

WEGE AUS DEM SPEKTAKEL?

Eine Untersuchung von Methoden von Situationisten und Culture Jammers von *Oliver Schneider*



## WEGE AUS DEM SPEKTAKEL?

Eine Untersuchung von Methoden von Situationisten und Culture Jammern  
von *Oliver Schneider*

### 1. Einleitung

### 2. Untersuchung der Vorgehensweisen anhand der zentralen Definitionen der SI

#### 2.1 Spektakel

##### 2.1.1 Spektakel im Sinne der SI

##### 2.1.2 Spektakel und Culture Jamming

#### 2.2 Dérive, Psychogeographie und Konstruierte Situation

##### 2.2.1 Dérive, Psychogeographie und Konstruierte Situation im Sinne der SI

##### 2.2.2 Dérive, Psychogeographie und Konstruierte Situation und Culture Jamming

#### 2.3 Détournement und Rekuperation

##### 2.3.1 Détournement und Rekuperation im Sinne der SI

##### 2.3.2 Détournement und Rekuperation und Culture Jamming

### 3. Endbetrachtung

*Theoretische Diplomarbeit SS 2003, eingereicht am 30.04.2003*

*Hochschule für Grafik und Buchkunst, Fachbereich Fotografie, Professor Brohm*

*Betreuende Professorin: Beatrice von Bismarck*

*Oliver Schneider, Brunnenstr.42, 10115 Berlin, oschneid@hgb-leipzig.de*

*Matrikelnr. 15493*

## 1. EINLEITUNG

Mike Cannon ist ein kleiner Held der Kapitalismuskritik. Seine Schule, die Greenbriar-Highschool in Evans/Georgia in den USA, hatte bei einem Wettbewerb teilgenommen, bei dem die beste Strategie in Verteilung von Coca-Cola-Gutscheinen mit 500 Dollar prämiert werden sollte. Die Highschool hatte sich viel vorgenommen und rief kurzerhand einen Coca-Cola-Tag an der Schule aus, bei dem alle Schüler T-Shirts mit dem Logo des Getränkeherstellers tragen sollten. Mike Cannon trug als einziger "Pepsi" und wurde daraufhin von der Schulleitung ausgeschlossen. Das beschreibt Naomi Klein in ihrem Bestseller *"No Logo!"*<sup>1</sup>, in dem sie die Macht der weltweit agierenden Konzerne und ihrer Marken untersucht. Klein hatte mit ihrem Buch eine gute Nase für zeitgenössische Themen bewiesen. Der Widerstand gegen eine totale Kommerzialisierung des Lebens ist gewachsen. Die Schattenseiten der Globalisierung sind nicht nur in den menschenunwürdigen Arbeitsverhältnissen in den *"Sweatshops"* der dritten Welt zu finden, für die die Konzerne zu recht verantwortlich gemacht werden. Da politische Interessen von wirtschaftlichen abhängig sind, werden politische Organisationen zur Formulierung kapitalismuskritischer Ideen immer weniger angenommen. Es hat sich ein loses Netzwerk an Aktionisten, Künstlern und Vereinigungen gebildet, die auf unterschiedlichster Weise ihre Kritik äußern. Die seit ungefähr 1970 operierende Bewegung der Culture Jammer versucht durch die Umdrehung und Verfremdung von Werbebotschaften auf Missstände im konsumorientierten Kapitalismus hinzuweisen. Die Aktivitäten der CJ beinhalten u.a. das Umgestalten und Entfremden von Werbeplakaten und -anzeigen, das Stören des öffentlichen Lebens durch sogenannte Pranks, das Fälschen, Hacken und Imitieren von Websites und die gezielte Desinformation der Medien. Das spontane, aktionistische und oft auch humorvolle Handeln im Namen der Kapitalismuskritik und der Glaube, dass nur selbstverantwortliches Verhalten im alltäglichen Leben das System verändern kann, bringt die CJ, wie auch Naomi Klein schreibt<sup>2</sup>, in inhaltliche Nähe zu der Situationistischen Internationalen. Die zwischen 1957 und 1971 operierende Situationistische Internationale (SI) und ihr Vorläufer, die Lettristische Internationale, die ab 1950 aktiv war, waren darum bemüht, die Grenzen zwischen politischer Aktion, experimenteller Kunst und kritischer Theorie aufzulösen. Den theoretischen Kern fasste Guy Debord, der schon früh zu einem Motor der Bewegung wurde, in *„Die Gesellschaft des Spektakels“*<sup>3</sup> zusammen.

Die zentrale Begriffswelt der Situationisten umfasste:

-*Spektakel*:

„...die Selbstherrschaft der zu einem Status unverantwortlicher Souveränität gelangten Warenwirtschaft und die Gesamtheit der neuen Regierungstechniken, die mit dieser Herrschaft einhergehen.“<sup>4</sup>

-*Dérive*:

das Umherschweifen im (sub-) urbanen Raum und die genaue Beobachtung der geografischen Wirkung auf die Bewohner

-*Détournement*:

die Zweckentfremdung, Entwendung und Wiedereinsetzung von

<sup>1</sup> Klein, Naomi: *No Logo*. Riemann Verlag/Bertelsmann, 2002, S.111

<sup>2</sup> ebd. S.293

<sup>3</sup> Debord, Guy (1967): *Die Gesellschaft des Spektakels*, Edition Nautilus, Hamburg, 1978 (dt.), 1967 (Org.), Edition Tiamat, Berlin, 1996 (dt.)

<sup>4</sup> Debord, Guy (1978): *Kommentare zur Gesellschaft des Spektakels*, in: Edition Tiamat, Berlin, 1996 (dt.)

Sinnzusammenhängen z.B. Theorien, Texten und Bildern

*-Konstruierte Situation:*

das Herstellen von kurzfristigen, spontanen und spielerischen Lebensumgebungen, die Freiheit und Leidenschaft ins alltägliche Leben bringen sollen

*-Rekuperation:*

die Affirmation subversiver Methoden durch das Spektakel

Anhand dieser zentralen Definitionen, die Guy Debord für die SI formuliert hat, werde ich die Arbeitsweisen der beiden Gruppierungen untersuchen und versuchen Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu klären. Dabei werde ich auf die marxistische Motivation der Situationisten eingehen und untersuchen, welche Auswirkungen Entfremdung und Aneignung im Kapitalismus hat und welche Probleme damit einhergehen. Außerdem werde ich verschiedene Formen von Protest, Aktionismus und aktivistischer Kunst darlegen, die ich unter dem Phänomen Culture Jamming zusammenfasse, und ihre Wirkung in der Öffentlichkeit zu beschreiben versuchen.

2.        UNTERSUCHUNG DER VORGEHENSWEISEN ANHAND  
          DER ZENTRALEN DEFINITIONEN DER SI  
2.1       SPEKTAKEL  
2.1.1     SPEKTAKEL UND DIE SI

*“1967 habe ich in einem Buch, “Die Gesellschaft des Spektakels” gezeigt, was das moderne Spektakel bereits im wesentlichen war: die Selbstherrschaft der zu einem Status unverantwortlicher Souveränität gelangten Warenwirtschaft und die Gesamtheit der neuen Regierungstechniken, die mit dieser Herrschaft einhergehen.“<sup>5</sup>*

Die SI teilte die dadaistischen Bestrebungen zur Auflösung von Kunst und Kultur im herkömmlichen Sinne. Die Dadaisten waren die geistigen Väter der Lettristen und Situationisten. Isidore Isou, der Gründer der Lettristen zerlegte Poesie zu bloßen Buchstabenfolgen, die er in Pariser Bars vortug und dadurch immer wieder Skandale provozierte.

*“Jeder ist das Kind vieler Väter; es gab den Vater den wir hatten, den Surrealismus. Und es gab den Vater, den wir liebten: DaDa. Wir waren die Kinder von beiden.“<sup>6</sup>*

Die LI und ihre Nachfolger SI hatten den Zerfall der ideologischen Systeme und der künstlerischen Avantgarden nach dem zweiten Weltkrieg miterlebt und glaubten, dass aus diesen Trümmern nichts neues mehr entstehen könne. Eine Formulierung einer Kritik war unmöglich geworden, wie Debord schreibt, da *“jedes Urteil gegen die anderen stößt und jeder sich auf Überreste aus nicht mehr benutzten Gesamtsystemen oder persönliche Gefühlsimperative bezieht: Die Auflösung ist überall vorgedrungen.“<sup>7</sup>*

Die wachsende Macht des kapitalistischen Instruments der Werbung begnügte sich nicht damit, entscheidenden Einfluss auf kulturelle Äußerungen zu haben. Die kapitalistische Ideologie hatte sich verselbständigt und ließ kein alternatives oder kritisches<sup>8</sup> Denken zu. Guy Debord, einer der Gründer der SI, erfand für den gesellschaftlich allumfassenden Kapitalismus und die damit einhergehende Optionslosigkeit den Begriff des Spektakels, den er in seinem wichtigsten Werk *“Die Gesellschaft des Spektakels”* formulierte. Die einzig übriggebliebene Möglichkeit, den herrschenden Verhältnissen zu entkommen, war das Streben nach einer marxistisch motivierten Revolution, die mit der Formulierung von Kritik am kapitalistischen System nicht enden sollte.

Debord lehnte sich in seiner Definition des Spektakels an der Analyse des Warenfetischismus, der die Beziehungen der Subjekte als Beziehungen von Waren reduzierte, von Marx an und radikalisierte den Wortlaut:

*„Das ganze Leben der Gesellschaften, in welchen die modernen Produktionsbedingungen herrschen, erscheint als eine ungeheure Sammlung von Spektakeln. Alles was unmittelbar erlebt wurde, ist in eine Vorstellung entwichen.“<sup>5</sup>*

Durch massenmedial erzeugte Bilder wird die Welt der Waren mit einem Film von stereotypen Wunschvorstellungen überzogen, einer Sphäre künstlich erzeugter Träume, die mit den Wünschen des Einzelnen nichts mehr zu tun hat.

<sup>5</sup> Debord, Guy: *Kommentare zur Gesellschaft des Spektakels*

<sup>6</sup> Michèle Bernstein, in: Marcus, Greil: *Lipstick Traces*, Rowohlt, Hamburg, 1989, S.175

<sup>7</sup> Debord, Guy: *Rapport über die Konstruktion von Situationen und die Organisations- und Aktionsbedingungen der Internationalen Situationistischen Tendenz*, 1957

<sup>8</sup> Den Begriff “Kritik” beschreibt Michel Foucault mit der “Kunst, nicht dermaßen regiert zu werden”. *Der kritische Geist entstand mit der Loslösung von religiöser Autorität und der Infragestellung von politischer Macht.* s. Michel Foucault, *Was ist Kritik?*, Merve Verlag, Berlin, 1992

Diese verselbständigten Bilder haben sich von der Gesellschaft abgekoppelt, strahlen aber immer wieder auf den passiven Konsumenten. In dieser total(en) falschen Welt gibt es keine richtige mehr. Es gibt nur noch Stellvertreter oder Repräsentationen von Freiheit, das Spektakel der freien Wahl von Fernsehprogrammen, Politikern oder Freizeitangeboten.

*„In der wirklich verkehrten Welt ist das Wahre ein Moment des Falschen.“<sup>9</sup>*

Die Entfremdung der Gesellschaft, die mit der Industrialisierung einherging, die Abkoppelung von Form und Inhalt menschlichen Lebens wie bei Marx beschrieben, wird nun überlagert von dem Bedürfnis, sich mit künstlich erzeugten, leblosen Wunschvorstellungen zu befriedigen.

*„Kapitalismus verwandelt das Leben in das zum Lebensunterhalt notwendige Geld. Man neigt dazu, jede einzelne Sache zu einem anderen Zweck zu tun, als zu dem, der vom Inhalt der Tätigkeit vorgegeben wird. Die Logik der Entfremdung: man ist jemand anderes; das Lohnsystem macht fremd gegenüber dem, was man tut, was man ist, gegenüber anderen Menschen.“<sup>10</sup>*

Diese Wunschvorstellungen werden dem Konsumenten immer wieder durch „Role-Models“ in allen gesellschaftlichen Sparten vorgespielt, bis die eigenen im Spektakel aufgegangen und zu einer hohlen Geste geworden sind. Dadurch entsteht ein Bild, eine Repräsentation des Bedürfnisses, dessen Glücksmoment nie ganz erreicht werden kann.

*“Das Spektakel ist das Kapital, das einen solchen Akkumulationsgrad erreicht, daß es zum Bild wird.”<sup>9</sup>*

Dass dies ausschließlich auf die massenmediale Wirkung von Werbung beschränkt sei, ist ein typisches Mißverständnis in der Interpretation der Debordschen Philosophie. Die SI war der Meinung, daß das subversive Gedankengut durch eine massenhaft verbreitete und verflachte Auslegung selber vom Spektakel okkupiert und somit unbrauchbar gemacht wurde. Die SI bezeichnete dies als Rekuperation, ich werde darauf später noch zurückkommen.

*“Spektakel war Anfang der achtziger Jahre zu einer modischen Platitüde der Kritik geworden, zu einem unscharfen, inhaltsleeren Begriff. Er bedeutet nur, daß das Bild einer Sache die Sache selbst überlagerte. Kritiker benutzten dieses Klischee nicht, um nachzudenken oder sich etwas vorzustellen, sondern um sich zu beklagen.”<sup>11</sup>*

Das Spektakel durchzieht alle gesellschaftlichen Bereiche: Kunst, Kultur, Religion, Wissenschaft, Politik. Wenn das ganze System auf der Erweckung falscher Bedürfnisse fußt, so gibt es kein Positives im Negativen mehr, da das Positive dann immer nur als Affirmation der gesellschaftlichen Verhältnisse verstanden werden kann.

<sup>9</sup> Debord, Guy: *Die Gesellschaft des Spektakels*, Edition Nautilus, Hamburg, 1978 (dt.), 1967 (Org.), Edition Tiamat, Berlin, 1996 (dt.)

<sup>10</sup> Dauvé, Gilles: *Kritik der Situationistischen Internationale*, aus: Robert Orth (Hrsg.), *Das grosse Spiel. Die Situationisten zwischen Politik und Kunst*, Edition Nautilus, Hamburg, 1999

<sup>11</sup> Marcus, Greil: *Lipstick Traces*, Rowohlt, Hamburg, 1989, S.102

*„Das Spektakel ist nicht ein Ganzes von Bildern, sondern ein durch Bilder vermitteltes gesellschaftliches Verhältnis zwischen Personen. Das Spektakel kann nicht als Übertreibung einer Welt des Schauens, als Produkt der Techniken der Massenverbreitung von Bildern begriffen werden. Es ist vielmehr eine tatsächlich gewordene, ins Materielle übertragene Weltanschauung. Es ist eine Anschauung der Welt, die sich vergegenständlicht hat.“<sup>12</sup>*

Debords Anliegen ist dabei immer eine Umwälzung dieser bestehenden Normen, eine Revolution der aktiven Negation. Der Impuls dieser Revolution kann nur von den Mitgliedern der Gesellschaft ausgehen, die bereit sind, ihr alltägliches Leben zu überdenken, die Spielregeln neu aufzufassen und somit der Langweile des Immergleichen zu entkommen, indem man aktiv wird. Dies sollte durch spielerische Aktionen, die in den Alltag der Bürger eindringen sollten, realisiert werden. Die SI bezog sich dabei auf den marxistischen Philosophen Henri Lefebvre, der in seiner Theorie der Momente davon ausgeht, dass das Leben nur im Alltag geändert und verbessert werden könne.

*“Die SI war ursprünglich eine Revolte, die versuchte, sich die kulturellen Mittel zurückzuholen, die durch Geld und Macht monopolisiert waren. Früher wollten die klar denkendsten Künstler die Trennung zwischen Kunst und Leben aufheben: die SI stellte diese Forderung auf eine höhere Ebene und wollte die Distanz zwischen Leben und Revolution abschaffen.“<sup>13</sup>*

In der marxistischen Theorie ist der Begriff der Entfremdung zentral. Für Marx war der kapitalistische Arbeiter durch fremde Arbeitsanweisungen unselbständig und machtlos, durch die Ausbeutung enteignet und durch fehlende Selbstverwirklichung für eine fremde Macht instrumentalisiert worden. Die SI beobachtete ein Prinzip der Trennung, das in der Arbeitsteilung begann, aber bald das gesamte Leben beherrschte. Dieses Prinzip der Trennung verdeutlichte sich in der Stadtplanung, in der man Stätten der Arbeit, Freizeit und Ausbildung räumlich klar trennte. So wurde die Trennung von Arbeit und Freizeit sichtbar, die der Kapitalismus mit sich brachte und dazu führte, dass nicht die Freizeit das eigentliche Leben war. Es blieb nur überschüssige Zeit, die oft nur mit Langeweile gefüllt wurde. Damit war für die SI ein Grundstein für das Unglücklichsein im Kapitalismus gelegt.

*“Langeweile ist immer konterrevolutionär“<sup>14</sup>*

<sup>12</sup> Debord, Guy: *Die Gesellschaft des Spektakels*, Edition Nautilus, Hamburg, 1978 (dt.), 1967 (Org.), Edition Tiamat, Berlin, 1996 (dt.)

<sup>13</sup> Dauvé, Gilles: *Kritik der Situationistischen Internationale*, aus: Robert Orth (Hrsg.), *Das grosse Spiel. Die Situationisten zwischen Politik und Kunst*, Edition Nautilus, Hamburg, 1999

<sup>14</sup> *Situationistische Internationale, 1958-1969: Gesammelte Ausgaben des Organs der Situationistischen Internationale, Band 1&2*, MaD Verlag, Edition Nautilus, Hamburg, 1976



## 2.1.2 SPEKTAKEL UND CULTURE JAMMING

Die SI hatte sich bei der Definition des Begriffs Spektakel an den revolutionären Theorien Marxens angelehnt, um die aus der Entfremdung des Menschen und der Überlagerung der Warenwelt durch „Images“ entstandene Problematik zu fassen. Was nun bei der SI stark auf einen gesamtgesellschaftlichen, politischen Umbruch, einer Revolution fußte, so wird man bei den CJ einen Versuch beobachten, die Zeichenwelt des Kapitalismus und der zugehörigen Warenwelt zu entziffern, um sie später gegen sie verwenden zu können. Grundsätzlich sind aber die Thesen Debords auch für die CJ maßgebend, die semiologische Argumentation von Umberto Eco und Jean Baudrillard führt die Argumentation nur weiter, bleibt dabei aber oft ausschließlich im Bereich der Kommunikationswissenschaft und hat den für Debord sehr wichtigen generalisierten Ansatz verloren. Für die CJ sind die semiotischen Überlegungen Baudrillards und Ecos grundlegend. 1967 schreibt Umberto Eco in dem Text „Für eine semiologische Guerilla“, dessen Begriff der „semiologischen Guerilla“ von CJ oft zitiert wird:

*„Es könnte indessen sein, dass sich aus den neuen nichtindustriellen Kommunikationsformen (von den Love-Ins bis zu den Sit-In-Meetings der Studenten auf dem Campus-Rasen) die Formen einer künftigen Kommunikationsguerilla entwickeln. ... Die Welt der Technologischen Kommunikation würde dann sozusagen von Kommunikationsguerilleros durchzogen, die eine kritische Dimension in das passive Rezeptionsverhalten einbrächten.“<sup>15</sup>*

Eco setzt sich mit den Codes der Massenkommunikation auseinander und für ein kritisches, pädagogisches Decodieren derselben ein. Einen Seitenhieb verteilt er an Gruppen wie die SI, die er als „apolyptisch“<sup>16</sup> bezeichnet: Die Zuschreibung, dass die Massenmedien selbst Ideologie wären und dies sogar in zugespitzter Form, und nicht nur ideologische Inhalte befördern würde, ist von ihm nicht aufrecht zu erhalten. Stattdessen stemmt er sich gegen eine passive, der Ideologie ausgelieferte Rolle des Konsumenten und fordert den pädagogischen Auftrag zur Bildung von Gegenöffentlichkeiten und die Diskussion mit und unter den Konsumenten. Er spricht sich gegen eine staatliche Kontrolle der Medien aus, da diese nicht zu einem selbstständigen, emanzipatorischen Gebrauch führen könne und stellt eine „erzieherische Organisation“<sup>17</sup> in Aussicht, die die Bedeutung der empfangenen Botschaften im Stande wäre umzudrehen.

