im "Vienna"-Reklame-Bild konnte man Österreich von hinten sehen, seine abwesende, verdrängte, vergessene Seite. Weniger subtil sind da jene Mechanismen, die so zahlreich sind, daß sie gar nicht mehr auffallen, nämlich die Bildlegenden. In einer französischen Zeitung war ein Großbericht über Wien zu sehen. Ein Foto auf zwei Magazin-Seiten mit dem Titel "Wien" zeigte aber nicht Wien, sondern Salzburg. Klar, weil Salzburg als Signifikant (mit seinen dichtgedrängten, barocken Kirchen und Schlössern) viel mehr wie Wien aussieht als Wien selbst. Das Bild von Salzburg ist der Idee, der Vorstellung von

Wien viel näher als das Bild von Wien selbst. So kann man also am besten Wien durch ein Bild von Salzburg darstellen, so wie man am besten durch Kriegszeichen den eigentlichen Frieden darstellt. Der Bestseller-Erfolg von Walraffs "Ganz unten" verdankt sich wahrscheinlich genau solchen Mechanismen, desgleichen der Erfolg des Films "Amadeus". Mozart als Punk kann als Erfolg nur noch übertroffen werden durch Mozart als Chinese, denn es gibt 400 Millionen chinesische Zuschauer, und ob Punk oder Chinese ist einerlei, denn von der Wahrheit sind beide gleich entfernt. Die Wahrheit ist im heutigen Zeichenraum ein Handtuch, in dem jeder seine Hände auswischen kann.

Das weiß auch die Werbung schon, daher betont sie in einer Emphase des Tautologischen, wenn etwas wirklich wahr ist, daß es wirklich wahr ist. Sie designiert dann das Logo: "Oliven-Olivenöl". Weil Olivenöl kann mittlerweile schon alles sein. Der Signifikant ist entwertet. Jetzt hilft entweder ein C.I. eines Künstlers, wie Beuys trinkt japanischen Whiskey, Philip Glass, der Guru der Meditationsmusik, verkauft Scotch und John Lurie, der Star "armer" Filme wie "Stranger than Paradise", wirbt mit seiner C.I., mit seiner Person, für Limonade. Da am Produkt selbst keine Eigenschaft mehr glaubhaft ist, verzichtet man auf Preisungen realer Eigenschaften, sondern verspricht nur mehr leere Signifikanten, nur mehr ein Zeichen-Ereignis statt eines sinnlichen Ereignisses: "The uncommon denominator" für Rose's lime juice, oder umgekehrt, ein sinnlich leeres Ereignis wird zu einem sinnlich besonders erregenden umcodiert (Mineralwasser "belebt die Sinne").

Die Emphase der Tautologie ist der doppelte Boden, in den die Lüge gepackt werden soll. Wenn daher eine Immobilien-Firma sich New York Land nennt, weiß der Logothetiker, daß es sich auf keinen Fall um eine New Yorker Firma handeln kann. In der Tat, die Besitzer von New York Land sind hauptsächlich Ismelda und Ferdinand Marcos, philippinische Ex-Diktatoren, und die Firma Kumagi Gumi aus Japan. Eben weil es in der Epoche der multinationalen Konzerne und der multinationalen Wirtschaft keine lokale Authentizität mehr geben kann, wird versucht, ihr Fehlen durch doppelte Signifikation wie "Oliven-Olivenöl" zu verdecken.

Wenn die Demokratie noch nicht demokratisch und das Klassensystem noch nicht abgeschafft ist, dann sind wir zumindest alle Mitglieder einer Klasse, und womöglich einer Klasse, in die wir uns leicht (Konsumgesellschaft) einkaufen (Kapitalismus) können. Es gibt diese Klasse, es ist das neue Klassensystem der Designprodukte.

Wenn es Kleider gibt, deren Firmenname MEMBERS ONLY ist, NUR FÜR MITGLIEDER, dann zeigt das deutlich, daß wir *nicht* in einer demokratischen, klassenlosen Gesellschaft leben, daß wir *nicht* alle Mitglieder der realen Gesellschaft sind, sondern daß es neue Klassen gibt, die Lacoste, Dior, Gucci, Fiorucci etc. heißen. Die bloße Existenz einer Kleider-Etikette "Members only" verweist auf den Ausschluß aus der Klasse, aus der Gesellschaft.

