



Foto: M. Chevalier

„Alles ist Pop“ - Gurus unter Beschuss

Michel Chevaliers Auseinandersetzung mit der Pop-Kultur

Unter dem Titel *target: autonopop* initiierte der Künstler und Musiker Michel Chevalier gemeinsam mit befreundeten KünstlerInnen, MusikerInnen und TheoretikerInnen Ende Januar 2004 ein zweiteiliges Ausstellungsprojekt im Hamburger Westwerk e.V., in deren Zentrum die Analyse und die Gegenwehr gegen Ideologie und Existenz eines entgrenzten Pop-Terrains stand. Vor kurzem konnte im Butt-Club in Hamburg nun auch die gleichnamige Zeitschrift präsentiert werden – Anlass für einen Blick zurück in die Ausstellung.

Alles ist Pop“. Diese konsensfähige Zeitdiagnose des Pop-Gurus Dietrich Diederichsen bildet die Untersuchungshypothese des ersten Ausstellungsteils. Dass die Pop-Beauptung im gegenwärtigen Kunstfeld durchaus Gültigkeit besitzt, ja geradezu hegemonial geworden ist, demonstriert eine große Installation aus von der Decke hängenden laminierten Einladungskarten, Ausstellungsflyern und Zeitschriftencovern, in die man als BesucherIn gleich am Eingang hineinläuft. Strukturiert wird das in Augenhöhe gehängte Bildermeer durch darüber schwebende Begriffe wie „Colorful Conceptualism“, „Happy Fun“, „60° Forever“ und „Kurven und Kreis“. Auf den ersten Blick mögen diese Überschriften etwas grob erscheinen: So steht schon die Abbildung einer Gruppe lachender Menschen für Happy Fun, eine konzeptuelle Arbeit der Künstler Dejanov & Heger wird auf Grund der Farbgebung zu einem Beispiel für „Colorful Conceptualism“.

Aber hier wurde der in Printmedien veröffentlichte Output von KünstlerInnen und Institutionen eben „beim Bild genommen“. Die Kategorisierung ist Resultat einer Auswertung der ausschließlich visuellen Oberflächen jener Flyer und Einladungskarten, mit denen der Besuch von Ausstellungen zeitgenössischer Kunst verbunden wird. Und all zu viele zeigen nun einmal fröhliche Menschen oder werbetaugliche knallbunte Bildflächen, auch wenn der Begleittext ein kritisches Kunstwerk aus dem Genre der Institutionellen Kritik beaglaubt. Die Konzentration auf das Visuelle dient insofern der Demystifikation von Kunst-Ansprüchen und angeblich kritischem Potenzial und macht die mehr als schleichende Anpassung an eine massenmediale Ikonographie im Kunstfeld sichtbar.

Überraschend ist die ungewöhnliche

Direktheit, mit der in der Ausstellung die VertreteInnen von (autono) Pop benannt und angegangen werden. Zum Beispiel der Künstler Michael Krebber: Ein Video dokumentiert den Besuch Chevaliers in der Berliner Galerie Nagel anlässlich einer Ausstellung Krebbers Anfang letzten Jahres: Eine spartanische Hängung von Kurven und Kreisen, die das Plattencover des zweiten Soloalbums des Kölner Produzenten Justus Köhncke zieren und die als (Elektro-) Pop geadelt, gerne in Galerien gezeigt werden. Auf Nachfragen zum künstlerischen Ansatz des Malers wird von der jungen Galeriedienstkraft auf dessen Kontakte zu Maler-Ikonen wie Polke und Kippenberger und zur Pop-Elektroszene verwiesen. Zu den einzelnen Arbeiten gibt es scheinbar wenig zu sagen. Interessant und ausstellbar bzw. verkaufbar ist der Künstler offenbar bereits als Netzwerkexistenz mit guten Kontakten zur Popkultur.

Kritische Außenpositionen unerwünscht

Ebenso konkret knüpft sich Chevalier den Verantwortlichen der „Alles ist Pop-These“, Dietrich Diederichsen, vor. Die Audio-Installation „Quadruphonischer Kunstkopf“: *The Dietrich Diederichsen Listening-Room* macht die Diskursmacht des Pop- und Kunst-Theoretikers deutlich und exemplifiziert an dessen Geschmack Habitus und Wertesystem eines bestimmten Teils des Kunstfeldes. Diederichsens Playlist aus 2000 Schallplatten 1979-1999 – zu hören auf dem Kopfhörerpaar 1 – wird mit einer Playlist des Künstlers Chevalier für den gleichen Zeitraum konfrontiert – zu hören auf dem Kopfhörerpaar 2. Seine musikalische Gegengeschichtsschreibung untermauert Chevalier durch bissig-witzige Kommentare zu den Auswahlkriterien des Musikjournalisten. Zu beweisen ist: Die Zementierung von artifizierender Dandy-Ironie und die Abwertung der Idee des Authentischen bei Diederichsen hat System.