Als Ende der sechziger Jahre die von der SI stark beeinflussten Studentenunruhen in Paris begannen, war Baudrillard als Professor an einer Universität in Paris tätig. Etwa 10 Jahr später formulierte er die These der „Hyperrealität“, übrigens nahezu zeitgleich (1978) wie Eco, anhand des Vergnügungsparks „Disneyland“ in Los Angeles:

*„Disneyland existiert, um das „reale“ Land, das reale „Amerika“, das selbst ein Disneyland ist, zu kaschieren. ... Disneyland wird als Imaginäres hingestellt, um den Anschein zu erwecken, alles Übrige sei real. Los Angeles und ganz Amerika, dies es umgeben, sind bereits nicht mehr real, sondern gehören der Ordnung des Hyperrealen und der Simulation an. Es geht nicht mehr um die falsche Repräsentation der Realität (Ideologie), sondern darum, zu kaschieren, dass das Reale nicht mehr das Reale ist, um auf diese Weise das Realitätsprinzip zu retten.“*

<sup>18</sup>

<sup>15</sup> Eco, Umberto (1968): Für eine semiologische Guerilla. In: Eco, Umberto: Über Gott und die Welt. Essays und Glossen. München 1985, S. 156.

<sup>16</sup> ebd., S. 147.

<sup>17</sup> ebd., S. 154.

<sup>18</sup> Baudrillard, Jean: Agonie des Realen, Merve Verlag, Berlin, 1978, S.24

Baudrillard hatte vorher in seinem Buch *„Der symbolische Tausch und der Tod“*<sup>19</sup> eine Abfolge „*kommunikativer Ordnungen*“ festgelegt, die das „*Verhältnis zwischen der materiellen und der symbolischen Welt*“ erklären sollen, festgelegt: Die Ordnung der „*Imitation*“ ist eine Nachbildung der natürlichen Welt, die der „*Produktion*“ eine massenhaft produzierte Repräsentation und die der „*Simulation*“ eine referenzlose Künstlichkeit, die keiner Wirklichkeit mehr bedarf. So hatte sich der Tauschwert der Waren, von der Marx gesprochen hatte, verselbständigt und die Referenz zum Gebrauchswert verloren. Der Wert ergab sich so nur aus den Referenzen zwischen den Tauschwerten, da die Naturform, der ureigene Nutzwert, der Waren im späten Kapitalismus durch die fortschreitende Zeichenhaftigkeit und Immaterialität der Warenwelt immer unwichtiger wurde. So emanzipierte sich der Tauschwert von der Realität und wurde zum Symbol, zum Zeichen des Kapitals, die abstrakte Darstellung der Wirtschaft an der Börse sei hier als Beispiel erwähnt. Baudrillard nennt diese Zeichen Simulakren. Diese Zeichen sind keine Repräsentation mehr, sondern gehorchen den Gesetzen der Codes. In dieser Phase ist der Kapitalismus in seine reinste Form, die der Zeichen von Macht übergegangen, und diese Zeichen sind angreifbar.

*“Wenn [...] das Kapital eine Herrschaftsform ist, dann leben wir sehr wohl in ihm, denn das strukturelle Wertgesetz ist die allerreinste gesellschaftliche Herrschaftsform, die verdeckt ist wie der Mehrwert, die nunmehr ohne Referenzen zu einer herrschenden Klasse oder zu einem Machtverhältnis, ohne Gewalt auskommt, die ganz und gar, ohne einen Tropfen Blut, in den Zeichen aufgegangen ist, die uns umgeben, und die überall im Code wirksam ist, in dem das Kapital endlich seinen reinsten Diskurs führt, jenseits der Dialekte von Industrie-, Handels- und Finanzkreisen, jenseits der Klassendialekte, die es in seiner „produktiven“ Phase gesprochen hat. Eine symbolische Gewalt, die sich überall in den Zeichen niederschlägt, und sogar in den Zeichen der Revolution.“*<sup>19</sup>

Diese Allgegenwertigkeit der kapitalistischen Zeichen lassen kein Ausserhalb als Alternative zu. Nur der Angriff auf diese symbolischen Ordnungen kann die Schwachstellen des Systems sichtbar machen. Durch genaues Beobachten, Aneignen und Umdrehen dieser Zeichen (*Détournement* bei Debord) kann sich ein blinder Fleck im Kapitalismus bilden. Dies entspricht der Vorgehensweise des Culture Jammings.

<sup>19</sup> Baudrillard, Jean: *Der symbolische Tausch und der Tod*, Merve Verlag, Berlin, 1978

## 2.2 DERIVE, PSYCHOGEOGRAPHIE UND KONSTRUIERTE SITUATION

### 2.2.1 DERIVE, PSYCHOGEOGRAPHIE UND KONSTRUIERTE SITUATION IM SINNE DER SI

*„Das Konzept des Umherschweifens ist untrennbar verbunden mit der Erkundung von Wirkungen psychogeographischer Natur und der Behauptung eines konstruktiven Spielverhaltens, was es in jeder Hinsicht den klassischen Begriffen der Reise und des Spazierganges entgegenstellt.“<sup>20</sup>*

Die Lettristen, die Vorgänger der SI, bestanden aus Studenten, Künstlern, Schriftstellern und Filmemachern, die es sich verboten, kommerziell verwertbare Kunst zu produzieren und generell zu arbeiten. Sie trafen sich in Pariser Kneipen, um zu trinken und zu diskutieren. Um ihren Lebensunterhalt zu bestreiten, bettelten sie oder wurden zu Kleinkriminellen und die Anzahl der Anhänger wurde immer wieder durch Festnahmen und Zwangseinweisungen in psychiatrische Anstalten dezimiert. Sie ließen sich in der urbanen Umgebung treiben und versuchten durch dieses Umherschweifen („*Dérive*“) die Umgebung zu erkunden. Durch eine minutiöse Beobachtung der umgebenden Architektur und der Wechselwirkungen mit den Bewohnern entwarf man einen emotional begründeten Stadtplan, der als Grundlage einer visionären situationistischen Stadt, vgl. die Pläne des *„New Babylon“* von Constant Ende der 50er Jahre, dienen sollte.

*„1961 wären die SituationistInnen von einem reichen Kunstliebhaber -Paolo Marinotti- gesponsort worden, eine Experimentalstadt auf einer kleinen Mittelmeerinsel zu errichten. Er bewilligte alle finanziellen Mittel; in der Stadt sollten emotionale Viertel angelegt werden; es sollte auch ein Viertel der Angst geben. Der Plan scheiterte, denn die SituationistInnen wollten nicht eine Stadt, wie sie in den meisten Utopien entworfen wird, sondern eine gebaute Kritik dieser Ideale, und sie wollten sich auch nicht mit den Abfällen der Industriegesellschaft zufrieden geben. Brisanter jedoch war eine andere Forderung: es sollte der S.I. freigestellt sein, ihre Konstruktion jederzeit in die Luft jagen zu können. Sie wollten nicht, daß eventuell Werbefilmer oder die Mannequins von Marinottis Textilunternehmen vielleicht eines Tages als künstliche Menschen im situationistischen Utopia umherlaufen würden.“<sup>21</sup>*

„*Dérive*“ hieß dieses Umherschweifen und war eng mit dem Begriff der „*Psychogeographie*“ verwoben. Man war der Meinung, das sich das Aufbegehren gegen das Spektakel nur im alltäglichen Leben beginnen ließe. Die Architektur als Ausdruck der herrschenden Ideologie des Spektakels, d.h. des Kapitalismus, war ein wichtiger Faktor in der Umsetzung situationistischer Ideen.

*»[Rationale Verschönerungen für die Stadt Paris]« schlägt die SI zum Beispiel vor, öffentliche Parkanlagen und das U-Bahnsystem mit einer nur schwachen und/oder zeitweise aussetzenden Beleuchtung die ganze Nacht hindurch offenzuhalten, um psychogeographische Eigenschaften hervortreten zu lassen, Straßenleuchten mit Schaltern auszustatten, so daß die Leute damit spielen können, Friedhöfe und Museen zu zerstören (und die Kunstwerke auf Kneipen und Cafés zu verteilen) und »[durch eine gewisse Anordnung von Feuertreppen und nötigenfalls die Anlage von Durchgängen die Dächer von Paris Spaziergängern zugänglich zu machen.]«<sup>22</sup>*

<sup>20</sup> *Situationistische Internationale, 1958-1969; Gesammelte Ausgaben des Organs der Situationistischen Internationale, Band 1&2, MaD Verlag, Edition Nautilus, Hamburg, 1976*

<sup>21</sup> *Clabauter: Referat über die Geschichte und Theorie der Lettristischen Internationale und der Situationistischen Internationale, [http://machno.hdm-stuttgart.de/~hk/si\\_einf\\_inhalt.htm](http://machno.hdm-stuttgart.de/~hk/si_einf_inhalt.htm), s.a. Ohrt, Roberto: Phantom Avantgarde, Edition Nautilus, Hamburg, 1990, S.237*

<sup>22</sup> *Projets d'embellissements rationnels», in: Berreby, Documents, S. 227, zitiert nach: Levin, Thomas Y.: Geopolitik des Winterschlafs: Zum Urbanismus der Situationisten, <http://www.theo.tu-cottbus.de/Wolke/xpositionen/Levin/levin.html>*

Dem funktionalen, nüchternen Charakter des Bauhauses wollte man eine Praxis der „Konstruktion von Situationen“ entgegenstellen. Man wollte durch die Umgestaltung und Neuausrichtung der Architektur und durch einen radikalen Umbau der alltäglichen Lebenswelt ein Lebensumfeld von größerer Leidenschaft schaffen, das nicht den Regeln des Kapitalismus gehorchen sollte. Die Bewohner sollten so aus der passiven Konsumentenrolle hinausgedrängt werden und, aus ihrem Alltag gerissen, in den spielerischen Situationen aktiv werden.

Maßnahmen dieser Konstruktion von Situationen waren u.a.:

-Die Intervention einer SI-nahen Gruppe in die Studentenvertretung einer Pariser Universität im Jahre 1966. Mit dem Jahresetat, der der Gruppe zustand, finanzierten sie die Verteilung von Flugblättern, wie das berühmte *“Über das Elend im Studentenumfeld, betrachtet unter seinen ökonomischen, politischen, psychologischen, sexuellen und besonders intellektuellen Aspekten und über einige Mittel, diesem abzuwehren.”*, das Kleben von aufrührerischen oder irritierenden Plakaten, wie die in Paris verteilten Comiczeichnungen, deren Sprechblasen mit politischen, agitatorischen Texten überklebt waren. 1968 störten eine Gruppe von SI-Anhängern, die sich *“Les Enragés”* (die Wütenden) nannten, den Unterricht an einer Pariser Universität. Sie bemalten die Wände mit Sprüchen wie *“Die Gewerkschaften sind Bordelle”*, *“Alles zweifelhaft muß angezweifelt werden”*, *“Ich nehme meine Sehnsüchte als Realität, weil ich an die Realität meiner Sehnsüchte glaube”* oder *“Je mehr ihr konsumiert, desto weniger lebt ihr”*. Diese Aktionen führten zu den Studentenunruhen im Jahre 1968 in Paris.<sup>23</sup>

-Das Aufführen öffentlicher Tumulte wie beim Besuch Charlie Chaplins in Paris, bei dem die Lettristen Flugblätter folgenden Wortlauts verteilten:  
*“Wir glauben daß die wichtigste Übung der Freiheit die Zerstörung von Idolen ist, besonders, wenn sie sich im Namen der Freiheit zu Wort melden. Sie sind jemand der auch sein Gesicht hinhält, wenn er schon den Arsch versohlt bekommen hat. Wir aber sind jung und schön; wir sagen Revolution, wenn Ihr Leiden sagt. Go home Mr. Chaplin”*.<sup>24</sup>

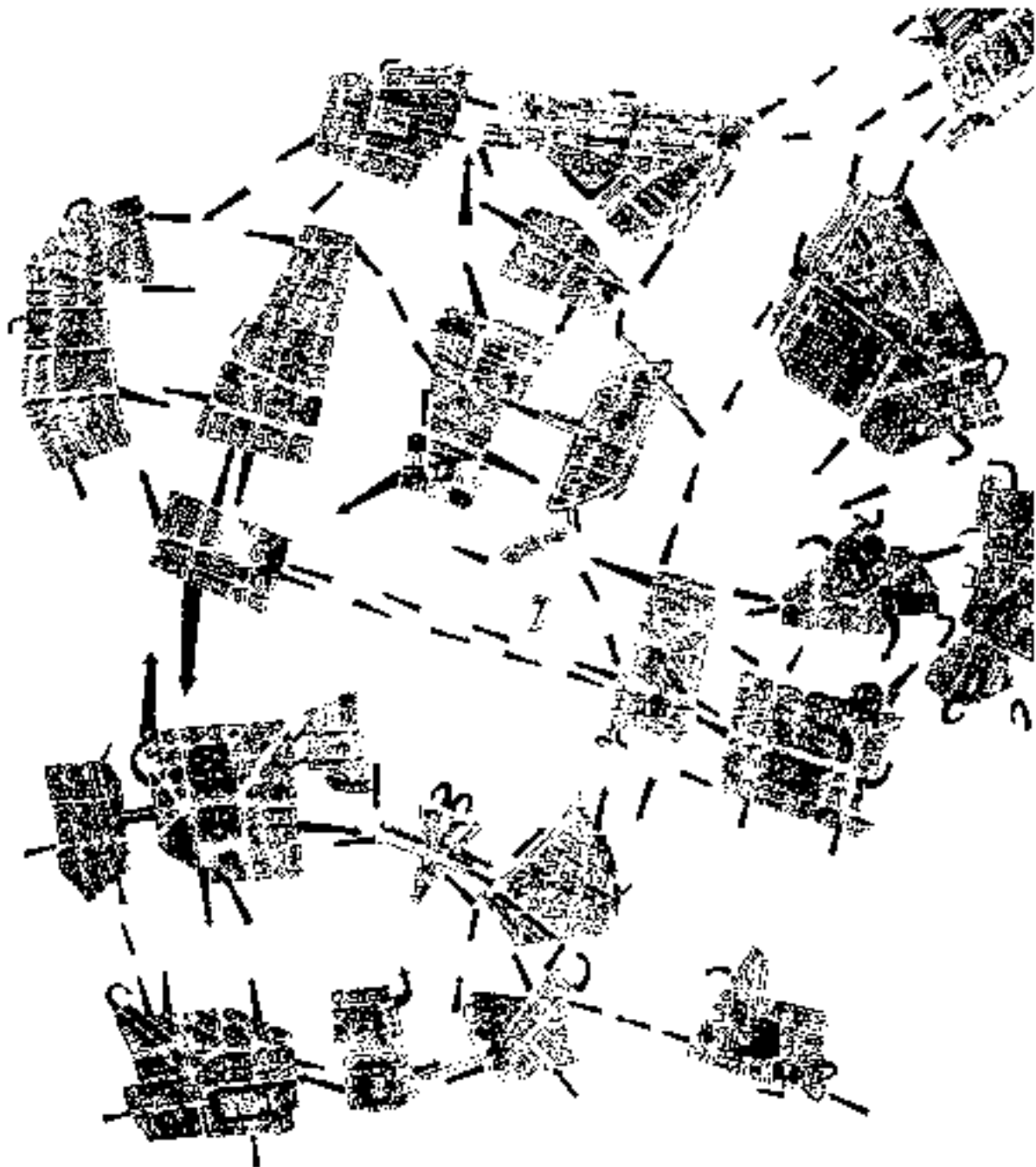
-Die Verkündung von Gottes Tod bei der Ostermesse im Jahre 1950 im Notre Dame.<sup>25</sup>

- Das Publizieren von situationistischen Schriften und Zeitschriften wie den *„Potlatch“* der Lettristen oder des *„Internationale Situationniste“*, die immer mit Anti-Copyright Vermerken versehen waren

<sup>23</sup> vgl. Clabauter: Referat über die Geschichte und Theorie der Lettristischen Internationale und der Situationistischen Internationale, [http://machno.hdm-stuttgart.de/~hk/si/si\\_einf\\_inhalt.htm](http://machno.hdm-stuttgart.de/~hk/si/si_einf_inhalt.htm)

<sup>24</sup> vgl. Clabauter: Referat über die Geschichte und Theorie der Lettristischen Internationale und der Situationistischen Internationale, [http://machno.hdm-stuttgart.de/~hk/si/si\\_einf\\_inhalt.htm](http://machno.hdm-stuttgart.de/~hk/si/si_einf_inhalt.htm), s.a. Ohrt, Roberto: Phantom Avantgarde, Edition Nautilus, Hamburg, 1990, S.59

<sup>25</sup> s.a. Ohrt, Roberto: Phantom Avantgarde, Edition Nautilus, Hamburg, 1990, S.51



Quelle: Guy Debord, Guide psychogéographique de Paris, 1957, in Ohrt, Robert: Phantom Avantgarde, Edition Nautilus, Hamburg, 1990

## 2.2.2 DERIVE, PSYCHOGEOGRAPHIE UND KONSTRUIERTE SITUATION UND CULTURE JAMMING

Der utopische, kämpferische Aspekt der SI findet sich in den Aktionen der CJ nicht wieder. So kann man vergeblich nach so großen Zielen wie dem Erbauen einer visionären Stadt à la „*New Babylon*“ suchen. Das Durchstreifen und Beobachten der umgebenden Architektur lässt sich am ehesten in den „*Billboard Alterations*“ der *Billboard Liberation Front* aus San Francisco oder von *BUGAUP* aus Vancouver und in den als „*Pranks*“ bezeichneten öffentlichen Irritationsversuchen vergleichen.

Auch kann man die Störung der öffentlichen Sphäre des Internets durch Hacktivismus in die Tradition der „*konstruierten Situation*“ stellen. Da das collagierende Umgestalten und Verfremden von Plakatwänden die Taktik des situationistischen „*Détournement*“ exakt übernimmt, werde ich dieses Phänomen erst im folgenden Kapitel behandeln.

### PRANKS

Als „*Prank*“ bezeichnet man einen Streich, einen dummen Scherz, der per se nichts politisches ausdrücken soll. Die Nutzung des Begriffes im Feld des CJ geht auf die „*Merry Pranksters*“ zurück, eine Gruppe von Hippies, Künstlern, Schauspielern und Schaustellern, die Anfang der Sechziger Jahre mit einem Bus durch Kalifornien fuhren und sich gegen die konformistische US-amerikanische Kultur auflehnen wollten. Die fröhlichen Anarchisten rund um Ken Kesey traten an, um im LSD-Rausch die von der spießigen Gesellschaft okkupierte Straße zurückzuerobern und diese mit ihren Happenings zu schockieren.<sup>26</sup>

Im Jahre 1987 erscheint das Buch *PRANKS!* in der *Re/search*-Reihe<sup>27</sup> und versammelt die Hauptcharaktere der Bewegung, die keine war. Es ist eine lose Zusammenstellungen unterschiedlichster Positionen und Motivationen von ehemaligen Punkrockern wie Jello Biafra (Dead Kennedys) über Timothy Leary, Mark Pauline von Survival Research Laboratories sowie Joey Skaggs. Der rote Faden der Zusammenstellung ist in der subversiven Methodik zu finden, Menschen aus ihrem Alltagsleben zu reißen. Die Motivationen gehen dabei von dummem, hohlem Scherz über bloße Provokation bis zur politisch motivierten Aktion. Die spielerischen, in den Alltag eingreifenden Aktionen der Prankster zeigen eine Verwandtschaft zu den konstruierten Situationen der SI.

