

Aus dem Rahmen gefallen: über das Fungieren von Street Art und anderen Kunstwerken dies- und jenseits des Kunstbetriebs

Kranz, Olaf; Schmidt, Nora

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kranz, O., & Schmidt, N. (2010). Aus dem Rahmen gefallen: über das Fungieren von Street Art und anderen Kunstwerken dies- und jenseits des Kunstbetriebs. *Soziale Systeme : Zeitschrift für soziologische Theorie*, 16(1), 150-176. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-292518>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Olaf Kranz/Nora Schmidt

Aus dem Rahmen gefallen. Über das Fungieren von *Street Art* und anderen Kunstwerken dies- und jenseits des Kunstbetriebs¹

Zusammenfassung: Street Art erschließt der Kunst das »Design« (Niklas Luhmann) des öffentlichen Raums als neuartiges Wahrnehmungsmedium und verzichtet dafür auf eine sekundäre Rahmung durch den Kunstbetrieb. Ihre ›Pieces‹ lassen so die Unwahrscheinlichkeit hervortreten, dass wahrnehmbare Objekte überhaupt als Kunstwerke rezipiert werden. Zugleich verweisen sie auf das systemtheoretische Desiderat einer Theorie der Kunstrezeption. Dieser Beitrag nutzt die Eigenheiten der Street Art, um das Fungieren von Kunstwerken in der sozialen Situation der Kunstrezeption und die Konstitution dieser Situation genauer zu beschreiben. Dabei wird deutlich, dass die ›Pieces‹ der Street Art typischerweise zwei Probleme bewältigen müssen, die normalerweise in sozial gut typisierten »Interaktionsformaten« (Jürgen Markowitz) der Kunstbetrachtung bearbeitet und invisibilisiert werden: Sie müssen die Aufmerksamkeit der Passanten überraschend irritieren, indem sie eine »logische Sekunde der Anarchie« (Luhmann) auslösen, und anschließend als ein von einem Künstler hervorgebrachtes Kunstwerk überzeugen. Durch die Etablierung von neuartigen Interaktionsformaten der Kunstbetrachtung experimentiert Street Art mit dem Inklusionsmodus des Kunstsystems und verändert die Partizipationsmuster der Kunstrezeption.

I. Die Kunst auf die Straße gesetzt: Problemstellung

Der renommierte belgische Künstler Luc Tuymans malte im Auftrag des Radiosenders KLARA FM in einer verkehrsberuhigten Seitenstraße in Antwerpen ein großflächiges Gemälde auf eine betongraue Häuserwand. Das Gemälde kopiert ein bereits bekanntes Motiv von Tuymans, das wie Menschen kopulierende Affen zeigt. Der Off-Sprecher im Video kommentiert: »He chose the painting because the bodies would stand out well against the grey concrete of the wall.«² Mittels dieser Versuchsanordnung sollte auf folgende Frage eine Antwort gefunden werden: »Imagine that art suddenly appeared in the real world, on the street. Would anyone even notice?« Die im Modus der Selbstverständlichkeit eingeführte Vergleichsgruppe sind Reaktionen von Besuchern einer Ausstellung auf Tuymans Gemälde in einem Kunstmuseum. Mit einer versteckten Kamera wurden entsprechend die Reaktionen im Verhalten der

1 Für ihre weiterführenden Hinweise und kritischen Kommentare einer früheren Version des Beitrags danken wir den beiden Gutachtern der Sozialen Systeme sowie Jürgen Markowitz, David Kaldewey und Michael Freund.

2 Siehe <http://www.youtube.com/watch?v=96TyAQ7KnVQ> (Zugriff 1.2.2010).

zufällig vorübergehenden Passanten auf das Gemälde gefilmt. Eine einfache Randauszählung gelangt zu dem Ergebnis: »After 48 hours 2965 people had passed by. 2858 of them didn't give the painting any attention. 107 people however did stop, a total of just under four percent of the whole.«