Über die Figur Diederichsen gelangt man ins Zentrum der in der Ausstellung geübten Kritik, die ausführlich auch in der *target: autonopop Zeitschrift* nachzulesen ist. (1) In Diederichsens These von „Alles ist Pop“ sieht Chevalier, ebenso wie in dem Text des New Yorker Künstlers und Kritikers John Miller „Den Untergrund begraben“, eine konnektionistische Ideologie am Werke, die nur noch Beziehungen innerhalb des Systems, aber keine kritische Außenposition mehr für möglich hält und insofern Opposition als Haltung

für obsolet erklärt. (2) Die Diskreditierung von Gegenkultur und Underground, die von diesen Autoren betrieben wird, entlarvt der Künstler als Kunstmarktlogik, ja noch weiter als Stütze des Netzwerkkapitalismus.

autonopop gewordene Kunst basiert dabei auf genau dieser Diskreditierungs- und gleichzeitigen Kooptierungsbewegung: Um ihr eigenes, real bereits seit Ende des 19. Jahrhunderts verschwundenes Autonomieversprechen aufrecht erhalten zu können bzw. um es zu aktualisieren, bedient sich die Kunst beim Formenrepertoire gegenkultureller (autonomer) Bewegungen. Derart aufgepeppt erscheint sie radikal und ist zugleich besser verkaufbar, zumal das Terrain zuvor ideologisch zugereicht wurde. Chevalier ortet die *subcultural theory* aus dem Umfeld der *Birmingham School* als Legitimationstütze, könne man hier doch lernen, dass schon der Konsum Subversion und Widerstand sein kann. Fragen der Produktion, die noch für die politische Kunsttheorie eines Walter Benjamins zentral gewesen sind, seien dabei zunehmend aus dem Blick geraten. Ein Beispiel dafür ist die Pariser Ausstellung *Hardcore*, einer der zentralen Anlässe für das Ausstellungsprojekt. Wenn GaleriekünstlerInnen, die man nicht gerade als Prototypen selbstorganisiertem ProduzentInnen bezeichnen kann, mit dem Label Hardcore belegt werden – dem Inbegriff für kleine selbstbetriebene Vertriebs- und Publikationsstrukturen und eigenständige Mikro-Ökonomien im Musikbereich – verweist das auf eine Kunstlandschaft, in dem sämtliche Begrifflichkeiten kopfstehen. Anders gesagt: Nur wenn die Kriterien zur Unterscheidung von Widerstand und Affirmation an Eindeutigkeit verloren haben, kann bereits symbolische Subversion von GaleriekünstlerInnen als Spitzes des Kampfes goutiert werden – es stellt sich allerdings die Frage, wessen Kampfes.

Popuniversum liebt Netzwerk- Kapitalismus

Chevalier stellt die Maxime von Miller und Diederichsen, nach der ein vom Pop getrennter Underground historisch irrelevant ist, in den Kontext einer vom Post-strukturalismus inspirierten Kritik des Authentischen. Muntion liefern ihm die französischen TheoretikerInnen Luc Boltanski und Eve Chiapello, die das der Kritik zugrundeliegende Relationalitätsphilosophem als hegemoniales Diktum im Netzwerkkapitalismus begreifen. *Der neue Geist des Kapitalismus*, so der Titel

des Buches der zwei AutorInnen (3), fordere konnektionistische Wesen, die flexibel genug sind, um stets erneut temporäre Assoziationen in ihren Projekten eingehen zu können. Der Bezug auf Werte wie Permanenz, sich-treu-bleiben etc. erscheine unter diesen Bedingungen als rigide und pathologisch, als Verweigerung sich zu verbinden. Zentrale Werte im Pop-Universum wie ironische Distanz, Fluidität und Flexibilität entsprechen dem netzwerkkapitalistischen Subjekt da viel besser.

Diese neue Nähe von Arbeitsmarkt- und Popforderungen geflissentlich zu übersehen, um Pop-Werte als sozial fortschrittliche, linke Tugenden zu verkaufen, erweise sich vor diesem Hintergrund als hochgradig ideologisch, warnt Chevalier. Pop-Linke wie Diederichsen spielen den derzeitigen Machtverhältnissen und Wertsetzungen in die Hände, wenn sie das Beharren auf Authentizität bzw. die Kritik am Nicht-Authentischen für politisch rechts erklären. Sie liefern ein attraktives Vokabular zur Affirmation so genannter Reformen und unterstützen mit ihren Begriffs-Superwaffen einen sozialen (Klassen-) Kampf der GewinnerInnen gegen die VerliererInnen. Ein Kampf um klassifikatorische Schemen und Begriffe, in den es sich einzumischen lohnt, so das Credo von *target: autonopop*.