Joey Skaggs<sup>28</sup>, den ich im Folgenden exemplarisch untersuchen möchte, führt seine Aktionen seit 1966 in der Öffentlichkeit auf und bezeichnet sich selbst als Mediensatiriker. Seine erste Aktion klingt wie eine späte Variation der lettristischen Intervention in die Notre Dame mit der folgenden „*Gott ist tot!*“<sup>29</sup> –Proklamation am Ostersonntag des Jahres 1950. Im Jahre 1966 baute Skaggs ein 100 kg schweres Kreuz aus Telegrafmasten, an dem ein Skelett mit menschlichem Haar, einer Dornenkrone und einem großen Metallpenis befestigt war und trug es am Ostermorgen durch den Tompkins Square Park in New York. Das Kreuz wurde von aufgebrachten Passanten teilweise zerstört, Skaggs wurde verhaftet und musste eine Geldstrafe zahlen. Er wiederholte die Aktion jährlich bis 1969.

<sup>26</sup> Vergl. <http://www.gazette.de/Archiv/Gazette-Februar2002/Kesey.html>, sowie Klein, Naomi : *No Logo*. Riemann Verlag/Bertelsmann, 2002, S.292

<sup>27</sup> *Re/Search # 11: Pranks! San Francisco, 1987, ISBN 0-940642-10-7*

<sup>28</sup> Skaggs, Joey: <http://www.joeyskaggs.com>

<sup>29</sup> s.a. Ohrt, Roberto: *Phantom Avantgarde, Edition Nautilus, Hamburg, 1990, S.54*



In den siebziger Jahren präziserte er jedoch seinen subversiven, gesellschaftskritischen Ansatz und spezialisierte sich auf das Manipulieren der Presse, das perfekte Fälschen von Briefköpfen und Erfinden von Scheinfirmen.

*“Get some out-of-state newspaper to run a story on something sight unseen, and then Xerox that story and include it in a second mailing. Journalists see that it has appeared in print and think, therefore, that there’s no need to do any further research.”<sup>29</sup>*

In einer Zeitung warb er 1976 für ein *“Cat House for Dogs”*, einem Hundebordell, in dem man mit 50 Dollar seinem Hund zu bestandener Hundepflege oder zum Geburtstag sexuelle Befriedigung schenken konnte. Hunderte von Leuten meldeten sich, die Mehrzahl davon, um das Angebot zu nutzen, einige aber auch um Sex mit Hunden zu haben oder anderen Leuten dabei zuzusehen. Skaggs hatte ein schickes Appartement in SoHo gemietet, 25 Schauspieler in Hundecosts engagiert und sich 15 Hunde geliehen. Der anwesenden und gutgläubigen Presse (eine TV-Sex-Show namens *„Midnight Blue“*) wurden Fragen über Hundensexualität beantwortet und erklärt, dass die Hündinnen ein Verhütungsmittel injiziert bekommen hätten. Nachdem die erste Pressevorführung vorüber war, meldete sich der Fernsehsender WABC und gab an, einen längeren Fernsehbeitrag darüber produzieren zu wollen. Skaggs gab das schon produzierte Video von *„Midnight Blue“* an sie weiter, weil er, wegen öffentlichen Ärgernisses verfolgt, nicht mehr in der Öffentlichkeit agieren könne. Nachdem die Sendung von WABC ausgestrahlt worden war, wurde Skaggs dann von Tierschützern, religiösen und sozialen Verbänden angegriffen und schließlich per Polizeidekret vor Gericht vorgeladen. In einer darauffolgenden Pressekonferenz outete er die Geschichte als *„Hoax“* (Zeitungsente, Streich). Der Fernsehsender WABC sendete nie eine Gegendarstellung und ärgerte sich darüber, dass ihr mittlerweile für den *„Emmy Award“* nominiertes Beitrag eine Fälschung war.

Weitere Aktionen waren u.a.:

Im Mai 1994 schrieb Kim Yung Soo (a.k.a. Joey Skaggs), 1500 Briefe an Tierheime in den USA mit dem Angebot, 10 Dollar pro Pfund Hundefleisch zur Produktion von Hundefleischsuppe zu zahlen. Skaggs bekam viele unglaubliche Drohbriefe von Tierschützern, die oft mit rassistischen Äußerungen gespickt waren:

*“In America we have a serious need for human body parts. If you are disease-free, why don’t you kill yourself (commit suicide) and send your organs to the various charities in order that worthy humans may continue life on this planet.”*

*“If you want Americans to try a different kind of meat, why don’t you go back to your home country and make a business out of selling your little dirty Asian babies to Americans as ground meat.”<sup>29</sup>*

Beim *“The Solomon Project“* (1995) sorgte Dr. Joseph Bonuso, Ph.D. (a.k.a. Joey Skaggs), mit der Pressemitteilung für Wirbel, ein Programm namens *„Solomon“* entwickelt zu haben. Es sollte auf einem Supercomputer laufen, der mit allen Präzedenzfällen der juristischen Geschichte gefüttert worden war.



Skaggs veröffentlichte im November 2001, beeindruckt von den schockierenden Ereignissen des 11. Septembers, einen offenen Brief auf seiner Website, in dem er sich von terroristischen Anschlägen und den sich oftmals als Falschmeldungen herausstellenden Anthrax-Attacken distanzierte. In diesem Brief beschreibt er den schmalen Pfad des „guten“ Pranks:

*“And I elaborated on the meaning of a “good” prank, which, in my opinion “attempts to shed light on an issue and to create social change. It is the manipulation of ideas and emotions in order to shift focus onto otherwise hidden agendas or social injustices. Using elements of truth, irony, humor and satire, a good prank is meant to target closed-mindedness, prejudice, hatred and unquestioning thinking. It deconstructs the status quo. It attacks the misuse of power by media, government, business and religion...”<sup>29</sup>*

Joey Skaggs versteht es, die Presse mit Falschmeldungen und erfundenen Geschichten, die sich nach der Veröffentlichung virenartig verbreiten, zu verwirren und zu verstören.

*“Media viruses spread through the datasphere the same way biological ones spread through the body or a community. But instead of traveling along an organic circulatory system, a media virus travels through the networks of the mediascape. The ‘protein shell’ of a media virus might be an event, invention, technology, system of thought, musical riff, visual image, scientific theory, sex scandal, clothing style, or even a pop hero—as long as it can catch our attention. Any one of these media virus shells will search out the receptive nooks and crannies in popular culture and stick on anywhere it is noticed. Once attached, the virus injects its more hidden agendas into the datastream in the form of ideological code—not genes but a conceptual equivalent we now call ‘memes.’ Like real genetic material, these memes infiltrate the way we do business, educate ourselves, interact with one another—even the way we perceive ‘reality.’”<sup>31</sup>*

Ein solcher Virus kann deutlich machen, wo ein System Schwachstellen hat. Die Aufdeckung solcher Schwachstellen soll nicht nur die Funktionsweise der Massenmedien entlarven, sondern auch auf dahinterliegende soziale Ungerechtigkeiten, Intoleranz und Ignoranz hinweisen. Es werden Situationen geschaffen, die eine neue Sicht auf den persönlichen Alltag geben und anregen wollen, über vorgefertigte Meinungen und politische Entscheidungen nachzudenken. Dies kommt der von der SI angestrebten Konstruktion von Situationen, die spielerisch den Alltag verändern sollten, sehr nahe. Dieser zivile Ungehorsam ist gerade in den gesetzeshörigen USA selten und wird mit oppressiven Maßnahmen wie bei den momentanen Anti-Kriegsdemonstrationen unterdrückt oder taucht erst gar nicht in den Medien auf. Skaggs stellt so die Mechanismen der Medienwelt in Frage und provoziert ein selbstständiges und kritisches Auseinandersetzen mit Medien, Politik und Gesellschaft. Damit fordert er einen emanzipatorischen Umgang mit den Massenmedien wie Eco<sup>15</sup> es gefordert hatte. Gerade in Kriegszeiten, wie zur Zeit im Irak-Krieg, in denen Information und Desinformation nicht mehr klar getrennt werden können, ist ein solcher selbstständiger und kritischer Umgang mit Medien als pädagogischer Auftrag wichtiger wie nie.

<sup>31</sup> Rushkoff, Douglas: *Media Virus! Hidden Agendas in Popular Culture*, Ballantine Books, New York, 1994, S. 9-10

## HACKTIVISMUS UND VERNETZTER AKTIVISMUS

Als *“Hacking”* bezeichnet man einen Einbruch in Netzwerke, Datenbanken und Websites mittels von Hackern programmierten und mittlerweile im Internet verbreiteten Tools. Die schon in den siebziger Jahren entwickelte Methode, sich illegal Zugang zu passwortgeschützten Informationen per Telefonleitung und Modem zu verschaffen, wurde schon früh als Akt der Spionage strafrechtlich verfolgt. Es bildeten sich Gruppen wie der Chaos Computer Club in Deutschland, die sich von destruktiven Machenschaften von Virenproduzenten und -verteibern oder Spionen durch eine ethische Grundausrichtung distanzieren wollten. Sie verstanden ihre Hauptaufgabe in der Aufdeckung von Sicherheitsmängeln in kommerziellen Betriebssystemen, Unterstützung von alternativen unkommerziellen Betriebssystemen, Freilegung öffentlicher Daten und dem Wahren persönlichen Datenschutzes.

- „- Der Zugang zu Computern und allem, was einem zeigen kann, wie diese Welt funktioniert, sollte unbegrenzt und vollständig sein.*
- Alle Informationen müssen frei sein.*
- Mißtraue Autoritäten - fördere Dezentralisierung.*
- Beurteile einen Hacker nach dem, was er tut und nicht nach üblichen Kriterien wie Aussehen, Alter, Rasse, Geschlecht oder gesellschaftlicher Stellung.*
- Man kann mit einem Computer Kunst und Schönheit schaffen.*
- Computer können dein Leben zum Besseren verändern.*
- Mülle nicht in den Daten anderer Leute.*
- Öffentliche Daten nützen, private Daten schützen“<sup>32</sup>*

Die Wortschöpfung *„Hacktivismus“* verlegt den politischen Aktivismus von dem traditionellen Ort der Strasse ins Internet. Die Aktionisten bedienen sich bei den Methoden der Hacker, um in Server einzudringen und dort Websites zu verändern oder um durch *„virtuelle Sit-Ins“* zielgerecht Websites durch sogenannte *„Denial of Service“*-Angriffe vorübergehend außer Betrieb zu setzen. Die amerikanische Künstlergruppe *„Critical Art Ensemble“*<sup>33</sup> prägte 1996 den Begriff *„elektronischer ziviler Ungehorsam“* und bezog sich auf einen Text von David Thoreau von 1849 namens *„Civil Disobedience“* (ziviler Ungehorsam), in dem der Autor es ablehnte, mit seinen Steuern einen Krieg gegen Mexiko zu unterstützen. Die Demonstrationen der Friedensbewegung und der sozial engagierten Gruppierungen hatten nach ihrem Höhepunkt in den achtziger Jahren immer weniger Einfluss auf Presse, Politik und Wirtschaft. Ein Grund dafür war, dass sich zu der Zeit die wichtigsten wirtschaftlichen Prozesse bereits im virtuellen Raum abspielten. Einige der damals aktiven Gruppierungen wollten den traditionell technologiefeindlichen Gestus der linkspolitischen Bewegung abstreifen und fanden in Netzkunstgruppen wichtige Ansprechpartner. Eins der wichtigsten Projekte des *„Critical Art Ensemble“* bzw. ihrer Inkarnation *„Electronic Disturbance Theater“* war das *„FloodNet System“* im Jahre 1998. Die produzierte Software war dazu imstande, einen angegriffenen Server lahm zu legen, indem sie pausenlos die *„Reload“* - Funktion des Internet-Browsers aufrief. Der so überlastete Server war dann nicht mehr erreichbar. Ziel war u.a. unter anderem die Website des mexi-

<sup>32</sup> Chaos Computer Club: <http://www.ccc.de>

<sup>33</sup> Critical Art Ensemble: <http://www.critical-art.net>

kanischen Präsidenten, der wegen seiner unterdrückenden Politik gegen die Zapatistas in Südmexiko angeklagt wurde. Die „FloodNet“-Kampagne wurde aber von vielen als unbeholfen und grob beurteilt. Der Medien-theoretiker Geert Lovink drückt das folgendermaßen aus:

*“Hactivism should [...] not just temporarily shoot down enemy servers. We need to be much more careful, flexible, remain under cover. FloodNet originates from an actual public space lost and gone. Perhaps it is trying to re-construct the loss in much too easy a way. In our experience, here in Amsterdam, the digital public sphere is a long term project, with thousands of people involved. In part, our work is invisible, and contains many random elements. Activists, by nature, are hasty. They want to get things done. Yet protection and restructuring of the public sphere is not a simple problem to solve. So let us come up with many models and examine which ones work, and which don't. That's hacktivism for me.”<sup>34</sup>*

#### ETOY VS. ETOYS

*“MISSION: the etoy.CORPORATION crosses and blurs the frontiers between art, identity, nations, fashion, politics, technology, social engineering, music, power and business to create massive impact on global markets and digital culture. etoy goes where common companies and individuals can't afford or risk to go.”<sup>35</sup>*

1999 bot der amerikanische Spielzeugversand „eToys“<sup>36</sup> der schweizerischen Netzkunst Gruppe „etoy“<sup>35</sup> 500.000 Dollar für ihren Domainnamen an. etoy weigerte sich. Die Künstlergruppe hatte sich schon ca. 5 Jahre vorher den Namen ihrer Domain sichern lassen. Während eToys ein virtuelles Angebot von realen Waren bereitstellte, war das Angebot von etoy ausschließlich virtuell. Auf deren Website, die eine perfekte Simulation einer Firmenpräsentation bot, wurden sogenannte etoy.SHARES angeboten. Man konnte so durch Kauf, Rekrutierung oder Ableistung bestimmter Aufgaben Teil einer imaginären, nur im Internet existierenden Kunstwelt werden.

*„Zwei Beteiligungsmodelle stießen aufeinander; eines, das Kursveränderungen von Börsenpapieren notiert, und eines, das Partizipationsleistungen mit Projektanteilen honoriert. Gleichmaßen war es ein Konflikt zweier Lebensformen, einer konsumistischen, die dem Verzehr; hier einer Domain, absoluten Vorrang einräumte, und einer artistischen, die statt Kunstobjekten die Ausstellung komplexer sozialer Praktiken zum Gegenstand von Kunst erklärte.“<sup>37</sup>*

Im November 1999 verbot das Los Angeles Superior Court etoy auf Antrag von eToys die Verwendung ihres Domainnamens per einstweilige Verfügung mit der Begründung, die Ähnlichkeit der Internetadressen würde zu Verwirrungen bei Kunden von eToys führen.

<sup>34</sup> Lovink, Geert, Gespräch mit A. Galloway 1999. In: *Hacking Activism. An Email Dialogue between Alex Galloway and Geert Lovink. In: Nettime, 10 Feb 1999, zitiert nach: Inke Arns, This is not a toy war: Politischer Aktivismus in Zeiten des Internet, Publiziert in: Stefan Münker, Alexander Roesler (Hrsg.): Praxis Internet, Frankfurt/Main: Suhrkamp 2002, S. 37-60*

<sup>35</sup> etoy: <http://www.etoy.com>

<sup>36</sup> eToys: <http://www.etoys.com>

<sup>37</sup> Grether, Reinhold: *Wie die etoy-Kampagne geführt wurde, 09.02.2000, <http://www.telepolis.de/deutsch/inhalt/te/5768/1.html>*

Es blieb jedoch nicht nur dabei, dass etoy schon im Voraus ihre Website offline nahm, sie wurden von der dafür zuständigen Firma „Network Solutions“ aus dem Hauptverzeichnis aller Internetadressen gelöscht und so waren etoy nicht mehr per mail erreichbar. Dieser Schritt war nicht in der einstweiligen Verfügung vorgesehen. Nun wehrte sich etoy mit einem Internet-Forum namens „Toywar“<sup>38</sup> und dem etoy-Solidaritäts-Fond. Sie bekamen Hilfe von der Künstler/Aktivisten Plattform „@tmark“<sup>39</sup>, die auf ihrer Website zwischen Investoren und künstlerisch-aktivistischen Vorhaben vermittelt. So wurde die Website von eToys von Aktivisten per virtuellen Sit-Ins, bei der unter anderem die „Floodnet“-Software vom „Electronic Disturbance Theater“ eingesetzt wurde, angegriffen. Beim schlagkräftigsten Angriff programmierte man die Software so, dass der Warenkorb der Website sich virtuell immer weiter füllte, bis der Server die vielen Anfragen nicht mehr bearbeiten konnte. Nachdem eToys erst von dem öffentlichen Streit wirtschaftlich profitiert hatte, zeigte die Börsenkurve nun tendenziell nach unten. Das nutzten die Aktivisten aus, eigneten sich Wirtschaftsvokabular an und verbreiteten schlechte Stimmung in zahlreichen Investment-Foren im Netz.

*“On your team, thousands of players. Your opponents: eToys and its shareholders — as long as they still own shares. The stakes: art, free expression and life on the Internet.”*<sup>40</sup>

Auf <http://www.toywar.com> konnten sich Sympathisanten an einem Online-Aktivismus-Spiel beteiligen, das die virtuellen Krieger anhand von (Kriegs-) Spielzeug, Playmobilfiguren, die mit Waffen wie virtuellen Sit-Ins ausgerüstet waren, verdeutlichte. Durch die starke Beteiligung (am Höhepunkt der Aktion waren 1798 Playmobil-Avatare zu sehen) an dem Projekt ließ eToys die Klage drei Monate später fallen.<sup>41</sup> Dieser unter Internetaktivisten gefeierte Sieg war ein Beweis dafür, wieviel wirtschaftlichen Druck und Schaden man sogar millionenschweren Großunternehmen mit elektronischer Ungehorsamkeit und Protest zufügen kann.

<sup>38</sup> <http://www.toywar.com>

<sup>39</sup> <http://www.rtmk.com>

<sup>40</sup> Zitiert nach: Inke Arns, *This is not a toy war: Politischer Aktivismus in Zeiten des Internet*, publiziert in: Stefan Münker, Alexander Roesler (Hrsg.): *Praxis Internet, Frankfurt/Main: Suhrkamp 2002, S. 37-60*

<sup>41</sup> vgl. ebd.



Quelle: [www.stoy.com](http://www.stoy.com)

### 2.3.1 DETOURNEMENT IM SINNE DER SI

*“Die Entwendung führt die vergangenen kritischen Folgerungen, die zu ehrenwerten Wahrheiten erstarrt sind, d.h. in Lügen verwandelt wurden, wieder der Subversion zu.”<sup>42</sup>*

Das „détournement“ bedeutet Zweckentfremdung, Entwendung, Umleitung, Verführung, Mißbrauch, Abweichung oder Wiedereinsetzung und war eine der wichtigsten Methoden der SI. Bereits im Jahre 1870 forderte Lautréamont, der mit seinem Buch „Die Gesänge des Maldoror“ auch großen Einfluß auf die Surrealisten hatte, in seinen „Poesies“:

*“Das Plagiat ist notwendig. Der Fortschritt schließt es mit ein”<sup>43</sup>*

Das „détournement“ von Debord:

*“Die Ideen verbessern sich. Die Bedeutung der Worte trägt dazu bei. Das Plagiat ist notwendig. Der Fortschritt impliziert es. Es hält sich dicht an den Satz eines Verfassers, bedient sich seiner Ausdrücke, beseitigt eine falsche Idee, ersetzt sie durch eine richtige.”<sup>44</sup>*

Der Ausdruck sollte ein kreatives Plündern, ein Aus-dem-Kontext-Reissen und Neuzusammensetzen erläutern, wie es für die SI wichtig war. So bediente sich auch Debord in seinen theoretischen Schriften an Ideen von André Breton, Karl Marx, Jean Paul Sartre, Henri Lefebvre und Lautréamont und flechtete diese Ideen in seine Ausführungen mit ein.