Dieses Laien-Experiment wirkt wie eine Anwendung von Erkenntnissen der psychologischen Aufmerksamkeitsforschung, denn es berücksichtigt, dass vor allem diejenigen Formen, die relativ zum jeweiligen Wahrnehmungsumfeld unwahrscheinlich und überraschend sind, die Aufmerksamkeit von Menschen erregen. Diese Erregung wiederum ist, wie Alois Hahn (2010, 73) formuliert, die Bedingung der Möglichkeit einer kunsttypischen »handlungsfreien Selbstfaszination der Sinne durch ihre eigene Aufgeregtheit«. So illustriert das »Tuymans-Experiment« in anschaulicher Form, wie unwahrscheinlich es ist, dass kunsthistorisch kanonisierte Kunstwerke abseits der Organisationen des Kunstsystems, die jeweils genrespezifisch zwischen Künstler und Publikum vermitteln (s. Müller-Jentzsch 2005), überhaupt als Kunst betrachtet werden. Die Leistung des »Kunstbetriebs« liegt, folgt man Dirk Baecker (2007, Kap. IV), darin, den hermeneutischen Zirkel zu enttautologisieren, den Künstler, Kunstwerk und Betrachter bilden, indem Objekte in eigens dafür geschaffenen Kontexten als Exponate inszeniert werden, so dass ein Betrachter sie einem Künstler zuschreiben kann. Kunst ist nicht, was ein Künstler macht – so die Tautologie –, sondern was im kunstbetrieblichen Rahmen zu finden ist.³

Vor dem Hintergrund dieser Überlegung und der Unterscheidung von emphatischem und profanem Kunstwerk, die Boris Groys (2001) unter dem Titel der »Politik der Autorenschaft« vorschlägt, kann sich dann eine Frage aufdrängen: Wie können die an Profanität kaum zu überbietenden »Pieces« der Street Art⁴ außerhalb von Kontexten des Kunstbetriebs als Kunstwerke auffallen und betrachtet werden, wenn dies schon für solche Kunstwerke unwahrscheinlich ist, die einem emphatischen Kunstbegriff entsprechen?⁵ Dass dies möglich ist, wird durch die Kommunikation *über* Straßenkunstwerke ebenso belegt⁶ wie der Umstand, dass auf der Ebene der Kommunikation *durch* Kunstwerke die Werke der Street Art schon längst Reproduktionswert im gesellschaftlichen

3 Peter Fuchs (1993, 163ff.) spricht vom Midas-Code der Kunst: Kunst ist, was von bezeichnungsberechtigten Personen als Kunst bezeichnet wird.

4 Für die in der folgenden Argumentation genutzten Beispiele setzen wir ein phänomenologisches Vorwissen darüber voraus, was Street Art »ist«. Für eine nähere Bestimmung siehe N. Schmidt (2009a, Kap. 2) und die dort angegebene Literatur.

5 Vergleiche damit die beiden Fragen der Kulturbetriebslehre nach der »Genese von Kulturwerten« (Zembylas/Tschmuck 2006, 9) aus profanen Gebrauchsgütern und nach der Transformation von »cultural goods into commodities« (Hasitschka/Tschmuck/Zembylas 2005, 153) durch jeweils listreiche »Praktiken« einer »cultural profession« (155). Wir interessieren uns stärker für den Gebrauch von Sinn in seinen drei Weltdimensionen in Interaktionen der Kunstrezeption, wenn Ereignisse mit Doppelselektivität (s. Luhmann 1993, 187f.) den Code der Kunst aufrufen. Dabei interessiert uns der Sonderfall, dass im Kunstwerk vermittelte Interaktionen ohne Organisation als »Modus der Situationsdefinition für Verhalten« (Luhmann 2005, 415) auszukommen versuchen.

6 Exemplarisch für die unzähligen Street-Art-Plattformen im Internet: www.woostercollective.com.

Teilsystem der Kunst gewinnen konnten. Alle Dementis der Aussage, es handle sich bei Street Art um Kunst, alle bisher vorgelegten, zumeist akteurs-theoretischen Erklärungsversuche von Street Art⁷ und auch die Diagnosen der Entdifferenzierung von Kunst und Leben (z. B. Reinecke 2007, 152 ff.) reagieren lediglich auf die faktisch durchgesetzte rekursive Vernetzung der Straßenkunstwerke untereinander und mit den Werken der Kunstgeschichte. Inzwischen werden Straßenkunstwerke in zahlreichen Ausstellungen als legitime Spielart der Gegenwartskunst durch Galerien dokumentiert, oder sie erzielen auf dem Kunstmarkt bereits beträchtliche Summen.⁸ Außerdem werden, wie zum Beispiel für Berlin (Wolberg 2007), Stadtpläne über Fundorte von Straßenkunstwerken aufgelegt, die in ihrem Gebrauch dazu führen, dass sich Passanten wie Besucher einer Ausstellung verhalten.