Alle Gesellschaft ist eine Consumer-Society geworden, in der die Mittel des Protestes (siehe Graffitis) zu Mitteln des Kommerzes werden, solange die Sprache des Protestes keine

Sprache der Differenz mehr ist. Die alte Sprache ist vollkommen korrumpiert. Die alte Sprache, das ist die Sprache, die von Freiheit, Gleichheit, Gerechtigkeit, Brüderlichkeit, Menschlichkeit etc. spricht. Mit dieser Sprache verkauft man heute das Gegenteil. Mit dieser Sprache kann höchstens noch die Werbung Produkte konträrer Signifikation verkaufen. Diese alte Sprache ist vollkommen kaputt, sie dient der Verwirrung und der Ausbeutung. Die alte Sprache ist ein smooth operator.

Die Stimme der Freiheit kommt heute vom Playback, sowie einst die "Stimme Europas", eine Radiostation, die Stimme Amerikas war. Die Stimme der Vernunft spricht lippensynchron, sie spricht nicht mehr selbst, sondern sie spricht lippensynchron zu dem, was vom Band kommt. Vom Band kommt his Masters Voice. Die Masters sind die Mächte der corporate society, der Firmengesellschaft, die eine neue feudale Gesellschaft ist. In der Konsumgesellschaft können die Menschen "frei" und "vernünftig" sprechen, denn auch die Anweisung zur Freiheit und Vernunft kommt vom Band. Ob frei oder "frei" - es gibt keinen Unterschied mehr.

Signifikanten der Freiheit, wie Kunstwerke, werden in Bankfilialen, Orten der Unfreiheit, ausgestellt.

Banken und Konzerne unterstützen Kunst, Galerien werden zu Kunstbanken. Die Namen der Sponsor-Firmen sind oft auf Plakaten zahlreicher und deutlicher zu lesen als der Name des Künstlers. Daß das griechische Wort "logos" (Geist, Vernunft) zu logos (Firmenzeichen) verkommen ist, ist nur ein Symptom. Logo-Kunst herrscht überall. Die logothetische Me-

thode begibt sich in die Mundhöhle der Macht selbst und dreht ihr dort das Wort um. Die logothetische Methode scheint nur eine Möglichkeit, die Sprache der Logo-Kunst, die Sprache der Macht zu entziffern.

Meine Anwendung der logothetischen Methode erstreckte sich vom Nationalsozialismus zum corporate capitalism. An ihnen hat sich auch die logothetische Methode entwickelt. Ein Ergebnis war, logothetische Strukturen sowohl im Nationalsozialismus wie im Kapitalismus aufzuzeigen, so daß die Logo-Kunst der Konsumgesellschaft wie ein Spezialfall der Kunstproblematik im Dritten Reich erscheint, nur mit umgekehrten Vorzeichen. Dort Verfemung, hier Verbrüderung. Insofern ist nun der Sophismus "Keith Haring ist der Arno Breker der Konsumgesellschaft" verständlich, hoffe ich. Die logothetische Verschiebung bzw. Konversion bzw. Kreuzung der Signifikanten, deren Ursachen wir an der Kunst untersucht und deren Struktur wir vorgestellt haben, geht also über die Kunst als Domäne hinaus. Weil die Zeichen des Realen die Realität selbst verdrängt haben, sich an seine Stelle gesetzt haben, aber eben auf die logothetische Weise, als Verdrängen, Verschieben, Verdrehen, Kreuzen, wie es das Bild von Parrhasios schon im Keime zeigt, operieren die logothetischen Verfahren in Kernstrukturen der Gesellschaft selbst. Die verwirrende, scheinbar widersprüchliche Realität und "Umwertung aller Werte", wo anything goes und nichts mehr gilt, wo sogar Kritik und Protest sich in die optimalen Strategien der Anpassung, des Erfolgs und der Integration verwandelt haben, ist durch die logothetische Methode erhellbar geworden.

Die Aufgabe der Kunst kann daher nicht die reaktionäre Einbalsamierung der Welt durch die Malerei sein, und wunderbarer Weise sind es gerade immer Maler, welche von Computerkonzernen für ihre C.I. herangezogen werden (Achtung! Kreuzung der Signifikanten), sondern Aufgabe der Avantgarde kann es im gegenwärtigen historischen Moment nur sein, künstliche Bilder der Realität zu schaffen, Bilder der Differenz, nicht Mythen und Legenden.

Ob eine Stadtverwaltung Straßengraffitis und Plakat-Bemalungen subventioniert, ob eine Bank ihr Logo mit einem Hund signifiziert, oder ein Konzern sich mit der Kunst archaischer Mythen dekoriert - all dies sind Konversionen der Signifikanten wie am Beispiel von Freundlichs "Neuer Mensch" demonstriert. Artige Kunst statt "entarteter" Kunst sind nur zwei verschiedene Seiten von Logo-Kunst.