*“Die zwei grundlegenden Gesetze der Entwendung sind die bis zum völligen Verschwinden gehende Bedeutungsminde rung eines jeden autonomen entwendeten Elements und der gleichzeitige Aufbau einer anderen bedeutungsvollen Gesamtheit, die jedem Element seine neue Tragweite verleiht.”<sup>45</sup>*

Die ehemals subversiven Methoden und Ideen der Philosophie, Politik und Kunst wurden, im Sinne von Debord, vom Spektakel okkupiert und mussten immer wieder durch ihre Zerlegung in Einzelteile und folgender Zusammensetzung mit Bedeutung aufgeladen werden. So können diese zur Ideologie gewordenen und somit für die SI unbrauchbaren „-ismen“ (von Marxismus bis Surrealismus), in Bruchstücken, nie als ganzes, in der Theorie der SI wieder neu aufleben.

*“Es ist eine neue Art sozialer Sprache; eine Kommunikation, die die Kritik ihrer selbst enthält; eine Technik, die nicht mystifizieren kann, da sie schon von der Form her Entmystifizierung ist.”<sup>46</sup>*

Überhaupt fand man die Erhaltung der gegenwärtigen Kultur als nicht erstrebenswert, man wollte die Auflösung der sich in die Bedeutungslosigkeit des Spektakels stürzenden Gesellschaft forcieren, indem man die Einzelteile bedeutungslos machte und dann durch Neuzusammensetzung wieder nutzbar machte. Hier wird auch der Geist der Negation deutlich, der aber nicht mit der sich selbst aufgebenden Praktik des Nihilismus gleichzusetzen war.

<sup>42</sup> Debord, Guy: Die Gesellschaft des Spektakels, Edition Nautilus, Hamburg, 1978 (dt.), 1967 (Org.), Edition Tiamat, Berlin, 1996 (dt.)

<sup>43</sup> Lautréamont: Isidor Ducasse(Lautréamont), Poesies, Edition Nautilus, Hamburg, 1979

<sup>44</sup> Debord, Guy: Die Gesellschaft des Spektakels, Edition Nautilus, Hamburg, 1978 (dt.), 1967 (Org.), Edition Tiamat, Berlin, 1996 (dt.)

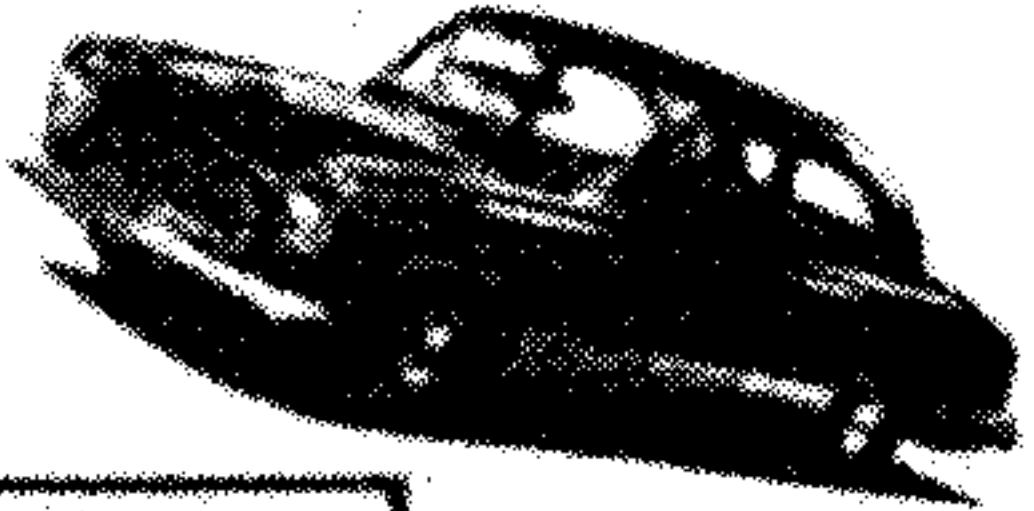
<sup>45</sup> ebd.

<sup>46</sup> Marcus, Greil: Lipstick Traces, Rowohlt, Hamburg, 1989, S.101

# Ne soyez plus



VICTIMS OF

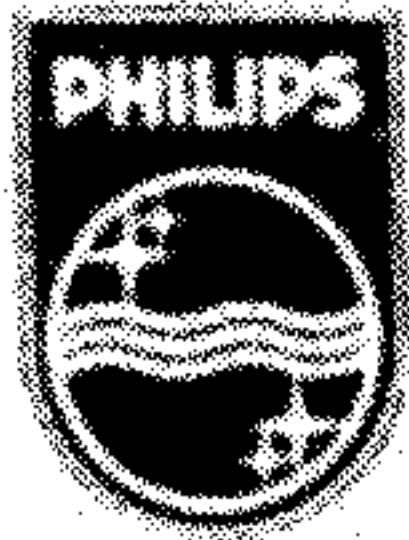
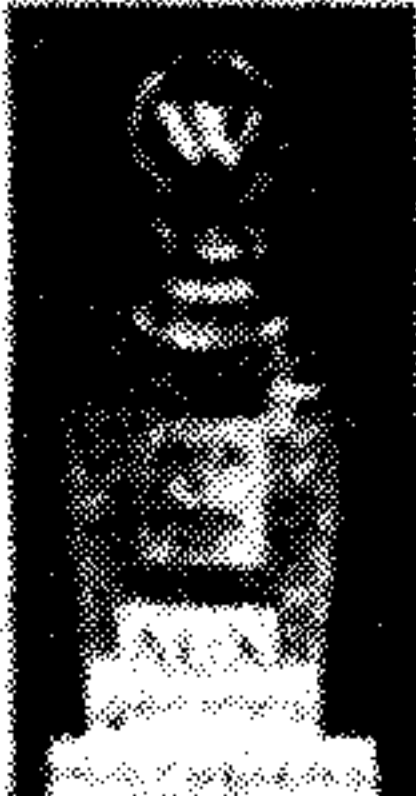


Quelle: Les livres n°5, Juin 1955, Ohrt, Roberto; Phantom Avantagré, Edition Nautilus, Hamburg, 1990

# POUR UNE mort



STATE  
**lak**



PHILIPS

Es war immer deutlich, dass man an die Verbesserung glaubte, die nur über die kritische Distanz der Negation möglich war.

*„Dieser Stil, der seine eigene Kritik enthält, muß die Herrschaft der gegenwärtigen Kritik über ihre ganze Vergangenheit ausdrücken. Durch ihn bezeugt die Darlegungsweise der dialektischen Theorie den negativen Geist, der in ihr steckt. (...) Dieses theoretische Bewußtsein der Bewegung, in dem die Spur der Bewegung selbst gegenwärtig sein muß, äußert sich durch die Umkehrung der etablierten Beziehungen zwischen den Begriffen und durch die Entwendung aller Errungenschaften der früheren Kritik.“<sup>47</sup>*

Interessanterweise wurde auch die SI nicht davon verschont, dass ihre eigenen Theorien vom Spektakel okkupiert wurden. Diesen Übergriff nannte man „Rekuperation“. Das oppositionelle Denken wird von der Gesellschaft verflacht übernommen und massenhaft in Umlauf gebracht und dadurch für die SI unbrauchbar gemacht. Auch daher wehrte sich die SI immer gegen die Verwendung des Begriffes „Situationismus“.

*„Die herrschende Ideologie organisiert die Banalisierung der subversiven Entdeckungen und verbreitet sie im Überfluß, nachdem sie sie sterilisiert hat.“<sup>48</sup>*

Aus dem ideellen Umfeld kommend fand sich das „*détournement*“ aber auch u.a. in den Avantgardefilmen Debords, in Asger Jorns Malerei und in zahlreichen Collagen und Illustrationen in der SI-Zeitschrift „Situationiste Internationale“ wieder. Das Überkleben und Übermalen von Gemälden oder Zeichnungen und Comics, aber auch das Entstellen und Umdrehen von Werbung waren Ausdrucksmittel der SI. Die Hauszeitschrift der SI hatte immer einen „*Anti-Copyright*“ – Vermerk, weil man der Meinung war, dass alle kulturellen Produkte im Eigentum der Allgemeinheit sein sollten.

*„Alle kulturellen Produkte sind Gemeingut (daher hatten ihre Zeitschriften ein Anti-Copyright), eine Trennung zwischen Autor und Leser existiert nicht und Quellen werden keine angegeben, denn alle Ideen schweben frei im Raum, werden durch die Geschichte hochgespült oder versinken.“<sup>49</sup>*

Die Techniken der Collage und der Zweckentfremdung wurde ja auch im Surrealismus und Dadaismus von Künstlern wie Max Ernst, Marcel Duchamp, Hannah Höch, Kurt Schwitters und John Heartfield benutzt. So geschah das Sich-Aneignen im Sinne des „*détournement*“ auch dort nicht nur auf ideeller, sondern auch auf ästhetischer und methodischer Ebene.<sup>50</sup>

<sup>47</sup> Debord, Guy: *Die Gesellschaft des Spektakels*, Edition Nautilus, Hamburg, 1978 (dt.), 1967 (Org.), Edition Tiamat, Berlin, 1996 (dt.)

<sup>48</sup> Guy Debord, *Rapport über die Konstruktion von Situationen und die Organisations- und Aktionsbedingungen der Internationalen Situationistischen Tendenz*, Edition Nautilus Flugschrift No. 21, Hamburg, 1980 (dt.), 1955/57/63 (Org.)

<sup>49</sup> Clabauter: *Referat über die Geschichte und Theorie der Lettristischen Internationale und der Situationistischen Internationale*, [http://machno.hdm-stuttgart.de/~hk/si/si\\_einf\\_inhalt.htm](http://machno.hdm-stuttgart.de/~hk/si/si_einf_inhalt.htm)

<sup>50</sup> s.a. Kapitel „Entfremdung und Aneignung“



DANS LE DÉCOR SPECTACULAIRE  
DU LE REGARD NE SE MOUVRE  
AVEC LES CHOSES ET LE M. P. L.



RIEN NE MANQUE  
AU COMBAT  
DE LIENNA

LE MOUVEMENT DU TRAVAIL COMMENCE  
AVEC LE RETOUR DE LA VIE

ET OUVRE UN MILIEU  
JEUNES ET TRAVAIL  
ET TRAVAIL

LE BOURGNOIS  
ET LE MOUVEMENT  
DE LA VIE



LE MOUVEMENT DU TRAVAIL COMMENCE  
AVEC LE RETOUR DE LA VIE

LE MOUVEMENT DU TRAVAIL COMMENCE  
AVEC LE RETOUR DE LA VIE

LE MOUVEMENT DU TRAVAIL COMMENCE  
AVEC LE RETOUR DE LA VIE

LE MOUVEMENT DU TRAVAIL COMMENCE  
AVEC LE RETOUR DE LA VIE

LE MOUVEMENT DU TRAVAIL COMMENCE  
AVEC LE RETOUR DE LA VIE



LE MOUVEMENT DU TRAVAIL COMMENCE  
AVEC LE RETOUR DE LA VIE

LE MOUVEMENT DU TRAVAIL COMMENCE  
AVEC LE RETOUR DE LA VIE

LE MOUVEMENT DU TRAVAIL COMMENCE  
AVEC LE RETOUR DE LA VIE

LE MOUVEMENT DU TRAVAIL COMMENCE  
AVEC LE RETOUR DE LA VIE



LE MOUVEMENT DU TRAVAIL COMMENCE  
AVEC LE RETOUR DE LA VIE



LE MOUVEMENT DU TRAVAIL COMMENCE  
AVEC LE RETOUR DE LA VIE

LE MOUVEMENT DU TRAVAIL COMMENCE  
AVEC LE RETOUR DE LA VIE



# internationale situationniste

### 2.3.2 DETOURNEMENT UND REKUPERATION UND CULTURE JAMMING

*„Heute scheint es jedenfalls manchmal so, als ob wir nach der Politisierung leben und von ihr nichts mehr übrig geblieben ist als die Negation - jener ebenso unzuverlässige wie vielversprechende Akt, an den sich auch Imperien gerne als Geburtsstunde erinnern und den Spielfilme zu verklären lieben. Zumindest gilt dies für die sichtbarsten Formen von oppositioneller Politik. Deren letzte Gewißheit scheint das Nein zu sein, ein Nein, das vom Nein zum Logo bis zum Nein zu Deutschland reicht und auf Bewegungen verweisen kann, die in erster Linie als Gegner von etwas definiert werden oder sich selber definieren. Der Grund, auf dem man steht, die Werte und Ziele, von denen aus man operiert, scheinen keine Rolle mehr zu spielen, entscheidend ist nur noch, daß man überhaupt Gegnerschaft artikuliert.“<sup>51</sup>*

Das Ausschließen von Mitgliedern der Lettrististen und Situationisten, die sich dem Spektakel durch Lohnarbeit oder dem freien Bekennen zur Kunst, die beide Teil des generischen kapitalistischen Spektakels waren, angeschlossen hatten, war vor allem von der rigorosen Politik und Theorie Debords bestimmt. Es war eine binäre Entscheidung, entweder man war dafür oder dagegen. Um sich an der Revolution zu beteiligen, musste man klar Stellung beziehen. Der Status „Hobbykünstler bzw. -revolutionär“ hatte keinen Sinn. Dabei war das Ziel, das Nachher der Revolution unklar, eine Utopie unsicher, sie wurde nur oft nur angerissen (vgl. *„The New Babylon“*). Die Utopie des Kommunismus war spätestens nach dem Stalinismus, nach dem Fall der Mauer und dem Zusammenbruch der UdSSR von vielen erstmal ausgeträumt. Lediglich die Kraft der Negation war noch immer Teil der vielen Subkulturen, die sich nach dem Ende der künstlerischen Avantgarden gebildet hatten. Nach den Maiunruhen 1968 in Paris, die ja auch mit Unterstützung von SI-nahen Gruppen eskaliert waren, wehte der Geist der Negation in der Hippiebewegung (Kommune 1), im Terrorismus der RAF, im Punkrock der späten siebziger Jahre und in der Industrialszene der Achtziger weiter. Greil Marcus versucht diesen großen Bogen in seinem Buch *„Lipstick Traces“*<sup>52</sup> zu spannen.

*„Es scheint, daß die große Negation heutzutage nur zu haben ist, wenn man sich auf die ganz andere Seite stellt, jenseits der Binarität, auch der gerade neu wiederaufgebauten zwischen Abendland und Orient, auf die Seite jenseits des Systems - aber nicht mehr von einem anderen Ort aus, nicht mehr von irgendeiner benennbaren politisch-philosophischen Idee aus, sondern in dem reinen Wünschen, daß es ein Jenseits einer Ordnung gibt, die so rigide ist, daß alle großen Fragen im Sinne eines globalen Kapitalismus entschieden zu sein scheinen, und gleichzeitig so dereguliert, daß nichts gesichert und kein Recht garantiert ist, daß es ein solches Jenseits geben muß. Vielleicht als reines Potenzial.“<sup>51</sup>*

Wie ich bereits im Kapitel über den Begriff des Spektakels angerissen habe, fehlt dieser Glaube an eine utopische Neuordnung der Gesellschaft bei den CJ komplett. Die SI würde wohl alle Vertreter der CJ herablassend als „Prosituationisten“ bezeichnen, als Sympathisanten auf der falschen Seite, eben jene die man rigoros aus den eigenen Reihen ausschloss. Die Motivation der CJ war eine kritische Auseinandersetzung mit dem Kapitalismus, man war sich der negativen Seiten des Konsums bewusst. Durch Proteste und Demonstrationen zeigte man die Präsenz einer Gegenöffentlichkeit. Es wurden

<sup>51</sup> Diedrich Diederichsen, aus dem Programm zu *„Die Kraft der Negation“*, Thematisches Wochenende an der Volksbühne am Rosa-Luxemburg-Platz, Berlin, am 29.6. + 30.6.2002, <http://www.volksbuehne-berlin.de/volksbuehne-berlin/cgi/vbbNav.pl?fid=B12&pID=196>

<sup>52</sup> Marcus, Greil: *Lipstick Traces*, Rowohlt, Hamburg, 1989



Quelle: Ohrt, Roberto: Phantom Avantgarde, Edition Nautilus, Hamburg, 1990

innerhalb der herrschenden Ideologie Gegenkonzepte entworfen, man versuchte den Kapitalismus mit den eigenen Waffen zu schlagen. Ein „*Détournement*“ ohne Utopie. Es war vielmehr die Argumentation eines Eco in seinem Text „*Für eine semiologische Guerilla*“<sup>53</sup>, die vielen CJ nahe lag. Ein emanzipatorisches Decodieren von Nachrichten über die politischen, wirtschaftlichen und sozialen Verhältnisse, denen man durch die Massenmedien ausgesetzt war. Viele eigenständige Agenten, deren Ziel die Desinformation, Reinformation war, die Demontage und Neuzusammenfügen von kommunikativen Zeichen (*Simulakra*), die sich bereits in der Sphäre der kontextlosen Referenz, der Hyperrealität, befanden.<sup>54</sup>

## BILLBOARD IMPROVEMENTS

In der großen Wirtschaftskrise in den USA in den zwanziger und dreißiger Jahren begann sich aus Unzufriedenheit über die wirtschaftliche Lage ein Widerstand gegen die Werbung zu entwickeln, und die Werbeplakate, die noch immer die heile Welt des Konsums, des „*American Dreams*“, versprachen, konnten nur noch als zynischen Kommentar gelesen werden. Im Jahre 1929 wurde das erste Heft des „*Ballyhoo*“-Magazins veröffentlicht. Das bald populäre Blatt (Auflage 1931: 1,5 Millionen) bot unter anderem satirisch überarbeitete Werbeanzeigen, rief Leser dazu auf, selber Werbeplakate zu verändern und beschrieb auch, wie das am besten zu bewerkstelligen sei. Es wurden auch Bilder von bekannten Fotografen, wie Walker Evans, Dorothea Lange und Margaret Bourke-White veröffentlicht, die eine eigene Art fanden, den Kontrast zwischen kapitalistischer Propaganda und realen Verhältnissen zu verdeutlichen. Das Magazin veröffentlichte z.B. eine Serie von Fotografien, die die Abbildungswelt der Werbeplakate in direktem Zusammenhang mit der umgebenden Architektur und dem Alltag der Menschen zeigte. Hier wurde also zwanzig Jahre vor der SI deren spätere Methoden benutzt, das „*Dérrière*“, das Analysieren des Einflusses des Kapitalismus auf den öffentlichen Raum und das „*Détournement*“, das Sich-Aneignen und Verfremden von kulturellen Zeichen. Dies war auch der Grundstein für die Taktiken des CJ. Denn auch den Menschen in den USA der zwanziger und dreißiger Jahre und auch dem Magazin „*Ballyhoo*“ ging es nicht darum, eine Revolution anzuzetteln, sondern hier zeigt sich die Kraft der Negation, der Verweigerungshaltung, des Protestes, der Kritik und der Satire. Gruppen wie die australischen „*BUGAUP (Billboard Utilizing Graffitiists Against Unhealthy Promotion)*“, und die U.S-amerikanische „*Billboard Liberation Front (BLF)*“ begannen dann in den späten siebziger Jahren, die Botschaften von Werbeplakaten durch überklebte oder übermalte Verfremdungen in ihr Gegenteil zu verkehren. Deren Motivation bestand außer der offensichtlichen Konsumkritik auch in dem Deutlichmachen von gesundheitlichen, sozialen und politischen Auswirkungen der Werbung.