›Pieces‹ der Street Art, die von den einen als Kunst behandelt werden, können aber von anderen mit dem gleichen Recht entweder gänzlich ignoriert oder zum Beispiel für Vandalismus, Werbung oder eine politische Botschaft gehalten werden. Wenn wir uns für das Fungieren von ›Pieces‹ interessieren, teilen wir das im Tuymans-Experiment zum Ausdruck gebrachte Erkenntnisinteresse, soziale Situationen zu beobachten, in denen nach einem öffentlich erfolgten Kontextwechsel Kunst rezipiert wird. Wir interessieren uns dabei weniger für eine Definition von Street Art oder ihre Funktion. Vielmehr streben wir eine soziologische Aufklärung dieses relativ neuen Phänomens durch die Beschreibung einiger der Bedingungen ihrer Möglichkeit an. Hierfür bedienen wir uns vorwiegend der systemtheoretischen Kunstsoziologie. Da die ›Pieces‹ der Street Art dem Prinzip nach auf eine Rahmung durch den Kunstbetrieb verzichten, kann an ihren Rezeptionshürden studiert werden, welche Voraussetzungen, die normalerweise in diesen Rahmungen erbracht werden, erfüllt sein müssen, damit wir etwas für Kunst halten können. Street Art verweist auf die Frage, wie Kunstwerke in der sozialen Situation der Kunstbetrachtung fungieren und damit auf die Leerstelle einer ästhetischen Rezeptionstheorie in der Systemtheorie (s. vom Lehn 2001).

Zunächst wird diese Leerstelle im ersten Abschnitt näher zu bestimmen und im Verlaufe unserer Argumentation dann zu füllen sein. Mit der Konzeption einer im Kunstwerk vermittelten Interaktion antworten wir auf die Frage, wie die Kunst in der sozialen Situation der Rezeption von Kunstwerken auf eine spezifische Weise auf bestimmte Strukturkomponenten jeder Interaktion zugreift.

7 In der bislang vorwiegend in Deutsch geführten Diskussion interessierten zunächst Bestimmungsversuche eines besonderen Künstlertypus in einem »Street-Art-Feld« (Reinecke 2007) oder die Instrumentalisierung der Kunst durch politisch motivierte Akteure, die Straßenkunstwerke für »symbolische Angriffe auf die Funktionalität der Stadt« (C. Schmidt 2005) zu nutzen verstehen.

8 Ein instruktives Beispiel ist die Versteigerung einer seit 2004 (bis vor kurzem) in Berlin zu sehenden Arbeit von FAILE, inklusive dem metallenen Parkplatztor, auf dem der Künstler gearbeitet hatte, durch das Wiener Aktionshaus *Dorotheum* in seiner Mai-Auktion für zeitgenössische Kunst 2008 für 55.200 Euro (Lot 175). Provenienz: Privatbesitz.