Neben der Analyse will *target: autonopop* aber auch Alternativen zur no-alternative-Botschaft der Poptheorie anbieten und zum selbst ermächtigen Weg aus dem Popuniversum anregen. Im zweiten Teil der Ausstellung übergibt Chevalier daher das Staffelhölzchen an den Künstler Jean-Baptiste Farkas, der es wiederum an die BesucherInnen weiterreicht: Mit der analytischen Vorlage von Chevalier und seinen autonopop-Kategorien als Ausgangspunkt und Basis wird die Ausstellung zum Target-Studio. Die Aufforderung an die BesucherIn lautet: Suche deine eigenen Zielscheiben; korrigiere und ergänze das, was du vorfindest. Und tatsächlich: Einige Tage lang glichen die Räume im Westwerk einem großen analytischen Labor, in dem Kategorien entworfen, diskutiert und auf von Farkas entworfenen Vordruck festgehalten werden. Es gilt: je gnadenloser, desto treffender.

„Echte Polemik nimmt ein Buch sich so liebevoll vor, wie ein Kannibale sich einen Säugling zurüstet“, so bestimmte schon Walter Benjamin Mitte der 1920er Jahre eine gute KritikerIn. Dessen Forderung nach unerbittlicher Analyse des eigenen künstlerischen Umfeldes und nach eindeutiger Stellungnahme innerhalb der Produktionsbedingungen spielte offensichtlich im Hintergrund der gesamten

target: autonopop-Veranstaltung eine wichtige Rolle. Ermöglicht doch das recht niedrigschwellig angesetzte Kategorisieren und Polemisieren – ganz nach Vorbild des Rezensierens in Fanzines im musikalischen Hardcore-Bereich – eine erste und einfache Möglichkeit, die von Benjamin theoretisierte organisierende Funktion von Kunst wahrzunehmen oder doch zumindest sich über gemeinsame Feinde und Freunde zu vergewissern.

„no alternative?“

Dass Polarisierung nicht gleich zu organisierter Gruppenbildung führen muss, liegt auf der Hand. Und so bündelten sich die Aggressionen der eigensinnigen Besucher-KritikerInnen auch im Westwerk nicht gegen den Pop-Konsens, sondern wucherten anarchisch in verschiedenste Richtungen – ganz im Sinne der Farkas'schen Kunst-Programmatik, die auf Herstellung einer offenen und experimentellen, kollektiven Aktivität abzielt. Die Chance auf Vertiefung oder Hinterfragung der Kritik und These von Chevalier wurde dabei nur von wenigen wahrgenommen, so dass z. B. die Frage, wie sich autonopop eigentlich angesichts des aktuellen Rückbesinnungs-Trends auf Malerei und „genuin künstlerische“ Werte bewährt, wohl ein anderes Mal geklärt werden muss. Ein anderes Mal, das es gewiss geben wird. Denn: Michel Chevalier durchforstet nach wie vor emsig den Bereich aktueller Gegenwartskunst, um seine Kategorien und sprachlichen Waffen weiter zu schärfen – mit einer Empfasse, die jede professionelle KritikerIn vor Neid erblassen lässt.

Anika Heusermann

Anmerkungen:

- 1) Die Zeitschrift dokumentiert die Vorträge des Eröffnungsbands von Franco Kroschewski, Rachel Puffert und Tobias Still und enthält einen theoretischen Text von Michel Chevalier. Darüberhinaus bietet das Heft Ansichten beider Ausstellungsteile, so z. B. der künstlerischen Arbeiten von Jean-Baptiste Farkas und Jérôme Guigue. Beiträge der Musiker und Klangkünstler *Tumorchester*, Chad Popple, für diesen Abend und *Dunkelheit* ergänzen das Ganze mit gebastelt-collagierter Fanzine-Qualität. Bestellungen der *target: autonopop Zeitschrift* bei: stummmedia@yahoo.de.
- 2) Dietrich Diederichsen, „Alles ist Pop – Was bleibt von der Gegenkultur?“, in: *Süddeutsche Zeitung*, Nr. 161, 8./9. August 1999. John Miller, „Den Untergrund begraben“, in: *Marius Babias* (Hrsg.), *Im Zentrum der Peripherie. Kunstvermittlung und Vermittlungskunst in den 90er Jahren* (Dresden/Basel: Verlag der Kunst, 1995).
- 3) Luc Boltanski/Eve Chiapello, *Der neue Geist des Kapitalismus* (Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2003).