*“Originally the BUGA UP campaign was broadly aimed at all unhealthy billboard advertisements. However, in response to public opinion we soon focussed our attention on tobacco & alcohol promotions and other promotions that were socially and visually assaulting.”*<sup>55</sup>

<sup>53</sup> Eco, Umberto (1968): *Für eine semiologische Guerilla*. In: Eco, Umberto: *Über Gott und die Welt. Essays und Glossen*, München 1985

<sup>54</sup> Baudrillard, Jean: *Agonie des Realen*, Merve Verlag, Berlin, 1978

<sup>55</sup> <http://203.41.215.172/>

# BECOME A TOUCHER UPPER!



## TWITCH TOUCHER UPPER SCHOOL

BUGAUP konzentrierte sich auf Aktionen an Zigaretten- und Alkoholwerbung und versuchte durch die Verdeutlichung der gesundheitlichen Folgen den Tabakkonzernen Imageschäden zuzufügen. Die aus vielen unabhängigen Kleingruppen und Einzelaktivisten bestehende Gruppe setzt sich für ein Verbot von Tabakwerbung ein, die gerade auch Kinder und Jugendliche anspreche und versuchte mit möglichst wenig handwerklichem Aufwand, oft nur mit Sprühdose bewaffnet, die Aussagen der Werbung auf eine humorvolle Art und Weise gegen sich selbst zu wenden.

*“We’ve found humour to be extremely effective in exposing the advertiser’s real intentions - turning the ad’s message back on itself.”*<sup>56</sup>

Die kommunikative Einbahnstrasse der öffentlichen Werbung sollte aufgehoben werden, indem man der Opposition eine Stimme auf den Plakatwänden gab.

*“Our ultimate goal is nothing short of a personal and singular Billboard for each citizen.”*<sup>57</sup>

Die BLF hatte ein größeres Interessensspektrum als die BUGAUP, wobei die Angriffe gegen Alkohol- und Tabakwerbung eine Schnittmenge bildeten. Einen interessanten Bezug auf die SI zeigte sich in einer frühen Arbeit der BLF im April 1980, bei der der Schriftzug einer „Marlboro“-Anzeige in „Marlbore“ umgewandelt wurde. Die Langeweile hatten die Situationisten ja als „immer konterrevolutionär“<sup>58</sup> bezeichnet. Die Langeweile, die durch die Entfremdung und der Teilung zwischen Arbeit und Freizeit gefördert wird, drängt den Menschen zum Konsum. Zigaretten waren jahrelang ein optimales Produkt: süchtigmachend, billig in der Herstellung, extrem verbreitet und nahezu immer und überall erhältlich und konsumierbar. Hier wird auch der die Verbindung zur Ikone, zum Bild gewordenen „American Dream“ deutlich, der Freiheit und Kapitalismus impliziert und die „faire“ Chance Marktwirtschaft („vom Tellerwäscher zum Millionär“) herofiziert und dessen Ausbeutungsmechanismen romantisiert. Im März 1989 läuft der Tanker Exxon Valdez in Alaska auf Grund und verursacht die größte Ölkatastrophe in den Vereinigten Staaten, die es je gab, und verseucht mit 40 Millionen Liter Rohöl den Prince-William-Sund. Die BLF reagiert auf Umweltkatastrophe und auf die schleppend anlaufenden Hilfsmaßnahmen und Ausflüchte seitens Exxon mit einer weiteren Attacke: In San Francisco wurden zwei Tafeln geändert, wo vorher „HITS HAPPEN — NEW X-100“ eine Radiostation warb, stand nun „SHIT HAPPENS — NEW EXXON“.

Hier ein Ausschnitt aus der in ironischem Ton geschriebenen Pressemitteilung:

*“Man, being a natural creature can create or produce nothing that is not “of nature”, or unnatural. This is why we believe that Exxon should in no way be castigated for dumping millions of gallons of oil into silly bay in Podunk, Alaska. The seepage of oil is a natural occurrence (as recently noted by an Exxon official), and, as such, the Alaskan spill should be applauded by all Americans as another step in our ongoing evolutionary destiny. We should capitalize on our good fortune as presented by Exxon Corporation.”*<sup>59</sup>

<sup>56</sup> <http://203.41.215.172/>

<sup>57</sup> <http://www.billboardliberation.com>

<sup>58</sup> *Situationistische Internationale, 1958-1969; Gesammelte Ausgaben des Organs der Situationistischen Internationale, Band 1&2, MaD Verlag, Edition Nautilus, Hamburg, 1976*

<sup>59</sup> <http://www.billboardliberation.com/actions/pave.alaska.html>



Quelle: <http://www.billboardliberation.com>

Ein beispielhafter Fall für „*Rekuperation*“, der Banalisierung und Entwendung subversiver Strategien durch das Kapital, war die „*Verbesserung*“ (die BLF nennt ihre Aktionen „*improvements*“) einer Plakatwand, die für das Automodell „*Chrysler's Plymouth Neon*“ warb. Chrysler hatte sich für die Bewerbung des Modells, das junge Leute zwischen 24 und 30 Jahren ansprechen sollte, die Ästhetik von Graffitimalereien übernommen. Auf den Plakatwänden war anfangs nur das Auto auf einem weißen Hintergrund zu sehen, daneben das Wort „HI.“. In regelmäßigen Abständen wurde von der Werbeagentur ein „P“ oder ein „C“ und zwei „L's“ hinzugefügt („HIP.“ oder „CHILL.“), das Plakat wurde mit gesprühten Pfeilen verändert oder dem Auto wurde gar ein Irokesenschnitt verpasst. Die BLF war irritiert durch das Nachahmen ihrer Techniken seitens der Werbung, fand aber auch hier Mittel, um ihr Anliegen zu vermitteln und brachte Totenköpfe auf dem abgebildeten Cockpit des Wagens an oder änderte „HIP.“ in „HYPE.“. In der Zwischenzeit war aber auch eine Anti-Graffiti-Organisation namens „*National Graffiti Information Network (NGIN)*“ auf die Werbekampagne aufmerksam geworden und beschwerte sich öffentlich über den Gebrauch von Graffiti als Ausdrucksmittel in der Werbung. Ihre Hauszeitung „*From the wall*“ schrieb wörtlich:

*“It's NGIN's hope, that watching artistic vandals heave bricks through train windows, write on police cars, scribe initials in glass, and cuss and swear will somehow educate Chrysler's marketers as to what was offensive about their choice of advertising.”<sup>60</sup>*

Der Pressesprecher von Chrysler, Jeff Leetsma, distanzierte sich daraufhin ganz deutlich von Vandalismus und sagte, dass die Aktion sehr erfolgreich verlaufen wäre und dem Auto eine gewisse Persönlichkeit gegeben hätte.<sup>60</sup> Wo der Angriff auf das Image von Firmen und Konzernen vorher gut funktioniert hatte, lief er hier doch größtenteils in die Leere.

## ADBUSTERS UND SUBVERTISING

In Deutschland wurden 1997 jährlich rund 1220 Stunden ferngesehen und 1573 Stunden gearbeitet. Das Fernsehen hat sich, wie die US-Underground-Hip Hopper „*Disposable Heroes of Hiphoprisy*“ es ausdrückten, zur „*Drug of the nation*“ auch in Deutschland entwickelt. Dabei sind die Rahmenumstände ebenso erschreckend, Wohnzimmer werden auf das Fernsehgerät hinausgerichtet, das soziale Leben vernachlässigt und relativ nutzloses Halbwissen wird gesammelt. Aber Kalle Lasn, Herausgeber der Zeitschrift „*Adbusters*“, geht in seinem Buch „*Culture Jam- How to reverse america's suicidal consumer binge- and why we must*“<sup>61</sup> noch weiter.

*“...wir liegen vor dem Fernseher wie verprügelte Hunde und tragen an unserer Kleidung die Abzeichen der Unternehmen wie Sklaven. Wir leben in einem Narrenparadies.”<sup>62</sup>*

Die Adbusters Media Foundation, deren Kopf Lasn ist, produziert das angesprochene Magazin „*Adbusters*“, diverse Anti-Werbe-Spots, die man versucht Fernsehsendern aufzudrängen, unzählige sogenannte „*Unzeigen*“, Verballhornungen aktueller Werbekampagnen, und Aktionen wie die „*TV-Turn-Off-Week*“ oder den „*Buy-Nothing-Day*“.

<sup>60</sup> <http://www.billboardliberation.com/media/co.opt.html>

<sup>61</sup> Lasn, Kalle: *Culture Jam- How to reverse america's suicidal consumer binge- and why we must*, Quill Press, Harper Collins, New York, 1999

<sup>62</sup> Kalle Lasn nach *Unzeigen statt Anzeigen*, Thomas Fischermann, *Die Zeit*, [http://www.zeit.de/2000/46/Wirtschaft/200046\\_adbusters\\_k-terr.html](http://www.zeit.de/2000/46/Wirtschaft/200046_adbusters_k-terr.html)



*“We are a global network of artists, activists, writers, pranksters, students, educators and entrepreneurs who want to advance the new social activist movement of the information age. Our aim is to topple existing power structures and forge a major shift in the way we will live in the 21st century.”*<sup>63</sup>

Adbusters versteht sich als Knotenpunkt im Netzwerk weltweiter Aktionen, die sich, wie Lasn es ausdrückt, gegen die „mentale Verschmutzung“ durch den Konsumwahn und dessen weitreichenden sozial- und wirtschaftspolitischen Folgen wehren.

*„A fifteen-, - thirty or sixty-second TV spot created by a team of passionate filmmakers is, I believe the most powerful off all weapons in the culture jammers’ arsenal.”*<sup>64</sup>

Im Jahre 1988 stürzte sich Lasn an der Werbekampagne der kanadischen Forstindustrie mit dem Claim „Forests forever“ so sehr, dass er mit Freunden einen Antiwerbespot drehte und beim kanadischen Sender CBC 30 Sekunden Sendezeit kaufte. Die Kampagne versprach den Einwohnern seiner Wahlheimat Britisch-Kolumbien eine immergrüne Zukunft und verschwieg dabei den offensichtlichen täglichen Kahlschlag der kanadischen Wälder. Die CBC verweigerte Lasn erst die Ausstrahlung, musste sich dann aber durch die gute Pressearbeit Lasns und dem darauffolgenden öffentlichen Widerstand geschlagen geben. Im folgenden Jahr gründete Lasn die gemeinnützige Adbusters Media Foundation, aus der die kommerziellen Seitenarme des „Adbusters“-Magazins und der Agentur „PowerShift“, die sich auf soziales Marketing spezialisiert hat, wuchsen. In den folgenden Jahren produzierte Lasn, oft unter Mithilfe „bekehrter“ Grafik-Designer aus aller Welt, unzählige Anti-Werbe-Spots, die mit einer „Jiu-Jitsu-Methode“ (Lasn) versuchen, den Schwung der millionenschweren Werbeetats großer Konzerne gegen diese zu verwenden, indem man die dank moderner Computertechnik und viel Know-How perfekt nachgeahmte Werbeästhetik mit subversivem Inhalt füllt. Die ausführliche Website berichtet immer aktuell über Anti-Konsum-Aktionen in aller Welt und bietet vorbereitete Bilder, Filme, Poster und Handzettel zur jeweiligen aktuellen Protestaktion zum download an.

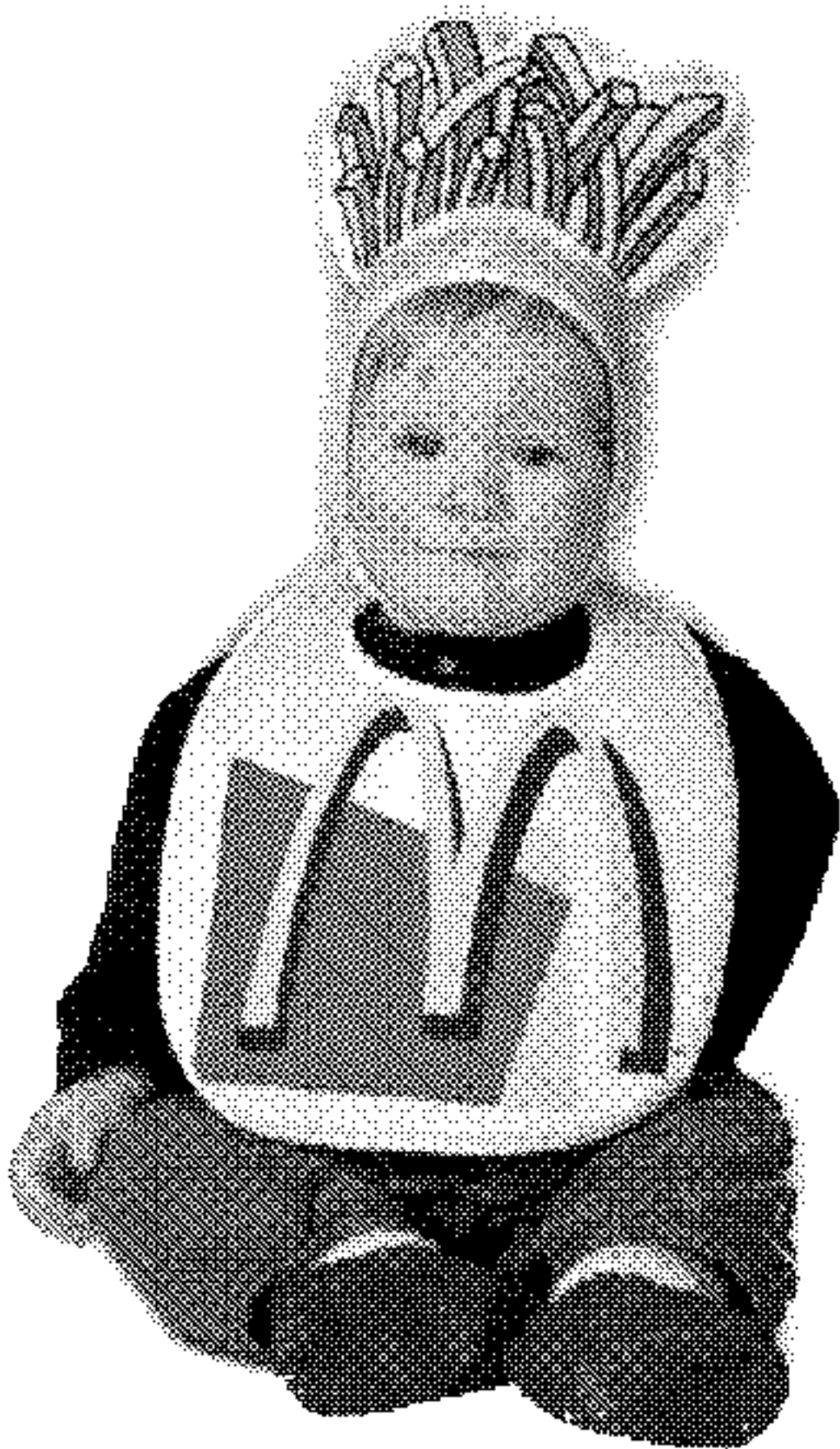
*“Viele Gruppen finden uns unheimlich wertvoll, weil wir ihnen erstmals wirklich einprägsames Kommunikationsmaterial liefern”*<sup>65</sup> sagt Adbusters- Kampagnendirektor Tom Liacas.

Die erfolgreichsten und öffentlichkeitswirksamsten Aktionen waren die jährlich ausgerufenen „TV-Turn-Off-Week“ und der „Buy-Nothing-Day“. Der „Buy-Nothing-Day“ wurde zum ersten Mal am letzten Freitag im November im Jahre 1992 initiiert und wurde durch großangelegte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in rund 30 Ländern bekannt gemacht. Es gab Infostände in Einkaufsstraßen, es wurden Einkaufszettel verteilt mit Fragen wie „Brauche ich das wirklich?“ oder „Wieviel besitze ich schon davon?“ und es gab immer wieder spontane Aktionen von Gleichgesinnten.

<sup>63</sup> <http://www.adbusters.org/information>

<sup>64</sup> Lasn, Kalle: *Culture Jam- How to reverse america’s suicidal consumer binge- and why we must*. Quill Press, Harper Collins. New York, 1999, S.133

<sup>65</sup> zitiert nach: Michael Friedrich, *Welcome to Adbusters*, GPM 6/97, [http://www.greenpeace magazin.de/archiv/hefte97/6\\_97/adbusters.html](http://www.greenpeace magazin.de/archiv/hefte97/6_97/adbusters.html)



Lasn bot einen Werbespot mit folgendem Wortlaut großen Sendern an:

*“The average North American consumes five times more than a Mexican, 10 times more than a Chinese person, and 30 times more than a person from India... Give it a rest. Nov. 28 is Buy Nothing Day.”*<sup>66</sup>

Auch zur „TV-Turn-Off-Week“ wurde ein Spot produziert und Sendezeit gekauft, aber alle großen Sender in den USA verweigerten die Ausstrahlung. Die Begründungen klangen ähnlich:

*“We don’t want to take any advertising that’s inimical to our legitimate business interests,” says Richard Gitter, vice president of advertising standards at General Electric Co.’s NBC network, which refused to take the 30-second spot. Westinghouse Electric Corp.’s CBS, in a letter rejecting the commercial, went as far as to say that Buy Nothing Day is “in opposition to the current economic policy in the United States.”*<sup>67</sup>

Nur CNN hatte sich bereit erklärt, den Spot zu senden. Lasn hat schon einige der Fernsehsender verklagt, die die Spots nicht zeigen wollten, und bei Erfolg der Klage mussten einige die Spots umsonst zeigen. Nachdem das Unternehmen einige Jahre rote Zahlen schrieb, kann man nun mit einem Budget um die \$1.000.000 (2001), das vor allem durch Spenden von Stiftungen, Privatleuten und sogar Unternehmern zusammenkommt, die Sendezeit selber zahlen. Das Magazin hat ca.40.000 Abonnenten, hat eine Auflage von ca. 100.000 (2001) und kostet ca. 5 EURO. Das Unternehmen hat sich selber schon zum „Global Player“ entwickelt, Lasn ist ein bekannter Mann nicht nur in den US-amerikanischen Medien, der immer wieder zu Talkshows als „enfant terrible“ der Werbebranche eingeladen wird, die Anzeigen, T-Shirts, Poster und Aufkleber haben schon ihren eigenen „Kultstatus“ und deren Motive können im Internet als Grußkarten versendet werden. Die subversive Idee ist selbst zur Marke geworden. Lasn bedient sich bei der Werbung und benutzt die stereotypen Darstellungen aus der Werbung, aktuelle Desktop-Software zur Perfektion der Aneignungen und lässt sich mit Ideen von desillusionierten Designern versorgen. Er betreibt ein gutfloriges Werbe-Unternehmen, das sich mit subversiver Geste im Kapitalismus wohlfühlt und es gleichzeitig verspotten will. Natürlich muss man ihm seinen guten Willen und die Durchsetzungskraft z.B. gegenüber großen Fernsehsendern zu gute halten. Auch sind seine Analysen der Lebensumstände im von elektronischen Medien geprägten Kapitalismus und dem schlechten Einfluss von Werbung, sozialer Armut, Fernsehsucht, Konsum, Lärm und Stress in städtischen Gebieten oft zutreffend. Lasn wirkt aber oft wie ein moralisierender, kulturpessimistischer Pädagoge. Obwohl sich Lasn in seinem Buch „Culture Jam“<sup>68</sup> öfter auf die SI bezieht, so hat er seine eigene Position rekonstruiert und zu einem „Radical Chic“ fabriziert. Eine gewisse Faszination für die „coole“ Welt der elektronischen Medien und ihren Gadgets kann er nicht leugnen, vielleicht auch gerade weil er als ehemaliger Werber nicht ganz davor gefeit ist, ab und zu Luxus genießen zu wollen. Die Ablösung selbstgemalter Demonstrationen durch einheitliche „Adbusters“- Parolen hilft nicht die Probleme zu beseitigen oder sichtbar zu machen und ist auch ein Schritt weiter in eine Protest-Professionalität, die die SI ganz

<sup>66</sup> <http://www.adbusters.org/campaigns/bnd/toolbox/wsj.html>

<sup>67</sup> *Shoppers are pigs, Robert Berner, The Wall Street Journal, November 19, 1997*  
<http://www.adbusters.org/campaigns/bnd/toolbox/wsj.html>

<sup>68</sup> *Lasn, Kalle: Culture Jam- How to reverse america’s suicidal consumer binge- and why we must, Quill Press, Harper Collins. New York, 1999*

bestimmt abgelehnt hätte. Seinen Erfolg außerhalb der Zahlen abzulesen, ist nicht ganz einfach, sicherlich hat er durch die publikumswirksamen Aktionen wie die „TV-Turn-Off-Week“ und der „Buy-Nothing-Day“ einige Menschen zum Nachdenken über ihr Konsumverhalten gebracht und durch die Prozesse gegen Fernsehsender Unruhe gestiftet. Aber die affirmative Arbeitsweise von Adbusters verheddert sich im Kapitalismus.