Anhand der Beschreibung von einzelnen Straßenkunstwerken werden wir mit Hilfe systemtheoretischer Begriffe zunächst herausarbeiten, wie sie sich inmitten gewöhnlicher Gebrauchsgegenstände in den Kontexturen des gesellschaftlichen Alltags als Kunst bewähren,⁹ welche gesellschaftlichen Voraussetzungen sie dafür in Anspruch nehmen müssen und auf welche Probleme sie dabei stoßen. Wenn Kunstwerke im öffentlichen Raum einen unvermittelten Kontextwechsel provozieren, verletzen sie gleichzeitig Kontexte des öffentlichen Lebens. Für die detaillierte Diskussion der dabei ablaufenden Vorgänge wird sich erweisen, dass der Beobachtungsbegriff zwar für das Verständnis der Kunst eine zentrale Rolle spielt, aber keineswegs die »Kleinsteinheit des Kunstgeschehens« (Luhmann 1996, 368) ist. Weil es bei der Straßenkunst im Speziellen um einen wahrnehmungsvermittelten Kontextwechsel (s. Luhmann 1971, 74) und bei der Kunst im Allgemeinen um die Kommunikation *von* Wahrnehmung geht, werden wir für die mikroanalytische Dekomposition der sozialen Situationen der Kunstbetrachtung auf Unterscheidungen von Jürgen Markowitz (1979; 1986) zurückgreifen, die uns ein größeres Auflösungsvermögen der wahrnehmungsbezogenen sozialen Prozesse in einfachen Sozialsystemen erlauben. Dabei fällt unsere Aufmerksamkeit auf eine Reihe von alltäglich unscheinbaren Interaktionskomponenten. Am Beispiel einer aus dem Rahmen fallenden Kunstkommunikation wird deutlich, dass diese ebenso prekär wie subtil fungierenden Komponenten normalerweise sozial formatiert sein müssen, wenn Interaktionen mit funktionssystemischer Kommunikation belastet werden sollen. Markowitz (2008) spricht von »Interaktionsformaten«, in denen sowohl eine Reihe von heterogenen Interaktionskomponenten als auch ihre Konfiguration, ihr Zusammenspiel, in Abhängigkeit von den gerade laufenden subsystemspezifischen Operationen präfiguriert sind (s. Kranz 2009). Im Ausgang von diesem Befund diskutieren wir die These, dass Street Art das Partizipationsmuster am Kunstsystem verändern kann, indem sie mit neuen Interaktionsformaten experimentiert. Im abschließenden Kapitel skizzieren wir einen Ausblick auf mögliche Entwicklungen von Street Art einerseits und der kunstsoziologischen Forschung andererseits.

II. Eine systemtheoretische Rezeptionstheorie?

Niklas Luhmann hat zwar die Trias aus Produktion, Kunstwerk und Rezeption beobachtungstheoretisch beschrieben und dabei auf die medienspezifische Konstellation von Erleben und Handeln (1997, 353) ebenso hingewiesen wie darauf, dass die sprachlose Kommunikation von Wahrnehmung durch Kunstwerke die Wahrnehmung der Betrachter irritiert und reflexiv werden lässt (1996,

9 Marcel Duchamp stellt uns mit Hilfe von Ready made's die entgegengesetzte Frage: Wie bewähren sich gewöhnliche Gebrauchsgegenstände inmitten der außeralltäglichen Kontexte des Kunstbetriebs als Kunstwerke?

Kap. 1). Aber er hat sich für die Kunst vor allem in gesellschaftstheoretischer Hinsicht interessiert und deshalb in erster Linie beschrieben, wie man Kunst als ein gesellschaftliches Funktionssystem begreifen kann, dessen Operation in einer interaktionsfreien werkförmigen »Kompaktkommunikation« (Luhmann 1996, 63) gesehen werden kann. Dabei ist er auf Interaktionen der Kunstrezeption nur am Rande eingegangen, obwohl es, konzeptuell betrachtet, besonders nahe liegt, Kunst und Interaktion aufeinander zu beziehen,¹⁰ denn in beiden Fällen liegt ein spezifisches Verhältnis von Kommunikation und Wahrnehmung sowie jeweils spezifische Formen reflexiver Wahrnehmung vor (s. Luhmann 1975). Die Irritation der Wahrnehmung eines Betrachters durch Kunstwerke ist darüber hinaus auch ein besonders eindrücklicher Fall von Interpenetration, also dem Umstand, dass sich psychische und soziale Systeme ihre vorkonstituierte Komplexität und Freiheit wechselseitig für Einschränkungen zur Verfügung stellen. Im Vergleich mit den Systemebenen Organisation und Gesellschaft ist es aber gerade die Interaktion, die speziell für Interpenetration zuständig ist (s. Luhmann 1993, 286 ff.).

Alle Kunstwerke müssen der Wahrnehmung »überraschende Redundanzen« (Luhmann 1996, 229) anbieten, denn die sprachlose Kompaktkommunikation *durch* Kunstwerke muss zuerst die Wahrnehmung der Betrachter auf eine Weise irritieren, die zu einer reflexiven Wahrnehmung in psychischer Systemreferenz führt (s. Luhmann 1996, Kapitel 1). Die im Kunstwerk thematisierte Wahrnehmung wird zum Anlass genommen, die intentionale Aufmerksamkeit auf das eigene Erleben zu richten. Diese Irritation des alltäglichen Wahrnehmungsmodus kann dann zu einem zweiten, genaueren Hinsehen führen. Welche Sichtweise auf die Welt drückt sich darin aus? Wurde ich getäuscht und wenn ja, wie? Objekte müssen sich, um sich als Kunstwerke qualifizieren zu können, anhand ihrer Artifizialität, ihres Hergestellenseins eine Intention auf die Mitteilung bestimmter Informationen ansetzen lassen (Luhmann 1996, 70). Die Irritation der Wahrnehmung darf im Erleben dann aber gerade nicht als eine Alarmierung der Aufmerksamkeit interpretiert werden, die unmittelbare handlungspragmatische Konsequenzen erfordern (s. Luhmann 1997, 347 ff.). Vielmehr geht es in der Kunst, wie Alois Hahn konzise formuliert, um die »absichtliche Herbeiführung ›interesseloser‹ Irritiertheit durch unwahrscheinliche Formen« (2010, 73).

Wie können Straßenkunstwerke die intentionale Aufmerksamkeit von Passanten für eine Zeitspanne erobern, die länger als der Augenblick währt, den es dauert, wenn das attentionale Alternieren der Passanten sie kurz in den Blick nimmt, um sich im nächsten Moment wieder von ihnen ab- und dem nächsten Referenten zuzuwenden? An »Tags« können verschiedene Techniken auffallen, die Wahrnehmung von Passanten zu überwältigen und in den Dienst einer neuen Intention zu stellen, indem diese Wahrnehmung vom routinierten

10 Demgegenüber hat Dirk Baecker (2008, *passim*) mit Blick auf das Theater und die Oper auf Interaktionen der Kunstrezeption aufmerksam gemacht und dabei auf die Unwahrscheinlichkeit hingewiesen, die im gemeinsamen Kunstgenuss liegt.

Alternieren zwischen Referenten zum Beobachten eines Referenten gebracht wird.¹¹ Sie verwenden beispielsweise konventionalisierte Zeichen, die ohnehin der Wahrnehmung von Kommunikation dienen, um auszunutzen, dass sich die intentionale Aufmerksamkeit von Passanten üblicherweise von ihnen faszinieren lässt. Die ›Tags‹ werden zudem an Stellen platziert, auf die sich die Blicke von Leuten richten, die nach Orientierungshinweisen suchen. Werden diese verändert, kann die durch sie ermöglichte routinierte Orientierung an Ordnung verloren gehen (s. Lynch 1989, 145; Baudrillard 1978, 31; ferner Markowitz 2003). Situationen können dann oftmals nicht mehr länger routiniert identifiziert, sondern müssen erst aufwändig neu durch Intentionen definiert werden (Markowitz 1979, 164 ff.).

Werke der Street Art lassen darauf schließen, dass sie implizit die Mechanismen der menschlichen Aufmerksamkeit, die zu ihrer Faszination führen, reflektieren. Bis vor kurzem konnte dem Passanten bei einem Gang über die Berliner Oberbaumbrücke ein großflächiges, eine Brandmauer zierendes kombiniertes ›Cut-Out/›Roll-On‹ von BLU & JR ins Auge fallen, dessen Motiv menschenkörpergroße fotografierte Augen waren, die mit ihren weißen Körpern zwischen den Häusern hervorschauten. Wäre die Wahl auf ein anderes Motiv gefallen, aber Ort und Größe wären beibehalten worden, wäre dieser erste Moment des Entdeckens aus der Ferne vermutlich kaum weniger eindrücklich.¹²

III. Wahrnehmungsmedium Stadtdesign

Stadtplanerische Eingriffe formulieren anhand von Objekten Erwartungen, die typisch durch eigensinnige Benutzer durchkreuzt werden: Ihr Sinn wird nicht durch das »Wunschdenken des Regelsetzers«, sondern durch den ambivalenten »Standpunkt des Benutzers« (Luhmann 1964, 308) bestimmt. So kann der Blick von Passanten in Berlin durch ›re-designierte‹ Straßenverkehrsschilder überrascht werden.¹³ Aus STOP-Schildern können SNOB-Schilder werden. Die Künstlergruppe LISHA & Co. lässt sich darauf ein, gewisse Formen nicht selbst zu setzen, sondern von den örtlichen Gegebenheiten bestimmen zu lassen – in diesem Fall durch die Inanspruchnahme der Objektgrenzen des Straßenverkehrsschildes als primäre Rahmung, innerhalb derer sie vorgefundene Gestaltungen überformt. Verkehrsschilder ermöglichen es jedem einzelnen Verkehrsteilnehmer nahezu unmerklich, allen anderen Teilnehmern sowohl die Bekanntheit und Aktualität der Verkehrsregeln als auch die gemeinsame Orientierung am Schema der Kollisionsvermeidung zu unterstellen und das

11 Referenten sind Korrelate von Wahrnehmungsakten. Diesen Begriff sowie die Unterscheidung zwischen attentionalem Alternieren und intentionalem Modifizieren übernehmen wir von Jürgen Markowitz (1986).