## NEGATIVLAND UND GEISTIGES EIGENTUM

Die Zeitschriften der SI, die „*Situationiste Internationale*“, und die der Lettristischen Internationale, der „*Potlatch*“, wurden immer mit einem Anti-Copyright-Vermerk versehen, da die SI und die LI der Meinung waren, dass Kultur Eigentum der Allgemeinheit sein sollte. Der Name der Zeitschrift „*Potlatch*“ verweist auf die Geschenkökonomie polynesischer Stämme, bei der der Gastgeber vom Gast mit Geschenken überhäuft wurde, so dass der Gastgeber seinerseits versuchte, mit revanchierenden Geschenken die des anderen zu übertreffen. Für die SI stand dieses Bild auch für eine alternative ökonomische Lebensweise, die dem Spektakel Kapitalismus entgegengesetzt wurde. Mir soll es im Folgenden darum gehen, das Spannungsverhältnis zwischen geistigem und kollektivem Eigentum, freier Verfügbarkeit von Wissen, Urheberrecht und künstlerischer Freiheit aufzuzeigen.

Das kapitalistische Prinzip von Eigentum koppelt eine Person durch Arbeit an ein Produkt. Dieses Produkt ist aber nicht im Eigentum der Person. Der Arbeiter bedient nicht seinen Eigenbedarf, sondern wird ausgebeutet. Durch die technische Reproduzierbarkeit kann dieses Produkt immer wieder kopiert und verkauft werden. Durch die Arbeitsteilung, bei der man fremdbestimmte Arbeitsweisen anwenden muss und die eine Identifikation des Arbeiters mit dem Produkt erschwert, entfremdet sich der Arbeiter von dem Produkt und in Folge auch von seinem Leben. Der Nutzwert bestimmte früher den Wert eines Produkts, denn der Arbeiter produziert nicht für sich sondern für den freien Markt. Heute geht es nur noch um den Tauschwert, also welchen Wert das Produkt auf dem Markt hat. Solange etwas in gleicher Qualität reproduziert werden kann, ist es markttauglich. Wie ist aber nun bei geistigem Eigentum? Bei Ideen, Patenten, Software und kulturellen „*Produkten*“ wie musikalische Kompositionen, Literatur und bildender Kunst? Geistiges Eigentum stand traditionell im Dienste der Allgemeinheit und wurde als Kulturgut nicht vermarktet. Wissen sollte jedermann zugänglich sein. Die Geschichten und Ideen wurden ja aus den vorherigen genommen und wurden in veränderter Form der Kultur wiedergegeben. Durch die Erfindung des Buchdrucks wurden aber die Informationen als Produkte erstmals vermarktbar und ein Urheberrecht wurde definiert. Die SI würde sagen, hier wurde die Kunst in das Spektakel überführt. Anders als bei materiellen Gütern war man aber darauf bedacht, nach Ablauf einer gewissen Frist diese Informationen auch wieder jedem zugänglich zu machen, um das kulturelle Erbe weiterzuführen.

*„Das Urheberrecht bildete sich an der Innovation Gutenbergs und entwickelte sich mit jeder neuen Medientechnologie weiter. Es galt zuallererst dem Investitionsschutz der Drucker-Verleger. In der französischen Revolution wurden dann auch sogenannte moralische oder urheberpersönlichkeitsrechtliche Aspekte festgeschrieben, die im kontinentaleuropäischen Recht einen stärkeren Schutz genießen als im anglo-amerikanischen Copyright. Der Schutz der moralischen und materiellen Interessen des Urhebers wissenschaftlicher und künstlerischer Werke ist dann sogar in die universelle Menschenrechtserklärung eingegangen. Dort heißt es aber auch, jeder habe das Recht, frei am kulturellen Leben der Gemeinschaft teilzunehmen, sich der Künste zu erfreuen und an den wissenschaftlichen Fortschritten teilzuhaben.“<sup>69</sup>*

Da nun auch geistiges Eigentum vermarktbar ist, ist das Nutzen des kulturellen Erbes eine Frage des Geldes geworden. Gerade in den USA muss man sich im Zweifelsfall vor Gericht verantworten können, um den Beweis erbringen zu können, sich in künstlerischer Absicht aus dem Topf der Kultur bedienen zu haben. Wenn man sich es nicht leisten kann, diesen kleinen Spielraum zwischen Piraterie und Kunst gegen oft übermächtige Verlage zu definieren, geschieht es einem wie Negativland. Seit 1980 beschäftigt sich Negativland aus San Francisco mit der Entwendung kapitalistischer Zeichen, um sie in einem kakophonischen Schwall von Toncollagen neu zu interpretieren. Die Weigerung Negativlands originell sein zu wollen orientiert sich an den angesprochenen kulturellen Vermarktungsmechanismen. Es werden Fetzen von Werbejingles, Radioshows und Fernsehübertragungen mit seltsamen Geräuschen und „eigener“ Musik gemischt. Um die zwanzig CD's, zwei Bücher, eine dreistündige wöchentliche Radioshow und eine seit 1995 bestehende Website wurden von ihnen produziert. Immer an der Grenze zur Urheberrechtsverletzung versuchen sie die unterschwelligsten, allgegenwärtigen Werbenachrichten bloßzustellen. 1984 prägen sie den Begriff „Culture Jamming“ in Bezugnahme auf Leute, die mit eigenen Sendern Radiosendungen stören (*engl. jamming=stören*). Ihnen entgeht auch der wachsende Widerstand, z.B. in Form von veränderter Werbetafeln, gegen die wachsende Kommerzialisierung nicht. Fasziniert von dem Gedanken, die Medienwelt mit Hilfe von virenartigen Falschmeldungen zu infizieren, bringen sie 1987 eine Presseerklärung in Umlauf, die ihre soeben erschienene Aufnahme „*Christianity is stupid*“ mit einem Mordfall in Verbindung bringt, bei dem ein Jugendlicher seine Eltern mit einer Axt getötet hatte. Der Text sprach davon, dass das Stück den Jugendlichen beeinflusst hätte. Die wirkungsvolle, rasend schnelle Verbreitung innerhalb der Medien und deren Wirkung auf die Band veranlasste Negativland dazu, die Sache offen zu legen. Und obwohl sich die Nachricht weit verbreitet hatte, gab es für Negativland keine Unannehmlichkeiten deswegen.

*“We all swim in an ocean of mass media that fills our minds with people and events with which we have no actual contact at all. We commonly absorb these media presences as part of our own ‘reality,’ even though any media experience consists only of one-way, edited representations of reality.”<sup>70</sup>*

<sup>69</sup> Volker Grassmuck, <http://www.mikro.org/Events/19981007.html>

<sup>70</sup> Mark Hosler nach: *Suits, Lawsuits, and Art: Negativland Takes On The Man, by Deuce of Clubs*, <http://www.deuceofclubs.com/write/negativl.htm>

Im August 1991 veröffentlichten sie die Single „Negativland- U2“, auf der sie ein 30-sekündiges Sample des U2-Songs „I still haven't found what I'm looking for“ verwendeten. Das Sample war verwoben in eine Collage, die unter anderem die Stimme des berühmten Radiomoderators Casey Kasem enthielt, dessen nicht im Radio gesendeten Beschimpfungen in Richtung U2's („These guys are from England and who gives a shit?“) über Umwege bei Negativland gelandet waren. Auf dem Cover der Platte war das US-amerikanische Militärflugzeug „U2“ abgebildet, ein großer Schriftzug mit dem Buchstaben „U“ und der Zahl „2“ sowie ein kleiner, „Negativland“, waren darauf zu sehen. Als die Plattenfirma „Island Records“ von dem Projekt hörte, entschloss sie sich gegen Negativland und ihr Label „SST Records“ wegen Urheberrechtsverletzungen in zwei Fällen, wegen unerlaubter Verwendung des „U2“-Logos auf dem Cover der Platte und wegen des unerlaubten Samples, vorzugehen. Island verlangte die sofortige Zerstörung aller Tonträger und aller Werbemittel. Das Gericht gab Island recht. Die Arbeit Negativlands wurde somit nicht als Kunst anerkannt. Die im US-amerikanischen Urheberrecht gefasste Ausnahmeregel des „Fair Use“ erlaubt eine Nutzung urhebergeschützten Materials, wenn es zu u.a. Zwecken der Kritik oder des Kommentars benutzt wird, ein Umstand, welcher Negativland in erster Instanz nicht zugestanden wurde.<sup>71</sup> Nun hatten Negativland und SST Records schon um die US\$70,000 Schulden, mehr als die Gruppe in elf Jahren verdient hatte. Unter dem Druck Islands und SST Records, sowie den schon angefallenen Schulden, sah sich die Gruppe nicht in der Lage zu versuchen, die „Fair Use“-Doktrin vor Gericht für sich geltend zu machen.

*“If you read the copyright laws, there's only 'pay for everything you use' or parody. But surrealism? Unknown. Collage? Never heard of it. It's as if collage never happened.”<sup>72</sup>*

SST hatte mittlerweile versucht, die rechtliche wie finanzielle Verantwortung komplett auf Negativlands Schultern zu legen. Island war unnachgiebig und behauptete, die Band wollte von der Berühmtheit U2's profitieren. Und U2 selber zeigte sich neutral und behauptete, keinen Einfluss auf die Geschäftspraktiken ihres Labels zu haben, was bei Millionen von verkauften Platten recht eigenartig klingt. Zynischerweise hatte U2 gerade eine Platte veröffentlicht, die „Zoo TV“ hieß und hatten sich mit Stücken wie „Even better than the real thing“ einen subversiven Medienkritik-Gestus zugelegt. Negativland sah den einzigen Weg, auf ihre Situation aufmerksam zu machen, in leidenschaftlicher Pressearbeit und der rigorosen Offenlegung der Kommunikation mit SST, Island, U2 und Casey Kasem, gesammelt in dem Buch „Fair Use – The story of the letter U and the numeral 2“<sup>73</sup>. Craig Baldwin drehte den collagenhaften Film „Sonic Outlaws“ über Culture Jamming, in der die Geschichte ausgiebig erörtert und dokumentiert wurde. Negativland trennte sich von ihrem Label „SST“ im Streit über die angefallenen Kosten und Island Records zog sich nach drei Jahren aus dem Fall zurück, als die Pressearbeit Negativlands Wirkung zeigte und für viel schlechte Presse sorgte. Island war sogar damit einverstanden, die Aufnahme an Negativland zurückzugeben, aber nur unter der Bedingung, dass der Radio-DJ Casey Kasem damit einverstanden wäre. So stand der Veröffentlichung der Platte auf Negativlands eigenem Label nur die Anwälte Kasems entgegen, welche sich dann auch weigerten, dies zu unterstützen. Im Rückblick ärgerte Negativland am meisten, das sie

<sup>71</sup> vgl. „Fair Use“: <http://www.loc.gov/copyright/title17/92chap1.html#107>

<sup>72</sup> Don Joyce nach: *Suits, Lawsuits, and Art: Negativland Takes On The Man, by Deuce of Clubs*, <http://www.deuceofclubs.com/write/negativl.htm>

<sup>73</sup> *Negativland: Fair Use – The story of the letter U and the numeral 2*, Seeland, San Francisco, 1995



N E G A T I V L A N D

Quelle: Negativland: Fair Use – The story of the letter U and the numeral 2, Seeland, San Francisco, 1995

nicht eine Wiederaufnahme des Verfahrens verlangt hatten, was vor allem an den Finanznöten der Band hing. Sie waren zudem nicht genügend informiert über die Ausnahmeregelungen des „Fair Use“, mit einem guten Anwalt hätten sie einen Präzedenzfall schaffen können.

## ANEIGNUNG UND ENTFREMDUNG

Ich möchte hier nochmal gesondert auf die von Marx geprägten Begriffe der Aneignung und der Entfremdung eingehe, da ich glaube, dass die Klärung dieser Begriffe für die Betrachtung der Arbeitsweisen von Culture Jammers und Situationisten grundlegend ist. Der Begriff der Aneignung scheint über den Status des Besitzes hinauszugehen. Indem man sich etwas aneignet, geht man auch mit etwas um und macht sich etwas zu Eigen. Es ist ein aktiver Prozess des Durchdringens, des sich Einverleibens, bei dem der Aneignende und das sich Anzueignende nicht unverändert bleibt. Es ist so, als würde man etwas mit seinem eigenen individuellen Stempel versehen und so zu etwas eigenem machen. Man transformiert die Dinge, die einen umgeben, durch diesen Prozess der Aneignung zum Teil seines Lebens und eröffnet sich selber Handlungsräume, man macht sich sein Leben zu Eigen könnte man sagen. Die Dinge, die man sich noch nicht angeignet hat, erscheinen fremd, gleichzeitig bilden diese den Pool an Dingen, die man sich potenziell aneignen kann. Die Aneignung ist also an vorgegebenes Material gebunden, das man anders deuten, aber nicht neu erfinden kann.

*“In der Idee der Aneignung liegt also ein interessantes Spannungsverhältnis zwischen Vorgegebenem und Gestaltbarem, zwischen Übernahme und Schöpfung, zwischen Souveränität und Abhängigkeit des Subjekts.”<sup>74</sup>*

Marx stellt dem Begriff der Aneignung dem der Entfremdung entgegen. Der Aneignungsbegriff, von dem Marx ausgeht, findet sein Ziel in der “Aneignung der menschlichen Wesenskräfte”, der für ihn im Kommunismus erreicht ist. Verhinderte Aneignung meint Entfremdung. Die Entfremdung vom Leben, vom Produkt und von Menschen sind die Folge.

*“Man besitzt das nicht, was man selber produziert hat, ist also ausgebeutet und enteignet; man verfügt und bestimmt nicht über das, was man tut, ist also machtlos und unfrei; und man verwirklicht sich nicht in seinen eigenen Tätigkeiten, ist also sinnlos, verarmt und instrumentellen Verhältnissen ausgesetzt, Verhältnissen, mit denen man sich nicht identifizieren kann und in denen man mit sich entzweit ist.”<sup>74</sup>*

Aneignung kann eine konstruktive Rolle übernehmen, indem sie Selbstbestimmtheit ermöglicht. Diese Selbstverwirklichung ist im Gegensatz zu romantischen Vorstellungen authentischer Innerlichkeit und schöpferischem Genie eine produktive Art, sich seine eigene Welt zu bauen, indem man sie sich aneignet. Bei Marx geht der Aneignungsbegriff

<sup>74</sup> Aneignung braucht Fremdheit, Rahel Jaeggi, Texte zur Kunst Nr. 46 / Juni 2002, [http://www.textezurkunst.de/NR46/tzk46\\_jaeggi.htm](http://www.textezurkunst.de/NR46/tzk46_jaeggi.htm)





über die bloße Frage der Besitzverteilung hinaus zu der Formulierung von Inbesitznahme und Produktion eines sinnvollen Lebens. Man vergenständlicht und veräussert so seine Wünsche, Ziele und Vorstellungen und erkennt sich selbst in diesen selbstgemachten Produkten wieder und eignet sich diese wieder an. So kann man nur jenes sich wieder aneignen, was einem vorher sowieso schon zu Eigen war. Dadurch entsteht ein geschlossener Kreislauf, in dem zwischen dem erstmalig Angeeigneten und dem nach dem der Entäusserung als Produkt Wiederangeeigneten keine Deckungsgleichheit und somit kein Erfolg im Sinne des Marxenschen Modells entsteht.

*“Angeeignet wird dann immer das schon Vorhandene, das sich im Prozess der Aneignung genauso wenig verändert wie derjenige, der es sich aneignet. Oder anders: Aneignung wird zur Entfaltung von etwas, das es - wie immer verpuppt - schon gibt.”<sup>74</sup>*

Die im Produktionsprozess lauernde Fremdheit, die durch Eigenheiten von Material, Herstellendem und des Prozesses selber ausgelöst werden können, bleiben dabei ausgeklammert. Rahel Jaeggi plädiert nun abschliessend:

*“Es liegt nahe, was eine Rekonstruktion des Aneignungsbegriffs zu leisten hat: die Rehabilitierung des Fremden innerhalb des Modells der Aneignung und seine Radikalisierung hin zu einem nichtessenziellistischen Aneignungsbegriff. Aneignung wäre dann ein permanenter Transformationsprozess, in dem das Angeeignete durch seine Aneignung erst entsteht - ohne dass man dazu auf den Mythos einer creatio ex nihilo verfallen müsste.”<sup>74</sup>*

Im Kunstkontext findet man das Prinzip der Aneignung am offensichtlichsten in der Arbeitsweise der Collage wieder. Wie bereits oben am Beispiel Negativlands und ihrem Umgang mit geistigem Eigentum erläutert, speisen sich künstlerische Ideen immer aus dem Pool der schon vorformulierten Ideen, werden angeeignet und als geistiges Produkt wieder dorthin zurückgegeben. Die Collage verdeutlicht dies auch auf bildlicher Ebene, indem vorgefundene Teile wie Texte, Zeichnungen und Fotografien vom Künstler ausgesucht und kompiliert werden. Die aufgeklebten (*franz. coller = kleben*) Teile ergeben so ein neues Produkt. Die Collage ist ohne das Entstehen von Massenmedien und -konsum und der Popularität der Fotografie nicht denkbar. Sie ist gleichzeitig ein probates Mittel zur Formulierung von Kritik am kapitalistischen System. Mit Dadaisten wie Kurt Schwitters oder Hannah Höch wurde die Collage in die Kunstwelt eingeführt und die Pop-Art griff diese Methode wieder auf. Die SI fand in der Collage ein Mittel, nicht nur den Staus des künstlerischen Genies zu hinterfragen, sondern auch die Kunst in ihr Verderben zu stürzen, so wie es bereits ihre geistigen Väter, die Dadaisten versucht hatten. Sie eigneten sich Teile der spektakulären Lebens an und drehten diese per détournement um und produzierten so eine Collage.

*“Kurzum, die Collage ist undenkbar ohne das, was die Situationisten Spektakel nannten. Die Collage ist der ins Spektakel eingebaute Selbstzerstörungsmechanismus. Man vergleiche die aus allerlei mechanischen Teilen kunstfertig collagierten Maschinen Tinguelys, die funktionieren, aber nur, um sich selbst zu zerstören. Die Collage neutralisiert das Spektakel durch will-*



Quelle: Richard Prince, Untitled Cowboy (1989)

*kürliches Nebeneinander und beliebige Reihung; sie entlarvt es der Lüge durch analytischen Kontrast; sie macht es lächerlich, durch bewußte Kombinatorik oder Zweckentfremdung von Texten oder Objekten.“<sup>75</sup>*

Der Künstler Richard Prince bezeichnet seine aus Illustrierten entnommenen und abfotografierten Werbebilder (einige seiner bekanntesten Arbeiten sind aus Marlboro-Werbeplakaten entnommen, „Untitled (Cowboys)“, ab 1980) als „Appropriation-Art“, als die Kunst der Aneignung. Indem Prince die Werbebilder aus ihrem ursprünglichen Kontext genommen hatte, hatte er sie sich bereits künstlerisch in der Form einer Collage angeeignet.