12 Für ein Foto siehe N. Schmidt (2009b, 89).

13 Siehe für unser und für weitere Beispiele die Webseite des Projekts *ReSIGNnation* <http://resignation-resignation.blogspot.com/> (Zugriff 2.2.2010).

eigene Verhalten entsprechend zu bestimmen. Das ›Piece‹ nimmt die sekundäre Rahmung des Straßenverkehrs in Anspruch – indem es den herausgehobenen Anbringungsort als exponierten Ausstellungsort nutzt. Zum Kunstwerk wird es aber erst, wenn es einen Passanten dazu veranlasst, die Leitunterscheidung seiner Aufmerksamkeit durch eine andere zu ersetzen. Christian Schmidt spricht dann von einem Unterlaufen der »herrschenden Sinnstruktur eines Ortes« (2009, 196). Wenn sich für das SNOB-Schild ein Betrachter findet, dann wird der unabhängig von Street Art entstandene Standort des Verkehrsschildes zum ›Spot‹: zum Ort des Erscheinens einer fiktionalen Welt in der realen Welt; und die Straße wird für diesen Betrachter zur Galerie.

Für das Straßenkunstwerk bietet sein ›Spot‹ sowohl eine Einschränkung als auch eine Erweiterung von Freiheitsgraden. Der ›Spot‹ gibt durch physische Grenzen, innerhalb derer die Wahrnehmung durch Gestaltung z.B. in Form von Stadtplanung bereits geleitet wird, beziehungsweise durch sekundäre Rahmungen, die Verhalten und Interaktionen im öffentlichen Raum regulieren, Ordnungszwänge im Bereich der realen Realität vor. Zugleich gewinnt aber Street Art für die Kunst in diesen Vorgaben ein neues Medium der Wahrnehmung, in das sich eigenwillige Formen einprägen lassen. Die Produktion von Street Art beginnt nicht mit einer leeren Leinwand, sondern vielmehr damit, dass sie auf das »Design« sozialer Systeme (Luhmann 2000, 119 ff.) reagiert und dieses zugleich wie eine Leinwand behandelt. Das Design sozialer Systeme adressiert, wie die Kunst, die Wahrnehmungsfähigkeit psychischer Systeme, aber auf andere Weise. Mit Hilfe des zumeist von Organisationen betreuten Designs bietet die prinzipiell nicht wahrnehmbare Kommunikation Bewusstsein »etwas Wahrnehmbares« (Luhmann 2000, 148) an. Es kann als ein weitverbreiteter Sonderfall der strukturellen Kopplung aufgefasst werden, die kommunikative Absichten mit typischen Wahrnehmungsformen ›ästhetisch‹ verbindet und genau dadurch die operative Trennung psychischer und sozialer Systeme respektiert (s. Baecker 2005, 269 f.). Durch diesen symbiotischen Mechanismus werden psychischen Systemen unmerklich Funktionserfordernisse sozialer Systeme mitgeteilt, ohne diese der Zustimmung oder Ablehnung auszusetzen. Wahrnehmungsvermittelt wird den an der Kommunikation beteiligten Individuen kontextbezogen nahegelegt, um was es sachlich jeweils geht, welches Verhalten von ihnen selbst jetzt und hier erwartet wird, mit welchem Verhalten der anderen Beteiligten gerechnet werden kann, welche Form von Aufmerksamkeit verlangt wird und welche Beiträge in welchem Stil mit Aussicht auf Anschlüsse kommuniziert werden können. Dadurch wird die Orientierung an Funktionserfordernissen sozialer Systeme ermöglicht, ohne dass ein Funktionsverständnis ausgebildet sein muss. Street Art sieht dort, wo durch das Design feste Kopplungen im Medium des Wahrnehmbaren erfolgt sind, lose Kopplungen, behandelt also die Schnittstelle zwischen Kommunikation und Bewusstsein wie eine Leerstelle.