*“Wenn man etwas aus einer Zeitschrift herausreißt und dieses Bild präsentieren will, dann tut man dies üblicherweise in Form einer Collage - man klebt es auf. Dieses Bild weist dann alle Eigenschaften einer Collage auf.“<sup>76</sup>*

Eine zweite künstlerische Intervention beging er mit dem Benutzen eines „falschen“ Filmes zum Abfotografieren der Vorlagen. Er hatte bei Tageslicht einen Kunstlichtfilm benutzt, der die Abbildungen in ein bläuliches Licht tauchte. Isabelle Graw spricht in einem Interview mit Richard Prince <sup>76</sup> in diesem Zusammenhang davon, dass dieses Licht einer Signatur ziemlich nahe komme. Prince hatte so, halb bewusst, halb unbewusst, zur „Rehabilitierung des Fremden innerhalb des Modells der Aneignung“<sup>74</sup> beigetragen, indem die Eigenheiten des Filmmaterial in Kauf nahm. Auf das Prinzip der Aneignung bezieht sich auch die Künstlerin Sherrie Levine. In ihrer Arbeit „After Walker Evans“ entnahm sie einem Ausstellungskatalog die Schwarzweiss-Fotografien des Amerikaners Walker Evans und stellte sie unverändert unter ihrem Namen aus. Sie hatte sich so nicht nur die Arbeiten des amerikanischen Fotografen angeeignet, sondern auch die Arbeitsweise von Richard Prince übernommen. Wo man bei Prince noch über eine gewisse kreative und originäre Arbeitsweise diskutierte, wurde bei Levine die Frage nach der Urheberschaft ihrer Arbeit laut. Auf oberster Ebene hatte Levine durch die bloße Verdoppelung der Bilder und deren Verschiebung in einen anderen Kontext darauf aufmerksam gemacht, wie sehr Evans in seiner Dokumentarfotografie die ästhetisierende und letztlich unrealistische Darstellung von Armut übernommen hatte, die man aus der Malerei Ende des 19. Jahrhunderts kannte. So hatte sich auch Evans aus dem Pool des geistigen Eigentums bedient. Durch diese Verschiebung des verdoppelten oder gefälschten Werkes in einen anderen Kontext, machte Levine darauf aufmerksam, dass geistiges Eigentum gleich aussehen und doch etwas anderes sein kann und stellte so die fragwürdigen Konzepte von Urheberschaft und originärem künstlerischen Arbeiten in Frage.

*“Ihre (Levines, Anm.d.Verf.) Wiederholung entspricht damit genau in dem Maße der Logik von Zirkulation und Produktion, auf der der Kapitalismus sich gründet, wie sie sie auch unterminiert; ebenso stört sie den marxistischen Trick, der darin besteht zu glauben, die Entfremdung in eine Selbstbestimmung überführen zu können und dann wäre alles friedlich. Pustekuchen.“<sup>77</sup>*

<sup>75</sup> Halbrodt, Michal: Stichworte zu einer subversiven Geschichte der Collage, <http://www.twokmi-kimali.de/texte/coll.htm>

<sup>76</sup> Der Hausmann, Ein Interview mit Richard Prince von Isabelle Graw, Texte zur Kunst Nr. 46 / Juni 2002, [http://www.textezurkunst.de/NR46/tzk46\\_prince.htm](http://www.textezurkunst.de/NR46/tzk46_prince.htm)

<sup>77</sup> Bunz, Mercedes: Yo Entfremdung, DE:BUG Nr.69/ 03.2003, Seite 26

## ENDBETRACHTUNG

Vor einigen Jahren war eine Ausstellung geplant, die unsere Fotografieklasse repräsentieren sollte. Der Versuch einen passenden Titel zu finden, mündete in einer Diskussion über den kleinsten gemeinsamen Nenner unserer künstlerischen Motivation. Eine Formulierung hat sich bis heute in meinem Gedächtnis festgesetzt: Man fühlte sich „diffus unwohl“. Das naheliegendste Beispiel war das eigene und allgemeine Konsumverhalten. Wir versuchten es mit dem Umstand zu erklären, dass es keine klar abgegrenzten Feinde (mehr) gebe und man bei dem Versuch, sich gegen etwas zu entscheiden, immer Kompromisse machen müsse. Man war ja Teil des politischen und wirtschaftlichen Systems und war dazu noch in der privilegierten Stellung des Künstlers (Kunststudenten) in einem Land, das sich diese Privilegien auch leisten konnte. Aber auch dieses kritische Potenzial wirkte zahnlos, der wirtschaftliche Druck war bei den meisten nicht sehr präsent und dadurch hatte man Zeit, sich persönlich zu entwickeln. Man war sich seiner privilegierten Stellung bewusst und sich klar, dass es Menschen mit wichtigeren und schwerwiegenderen Problemen gab. Mit „Political Correctness“ und sozial engagierten Projekten konnte man das diffus motivierte schlechte Gewissen beruhigen. Ein wirklich rebellischer Ansatz fehlte. Aber gegen was oder wen sollte man sich auch auflehnen? Wo waren die wirklichen Alternativen, die generelle Utopie? Bot die Kunst einen Raum außerhalb dieses Unwohlseins?

Dieses Unwohlsein begleitet mich seit meiner Jugend. Der negative Gestus des Punk unterstützten Überlegungen einer alternativen Lebensführung. Aber wie sollte die aussehen und woher kamen diese Überlegungen? Das Wissen von den gescheiterten Versuchen des politischen Modells Kommunismus und der Fall der Mauer machte es einem schwer den Kommunismus als reelle Alternative zu begreifen. Im Anarchismus fand ich viele übereinstimmende Lebensansichten. Es war einfach, sich mit Pazifismus, Anti-Materialismus und Toleranz identifizieren zu können. Aber diese bloße Antihaltung barg wenig Perspektive. Die Faszination für die Kraft der Negation blieb aber bestehen. Dieser Umstand hatte auch bei vielen meiner Freunde erheblichen Einfluss auf Karriereplanung und Berufswahl. Es gab keine festen Modelle der Lebensführung, die bestehenden hatte man beobachtet und nahm sich daraus die individuell passenden Bestandteile. Möglichkeiten gab es viele: Affirmatives Karrieremachen, Ergreifen von sozialen oder künstlerischen Berufen, kommunenartiger Autarkismus, Travellerdasein, Leben als glücklicher Arbeitsloser etc. Die meisten suchten nach einer Einheit von Arbeit und Beruf, die Entfremdung sollte so minimal wie möglich ausfallen.

Seit einigen Jahren arbeite ich als selbstständiger Grafik-Designer in Berlin mit einer Designagentur zusammen. Die Gesellschafter der Agentur sind langjährige Freunde von mir, die meine sozial- oder kapitalismuskritischen Überlegungen teilen. In den ertragreichen Jahren des Internetbooms suchte man neue Mitarbeiter:

*„Grafikdesigner mit Punkrockvergangenheit gesucht!“*

Nachdem sich die Euphorie dieses Booms gelegt hatte, hatten sich die harten Regeln der Marktwirtschaft durchgesetzt und die Enttäuschung über das Scheitern der *„selbstbestimmten“* Ökonomie war spürbar.

*„Die restlich verbliebenen Arbeitssubjekte, die an der Revolution noch hätten interessiert sein können, irgendwelche so genannten Kreativen beispielsweise, die lieber nach eigenen Vorstellungen arbeiten wollten und nicht mit einem Reihenhause zu ködern waren, die hat man in den letzten Jahren mit flachen Hierarchien, selbst bestimmter Selbstständigkeit von Ich AGs bzw. Tischtennisplatten, Obstkörben sowie Playstations am Arbeitsplatz geködert, zumindest solange sich das der Arbeitsplatz noch leisten konnte. Von dem Entzug ihres revolutionären Subjekts, das keine Revolution mehr wollte, davon haben sich im Grunde genommen linke Argumentations-figures lange nicht erholt.“<sup>78</sup>*

So ist es auch nicht verwunderlich, dass bei den von Adbusters unterstützten Projekten viele Designer, Grafiker und Webdesigner aktiv sind. Mit der Ernüchterung nach dem Platzen der New-Economy-Blase hatte man genug Zeit, die Zwänge, Notwendigkeiten und Ausbeutungsmechanismen im Kapitalismus neu zu bewerten. Auch Kalle Lasn, der Kopf von Adbusters hatte ja in der Werbebranche gearbeitet. Adbusters hatte unter anderem die Aktion „*First Things First*“ unterstützt, bei der sich bekannte Designer gegen die zunehmende Trivialisierung und Kommerzialisierung und für eine Kultivierung von Grafik und Design aussprachen. Die Ausführungen von Matthew Soar von 1999, die er als „*The First Things First manifesto: Towards a cultural economy of graphic design*“<sup>79</sup> veröffentlichte, geht auf die gleichnamige Initiative Ken Garlands aus dem Jahre 1964 zurück.

Das Spektakel ist omnipräsent und die Regeln des Kapitalismus lassen sich nur schwer verbiegen. Wo ist ein Ausweg aus dem Spektakel? Auch der Kunstbereich bietet nur den erfolgreichsten genug wirtschaftlichen und damit kreativen Freiraum. In einer Stadt wie Berlin, die hochverschuldet ist und so immer weniger Geld für kulturelle Subventionen hat, stehen immer mehr Galerien, Werkstätten und kulturelle Einrichtungen vor schmerzhaften Kürzungen wenn nicht gar vor dem Aus. Ein aktuelles Beispiel für die raumgreifende Kapitalisierung ist das Haus Schwarzenberg, das als letzter Hinterhof am Hackeschen Markt noch nicht vollsaniert wurde:

*„Der Verein Schwarzenberg e. V. verwaltet seit sieben Jahren das Haus Schwarzenberg in wirtschaftlicher Eigenständigkeit, ohne Subventionen oder Förderung der öffentlichen Hand. Das Kino Central, der Dead-Chickens-Club Eschschloraque, der Platten- und Comicluden Galerie Neurotitan und SNIPER sind unter den vielen Einrichtungen im Haus sicher die bekannteren, ebenso das Museum Blindenwerkstatt Otto Weidt und das Anne-Frank-Zentrum. ...Da sich die Grundstückseigentümer (eine Erbengemeinschaft) nicht einigen können, soll das Haus jetzt zwangsversteigert werden. Bei Zuschlag an einen der üblichen Investoren stehen kommerzielle Gleichschaltung, weitere städtische und kulturelle Nivellierung und Verödung ins Haus.“<sup>80</sup>*

Aber auch die Hochkultur, die ja stark auf öffentliche Gelder angewiesen ist, ist in Finanznot, wie hier Wolfgang Fuhrmann in der Berliner Zeitung am Beispiel der „*Initiative Neue Musik (INM)*“ aufzeigt:

<sup>78</sup> Bunz, Mercedes: *Yo Entfremdung*, DE:BUG Nr.69/ 03.2003, Seite 25

<sup>79</sup> Soar, Matthew (2002) *"The First Things First Manifesto and the Politics of Culture Jamming: Towards a Cultural Economy of Graphic Design and Advertising."* *Cultural Studies*. 4 16:570-592

<sup>80</sup> <http://www.haus-schwarzenberg.org>

*„Im Jahr 2001 wurden mit 408 000 DM (202 500 Euro) 24 Projekte unterstützt, die 110 Konzerte, acht Gesprächsveranstaltungen und elf Klanginstallationen durchführten. Wer sich in solchen Dingen auskennt, sagt: Das ist eine unglaubliche Aktivität für diese winzige Summe, das kann nicht ohne Selbstausschöpfung aller Beteiligten zu Stande kommen; und so ist es dann auch.... Nun ist der INM von der Senatsverwaltung - vorläufig inoffiziell - mitgeteilt worden, dass sie in diesem Jahr auf rund 80 000 Euro verzichten soll, das sind etwa vierzig Prozent der Veranstaltungsförderung.“<sup>81</sup>*

So unterliegt auch der Kunstbetrieb den Regeln des Kapitalismus, bietet aber auch noch immer den Freiraum, Fragen zu stellen, Kritik zu äußern und auf gesellschaftlich marginalisierte Themen hinzuweisen. Nur geht die Streuung kritischer künstlerischer Äußerungen meist nicht über die Grenzen der Galerie, des Museums oder des Theatersaals hinaus. Für die Praxis von Culture Jammern, politischen Aktivisten und aktivistischen Künstlern scheint das ein zu enger Rahmen zu sein. Dabei ist es auch von immanenter Bedeutung, welche Motivation im Vordergrund steht und in welchem Kontext diese verhandelt wird. So ist der Übergang von politisch motivierter Kunst zu politischem Aktionismus oft fließend. Die Aktionisten sind auf die größtmögliche mediale Verbreitung und Diskussion angewiesen, um zu ihrem Ziel der freien Information, der Kritik und des Protestes zu gelangen. So müssen sie sich den Spielregeln der Massenmedien unterwerfen und so ist das höchste Ziel, die höchste Auszeichnung der Arbeit eines Aktivisten die Eroberung wertvoller Sekunden der Primetime im Samstagabend- Fernsehen.

*„Shame on you, Mr. Bush!“* proklamierte Michael Moore bei der Oskarverleihung in diesem Jahr vor dem Hintergrund des andauernden Irak-Krieges und war derjenige, der zur aktuellen US-amerikanischen Politik am mutigsten Stellung bezog. Er hatte sich wie andere Preisträger auch über die Anweisungen des Veranstalters hinweggesetzt, den Krieg an diesem Abend nicht zu thematisieren.

*“On behalf of our producers Kathleen Glynn and Michael Donovan (from Canada), I would like to thank the Academy for this award. I have invited the other Documentary nominees on stage with me. They are here in solidarity because we like non-fiction. We like non-fiction because we live in fictitious times. We live in a time where fictitious election results give us a fictitious president. We are now fighting a war for fictitious reasons. Whether it's the fiction of duct tape or the fictitious 'Orange Alerts,' we are against this war, Mr. Bush. Shame on you, Mr. Bush, shame on you. And, whenever you've got the Pope and the Dixie Chicks against you, your time is up.”<sup>82</sup>*

Moore, der für seinen Dokumentarfilm *“Bowling for Columbine”* geehrt wurde, machte so mit maximaler medialer Präsenz auf die in der US-amerikanischen Presse marginalisierten Kriegsgegner in den USA aufmerksam. Seine Rede fand ein breites, weltweites Presseecho und einige Demonstranten, auch außerhalb der USA, zitierten Moore's Ausspruch auf ihren Spruchbändern. Die Wirkung der Rede wird von Moore selbst auf seiner Website zusammengefasst. Einen Tag nach der Oskarverleihung stieg die Aufmerksamkeit seines Films *“Bowling for Columbine”* in den USA auf 110%, sein Buch *“Stupid White Men”* war

<sup>81</sup> Wolfgang Fuhrmann, *Das Schlachtfest*, Berliner Zeitung, 26.02.2003, <http://www.berlinonline.de/berlinerzeitung/archiv/.bin/dump.fcgi/2003/0226/feuilleton/0011/index.html?keywords=Schlachtfest;ok=OK%21;match=strict;author=;ressort=Feuilleton;von=;bis=;mark=schlachtfest>

<sup>82</sup> <http://www.michaelmoore.com/>

am 8. April 2003 zum vierten Mal auf Platz eins der Bestsellerliste in den USA und ist dort seit 50 Wochen vertreten. Seine Website kam auf 10-20 Millionen Hits pro Tag in der Woche nach den Oskarverleihungen.

Die Formulierung „*fictitious*“, die Moore in seiner Rede anlässlich der Oskarverleihung benutzt, scheint darauf hinzuweisen, dass Moore Politik nur noch als Medienspektakel begreift, in dem Politiker als Schauspieler und Stellvertreter wirtschaftlicher Interessen agieren. Die Desinformation und Zensur, der die internationale Presse zur Zeit gegenübersteht, besteht selbst nur noch aus Klischees und referenzlosen Zeichen, Information wird zu Propaganda. Die wirtschaftlichen Interessen der USA in diesem Krieg sind nicht von der Hand zu weisen, die Ressource Öl ist ein Kriegsgrund. Der Krieg als totales Spektakel kann als überbordender Kapitalismus gesehen werden.

Der Versuch, eine Gegenöffentlichkeit zu bilden, die sich außerhalb des politischen, wirtschaftlichen und informellen System verorten kann, ist der Überlegung gewichen, das System von innen heraus mit den eigenen Waffen zu schlagen, die Spielregeln zu übernehmen, zu übertreiben oder zu brechen. (vgl. „*Détournement*“) Das setzt auch die Kenntnis der Spielregeln voraus, sowie die Fähigkeit diese parasitär gegen bestehende einzusetzen oder so zu verbiegen, dass die oft absurde Logik dahinter sichtbar werden kann.

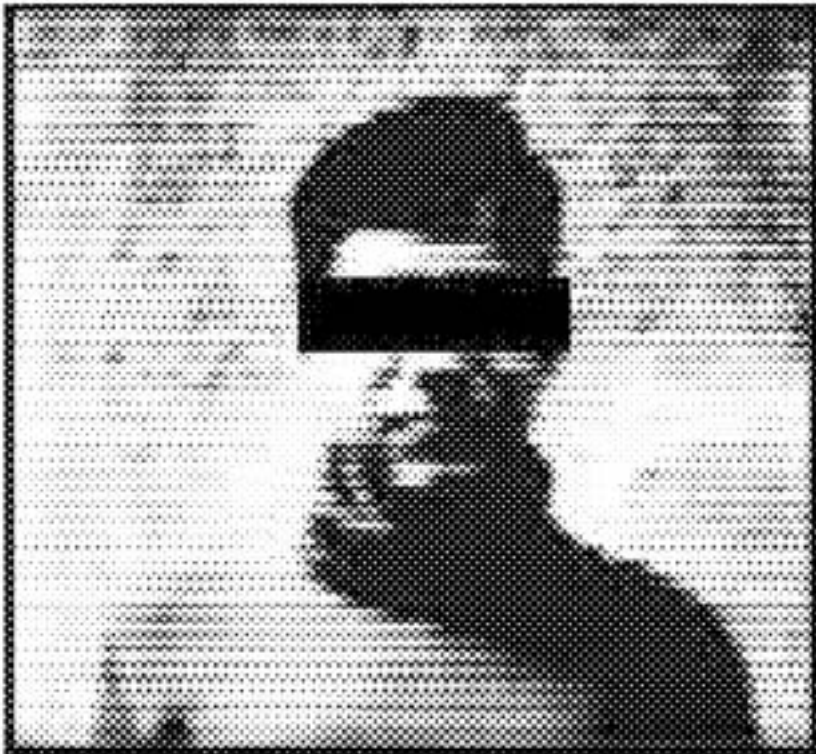
Der Regisseur und aktionistische Künstler Christof Schlingensiefel kennt die Spielregeln der kapitalistischen Gesellschaft und die Wirkung der Massenmedien. Er begibt sich immer wieder in deren Mitte, um sich die Regeln anzueignen und sie dann in übersetzter, gestörter und oft umgekehrter Form in seinen öffentlichen Aktionen, Theaterstücken und Fernsehshows anzuwenden. Dabei ist die Komplexität der Aktionen nur schwer von vorneherein vorhersehbar, da er oft nur Rahmenbedingungen schafft und keine programmierte Dramaturgie feststeht. Seine Arbeitsweise steht dem Culture Jammer Joey Skaggs nahe. Doch die Aktionen Schlingensiefels scheinen durch die gnadenlose öffentliche Kritik von politischen Umständen, die er auch immer wieder personifiziert wie bei Jürgen Möllemann („*Tötet Möllemann!*“), der konsequenten Ausnutzung massenmedialer Wirkung und der gezielten, durchdachten Auswahl und Zusammenführung von zeitgeschichtlichen Themen einen höheren Grad an Dichte, Kritik und Kunstfertigkeit zu erreichen als Skaggs. Die Chance und Herausforderung seiner Aktionen ist die Unberechenbarkeit der Ereignisse.

*„Wenn Christof Schlingensiefel eine Aktion macht, ist das, als würde man einen Stein ins Wasser werfen und gucken, wie es Wellen schlägt – mediale. Bildstörungen sind dabei nicht nur nicht ausgeschlossen, sondern gewollt.“<sup>83</sup>*

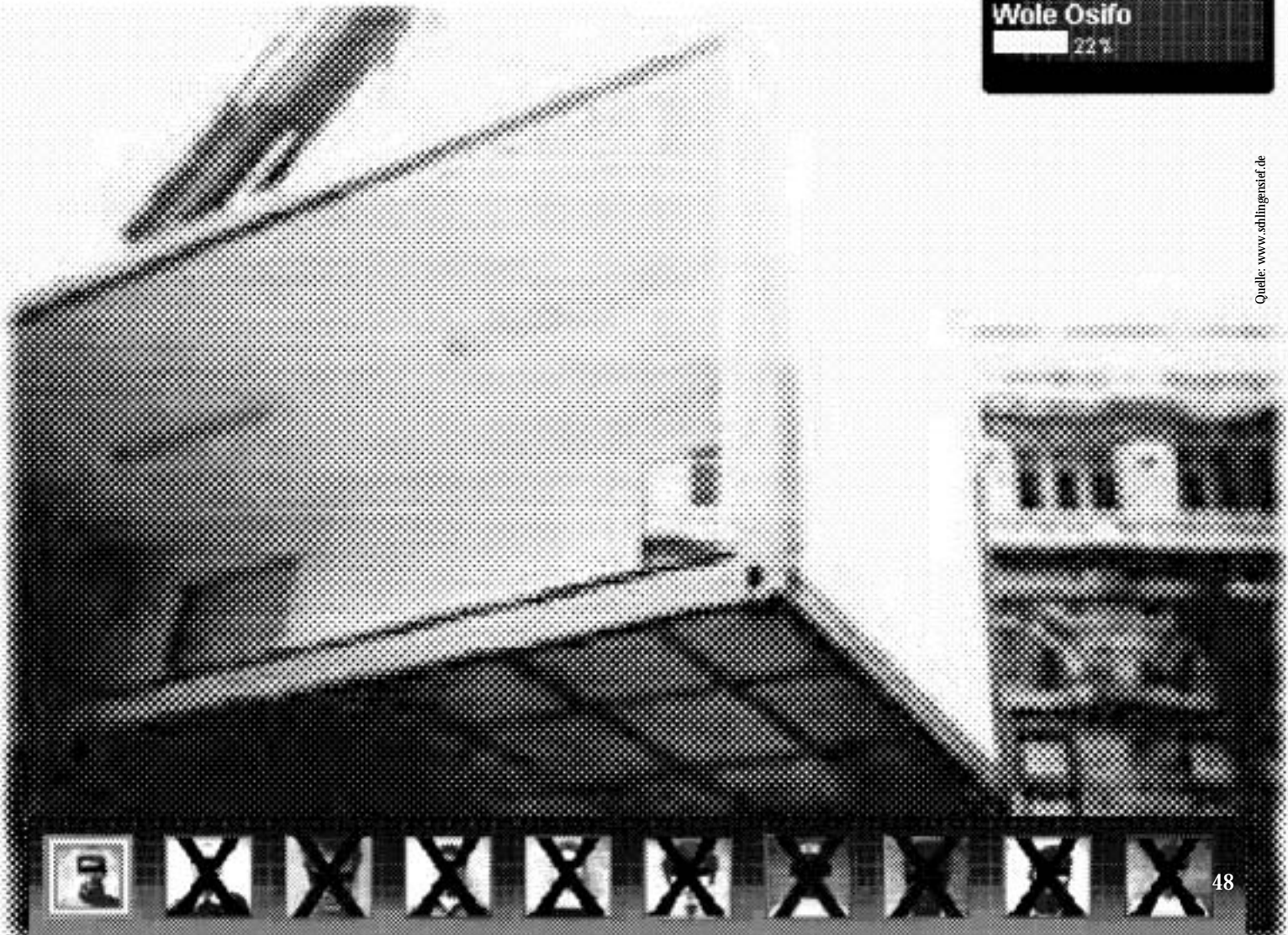
Er scheint sich auch bei Debord und den Situationisten zu bedienen, indem er z.B. bei der Aktion „*Bitte liebt Österreich*“ im Jahre 2000 in Wien direkt in den Alltag der Wiener Bürger und Politiker eingreift. Bei der von den Wiener Festwochen in Auftrag gegebenen Aktion ließ Schlingensiefel einen Container mit zwölf Asylbewerbern mitten in Wien und direkt neben der Wiener Oper für sechs Tage aufstellen. Auf der Außenwand des Containers klebte prominent „*Ausländer raus!*“. Die Regierungsbeteiligung der rechtspopu-

<sup>83</sup> Georg Seeßlen in EPD-Film: *Ausländer raus! Schlingensiefels Container*, <http://www.schlingensiefel.de>





- Teresa Beqiri**  
■ 14%
- Ramus Pivok**  
■ 9%
- Sema Kolat**  
■ 8%
- Nerem Njawé**  
■ 8%
- Leila al-Hashimi**  
■ 7%
- Jahanshah Alvandi**  
■ 7%
- Zhu Qiang**  
■ 6%
- Gong Xiaowei**  
■ 6%
- Eugen Major**  
■ 6%
- Ranil Shunta**  
■ 5%
- Dumiso Mungoshi**  
■ 4%
- Wole Osifo**  
■ 22%



listischen und ausländerfeindlichen FPÖ um Jörg Haider wurde von Schlingensief zu Anlass genommen, die Asylproblematik mit den Spielregeln einer „Reallife“-Fernsehshow wie „Big Brother“ zu kreuzen. Die Zuschauer konnten die Asylbewerber direkt vor Ort oder per Internet über sechs Kameras beurteilen und über die Reihenfolge ihrer Abschiebung entscheiden. Die Reaktionen reichten von diversen privaten Klagen gegen Schlingensief, täglichen Sympathiebekundungen von gleichgesinnten Prominenten, Versuchen von Politikern die störende Aktion abubrechen bis hin zu Aktionisten, die die Asylanten aus ihrer Lage befreien wollten. Nicht nur die in der Öffentlichkeit stehenden Politiker, Kulturschaffenden und Journalisten wurden irritiert durch die Aktion, sondern auch die Wiener selbst, die sich diesem Spektakel kaum entziehen konnten. Die Unterscheidung zwischen Inszenierung und Alltag war schwierig geworden.

*„Denn mit Schlingensief ist das Filmische ja einen entscheidenden Schritt weitergekommen. Es hat seine manifeste Form überschritten, es hat unumkehrbar Inszenierung in den Alltag und Alltag in die Inszenierung gebracht. Und selbst die Hysterie, die diese Vermischung auslöst, ist Teil des Kunstwerks geworden.“<sup>83</sup>*

Der immer wieder kritisierten Selbstdarstellung Schlingensiefs versucht er zum Beispiel im Folge der Gründung seiner Partei der glücklichen Arbeitslosen, „Chance 2000“ im Jahre 1998 zu begegnen, in dem er als Kopf der Partei die Verantwortung in die Hände der Parteimitglieder legt, diese dazu auffordert selbstbestimmt zu arbeiten und die Hierarchie von Vorsitzendem und Mitgliedern abzulegen.

*„Oder, wie Schlingensief sagte: „Jeder kann losrasen. Wir klagen ein, dass das mit voller Haftung betrieben wird.“ Der große Parteivorsitzende nannte für diesen neuen Weg die Situationisten als Vorbild, die eben gerade keine Mitglieder sein wollten.“<sup>84</sup>*

Hier wird das Prinzip der von der SI formulierten Rekuperation deutlich. Die SI leitete ja mit dem Ausschließen ihrer Mitglieder, der Weigerung als homogene Bewegung aufgefasst zu werden, der lückenhaften Dokumentation von LI und SI und dem Fehlen eines Führers ihre eigene Marginalisierung selbst ein. Sie wollten so verhindern, selbst Teil des kritisierten Spektakels zu werden. Obwohl Schlingensief stets Teil eines Teams ist, wo werden seine Aktionen doch immer ihm zugeschrieben. Er muss nicht nur die moralischen Folgen seiner Aktionen aushalten, sondern muss stets seine Rolle als Popstar, Künstler und Regisseur überprüfen und rechtfertigen. Die Popularität seiner Person bringt er so in die Aktionen mit ein und macht ihn gleichzeitig angreifbar.

*„Unser Hauptgedanke ist der einer Konstruktion von Situationen- d. h. der konkreten Konstruktion kurzfristiger Lebensumgebungen und ihrer Umgestaltung in eine höhere Qualität der Leidenschaft.“<sup>85</sup>*

Leidenschaft und Obsession sind auch wiederkehrende Motive in den Formulierungen Schlingensiefs. Leidenschaft wird für ihn in einem maximal ehrlichen, entgrenzten Moment geboren. Dabei wird nicht das Klischee des obsessiv arbeitenden Künstlers impli-

<sup>84</sup> Roland Koberg, Die Arbeitslosen wählen ihn ab, Berliner Zeitung, 01.09.1998, <http://www.berlinonline.de/berliner-zeitung/archiv/.bin/dump.fcgi/1998/0901/feuilleton/0020/index.html?keywords=CHAN CE%202000;ok=OK%21;match=strict;author=Roland%20Koberg;ressort=-;von=-;bis=-;mark=chance;start=20>

<sup>85</sup> Guy Debord, Rapport über die Konstruktion von Situationen und die Organisations- und Aktionsbedingungen der Internationalen Situationistischen Tendenz, Edition Nautilus Flugschrift No. 21, Hamburg, 1980 (dt.), 1955/57/63 (Org.)

ziert, sondern gemeint ist die obsessive Entschleierung gesellschaftlicher Begebenheiten und Wahrheiten. Der Komponist Karl-Heinz Stockhausen hatte von den Anschlägen vom 11.9.2001 als dem „größten Kunstwerk aller Zeiten“ gesprochen, weswegen sein Konzert in Hamburg durch die veranstaltende ZEIT- Stiftung abgesagt wurde. Schlingensief äußert sich dazu in einem Interview:

*“Ich habe noch kein Kunstwerk gesehen, das man an die Wand hängen kann und das die Welt verändert. Es geht doch vielmehr darum, eine kurze Diagnose zu stellen und dann zu zeigen, wie krank die Welt im Augenblick ist. Wenn Stockhausen halbwegs tickt, und das glaube ich, dann geht es ihm ständig auch um die Frage, welches Verbot er in seiner Kunst bricht. Dann ist er von Obsessionen geleitet, und wenn eine davon darin besteht, sich einen Augenblick lang mit einer Täterposition zu identifizieren? Bitte. Das Einzige aber, was sich die Leute von der Zeit-Stiftung oder die Kultursenatorin Weiß vorstellen können, ist, in so einem Haus zu sitzen und mit Tausenden anonym in den Tod gerissen zu werden. Das ist ihnen unerträglich und der Anlass, sich selbst als etwas Besonderes darzustellen. Diese Leute haben extreme Angst, dass jemand rausbekommt, wie beschmutzt sie eigentlich sind.”<sup>86</sup>*

Die Frage nach der Motivation, Positionierung und Adressierung scheint mir für subversive Protestaktionen immens wichtig zu sein. Die SI war sich bewusst an ihren visionären Zielen gescheitert zu sein.

*“Wenn auch wahr ist, daß die Gruppe nie mehr war als die Summe der, sehr ungleichmäßig verteilten Fähigkeiten und Schwächen ihrer Mitglieder, so gibt es doch in diesem Moment, der uns beschäftigt, keine scheinbare Gemeinschaft mehr und auch keine Richtung, die darüber hinwegtäuschen könnte, daß jeder allein für sich selbst einzustehen hat. ... Doch zweifellos muß ich, um endlich konkret zu sein — denn es gibt keine konkrete Antwort außerhalb des Beweises, den Jeder für das liefern muß, was er wirklich ist —, eher von meinem Scheitern sprechen.”<sup>87</sup>*

Sie hatte sich in inneren Grabenkämpfen über Zielsetzung und Methodik so sehr auseinanderdividiert, dass gemeinsames Arbeiten unmöglich wurde. Durch die totale Ablehnung und Bekämpfung des Kapitalismus hatte man sich in ein selbstgewähltes Abseits befördert. Da alle gesellschaftlichen Sphären vom Spektakel okkupiert waren, gab es nur den Ausweg der Revolution. Innerhalb des Spektakels seinen Protest in Form von künstlerischen Aussagen zu formulieren war keine Alternative, da mit der Kommerzialisierung von Kunst kein Standpunkt ausserhalb des Spektakels eingenommen werden konnte. Auch die traditionellen Ausdrucksformen des Protestes, wie die alljährlichen Verhandlungen zwischen Gewerkschaften und Arbeitgeber, waren für die SI schon zu Repräsentationen erstarrt und somit unbrauchbar. Trotz der umfangreichen Maßnahmen der SI, die eigene Geschichte dem Spektakel durch Selbstmarginalisierung zu entziehen, haben die Theorien Debords und die Aktionen der SI großen Eindruck hinterlassen und beweisen noch heute große Aktualität. Obwohl die Dokumentation der SI sehr bruchstückhaft geblieben ist und es nur sehr wenige deutschsprachige Veröffentlichungen gibt (Roberto Ohrt, Greil Marcus), wird der Diskurs in linkspolitischen Magazinen (z.B. Jungle World) und auf

<sup>86</sup> Petra Kohse, Frankfurter Rundschau, 6.10.2001, Jesus und Mohammed im Paternoster Zuhause beim Künstler der Beschmutzung: Christoph Schlingensief und wie er die Welt nach dem 11. September sah

<sup>87</sup> Rücktrittserklärung Raoul Vaneigem, <http://machno.hdm-stuttgart.de/~hk/si/spaltung/anhang5.html>

zahlreichen Seiten im Internet weitergeführt. In aktuellen Veröffentlichungen, die das Phänomen "Culture Jamming" behandeln oder zumindest erwähnen, wird oft auf die methodische Verwandtschaft zwischen der SI und den CJ hingewiesen.

*"Im Gegensatz zu dem Situationisten Asger Jorn, der Farbe auf pastorale Gemälde schleuderte, die er auf Flohmärkten erstanden hatte, attackieren die Culture-Jammer von heute lieber die Werbung und andere Kommunikationsformen der Konzerne. Und wenn die Botschaften der Culture-Jammer politischer wirken als die ihrer Vorgänger, dann vielleicht weil Aussagen wie "Es ist verboten zu verbieten" oder "Nehmt eure Wünsche als Realität" in den Sechzigerjahren tatsächlich noch subversiv waren, heute aber eher wie Sprite- oder Nike-Werbung klingen: Fühlt es einfach."<sup>88</sup>*

Die Culture-Jammer, von denen die allermeisten Marxismus bzw. Kommunismus nicht als reelle politische Alternative begreifen, können nun zwischen den Positionen eines politischen Aktivistens, der oft auch journalistisch tätig wird, und der des politisch-aktionistischen Künstlers wählen. Für beide Gruppierungen ist es unumgänglich, die Regeln der Marktwirtschaft und der Massenmedien zu kennen und diese für sich auszunutzen. Um umfangreiche gesellschaftliche Veränderungen verwirklichen zu wollen, ist ein möglichst großes und breites Publikum wichtig. Michael Moore hat das nicht nur mit seinem Film *"Bowling for Columbine"*, sondern auch mit seinem Buch *"Stupid white men"* und seinen öffentlichen Auftritten bewiesen. Genauso hat Naomi Kleins Bestseller *"No Logo"*<sup>88</sup> die Diskussion um die Macht der Konzerne und deren Marken einer großen Öffentlichkeit ins Gedächtnis gerufen. Sie beschreibt, wie weltweit agierende Konzerne wie Nike oder Microsoft eine rigorose Markenpolitik betreiben, die bereits mit dem Anwerben von Konsumenten in Schulen beginnt. Die Konzentration auf die Imagepflege der Firmen, also auf Marke und Lifestyle, verschweigt die Ausbeutung der ArbeiterInnen in den Sweatshops der Dritten Welt. Klein zeigt die internationalen wirtschaftlichen Zusammenhänge und macht deutlich, dass auch die subversiven Techniken der Globalisierungs- und Konsumgegner von den Marketingexperten beobachtet und übernommen werden. Bei dieser Rekuperation werden die Guerillataktiken der Culture Jammer zu hippen Werbestrategien profanisiert. Im Kunstkontext scheint es schwieriger zu sein, eine ähnlich große Publikumswirkung zu erreichen. Die von den Künstlern untersuchten Mißstände und Problematiken sind oft nur von lokaler oder nationaler Bedeutung, wie bei Schlingensiefs Engagement für Obdachlose in Hamburg oder bei seinem Containerprojekt, die dahinterliegende Kritik ist dabei oft international übertragbar. Die Kunst kann, denke ich, trotz rückgängiger staatlicher Unterstützung und zunehmender Kommerzialisierung ein Umfeld bieten, in dem aktionistische Inhalte frei und kompromisslos behandeln kann. Ein Aktionskünstler hat aber auch das Problem, seine Arbeit nicht direkt verkaufen zu können und so wird die Frage der Finanzierung dringend. Die Gefahr der Rekuperation ist dort aber weit weniger gegeben als ausserhalb des Kunstkontextes, da das Fehlen eines physischen Kunstobjektes die Kommerzialisierung erschwert. Staatliche Subventionen bieten hier die kompromisloseste Alternative. Die Definition der Rekuperation bei Debord war sehr scharf formuliert, da er jede Äußerung, die nicht das Ziel eines revolutionären Impulses hatte, dem Spektakel zuschrieb. Auch die Kunst bot für ihn keinen Platz ausser-

<sup>88</sup> Klein, Naomi: *No Logo*. Riemann Verlag/Bertelsmann, 2002, S.293

halb des Spektakels. So muss er bei allen Formen des Culture Jammings Rekuperation unterstellen, da deren Arbeitsweise sich ja im Kapitalismus verortet und von innen zu stören versucht. Kann man CJ wie Kalle Lasn von den Adbusters nun trotzdem unterstellen, die Antikapitalismus-Bewegung auszubeuten? Auch der Erfolg von Michael Moore und Naomi Klein brachte neben viel Aufmerksamkeit für politischen Aktivismus und Kapitalismuskritik den Aktivisten Prominenz, Ruhm und Geld. Wenn man einmal die Grundsätze des Kapitalismus als Spielregeln angenommen hat, wird es schwierig, diese nicht auch voll für sich zu beanspruchen. Man mag Michael Moore eine ähnlich leidenschaftliche Motivation unterstellen wie Schlingensiefel. Diese Leidenschaft, die ich aus rein subjektiver Sicht unterstelle, sollte der eigentliche Motor aktivistischer Betätigung sein. So werden Aktivisten, die aus solchen moralischen, idealistischen Beweggründen handeln, eher dazu tendieren, ihre aktivistische Arbeit mit dem Erwirtschafteten weiterzuführen. Durch die Rekuperation von subversiven Methoden durch Konzerne wie Nike wird einem die Entscheidung, ob die Guerillataktiken der CJ nachhaltige Wirkungen erzielen, nicht leichter gemacht. Auch hier muss man die von Eco vorgeschlagene Haltung des emanzipatorisch handelnden Konsumenten einnehmen, um für sich eine eigenständige Kritik formulieren zu können.