Auch das gesellschaftliche Funktionssystem der Kunst benötigt ein Design, das die kommunikative Absicht der Erregung einer reflexiven Wahrnehmung unauffällig an typische Wahrnehmungen bindet, um ein spezifisches Aufmerksamkeitsmuster zu erzeugen. Luhmann spricht von sekundären Formen des Wahrscheinlicher-Werdens des Unwahrscheinlichen im Kunstbetrieb, der Einrichtungen bereithält, in denen man erwarten kann, auf Kunst zu treffen (1996, 249). Es geht im Design der Kunst um die Entparadoxierung einer Form der Paradoxie der Erwartung des Unerwarteten,¹⁴ bei der die Irritation der Wahrnehmung durch überraschende Formen normalisiert erwartet werden kann. Diese Vorbereitung auf den Kunstgenuss darf aber selbst nicht auffällig werden, damit das attentionale Alternieren, das der bewussten Orientierung die konditionalen Bedingungen einer Situation erschließt, routiniert über sie hinweg gleiten kann.¹⁵

Es geht demnach der Street Art um die unvermittelte Brechung der im Design sozialer Systeme hinterlegten »Normalverweisungen des täglichen Lebens, (...) um die Aufmerksamkeit von diesen Ablenkungen abzulenken« (Luhmann 1997, 353). Dabei versucht Street Art selbst ohne ein Design auszukommen, das auf sie unmerklich vorbereitet. An die Stelle der erwartbaren Überraschung durch Kunst setzt sie die unerwartete Überraschung mit Kunst. Auf welche normalerweise durch das Design der Kunst erwirtschafteten Leistungen verzichtet Street Art? Was gewinnt sie?

IV. Die Rolle der Wahrnehmung in Interaktionen der Kunstrezeption

Während die bisher als Beispiele genutzten »Pieces« darauf angewiesen sind, dass ihre ungewöhnlichen Formen dem attentionalen *Alternieren* der Passanten ins Auge fallen, hat Street Art eine weitere Möglichkeit entwickelt, die Aufmerksamkeit von Betrachtern auf ihre »Pieces« zu lenken: Sie lässt »Pieces« als ein flüchtiges Ereignis *passieren*. Dann wird beispielsweise ein Ensemble von aufblasbaren Figuren aus Plastikfolie über den Abluftschächten der New Yorker U-Bahn von den Luftverwirbelungen unterirdisch verkehrender Züge periodisch bewegt und zu einem »Air-Zoo« in Szene gesetzt, die anderenfalls wie achtlos entsorgter Plastikmüll routiniert der Aufmerksamkeit der Passanten entgehen.¹⁶ Egal ob die wahrnehmungskonstitutive Differenz als selbstreferentielles Alternieren oder als fremdreferentielles Passieren erlebt wird, immer geht es darum,

14 Überlegungen zur Paradoxie der Erwartung des Unerwarteten mit Blick auf Organisationen finden sich bei Karl E. Weick und Kathleen M. Sutcliff (2001).

15 Man könnte hier zur Illustration des verwickelten Unterschieds zwischen der Kommunikation von Wahrnehmungen durch Kunstwerke und dem Design der Kunst auf die Differenz der Rezeptionsstile zwischen einem »gespannten Aufmerken« und einem »beiläufigen Bemerk« bei Walter Benjamin (1977, 166) erinnern, abzüglich Benjamins politisch-ästhetischer Befürchtungen bzw. Hoffnungen.

16 Inszeniert von Joshua Allen Harris: http://www.youtube.com/watch?v=Ir0U3VNYg_w (Zugriff 7.3.2010).

die Aufmerksamkeitsschwellen der Passanten durch Wahrnehmungseindrücke oder -reize zu überwinden, die ihre Unwahrscheinlichkeit dem Vergleich mit demjenigen verdanken, was der Wahrnehmung üblicherweise geboten wird. An der Technik des ereignishaften Passierenlassens wird aber in höherem Maße deutlich, dass es der Street Art gleichsam um eine Überwältigung der Wahrnehmung durch kontextbezogen unwahrscheinliche Formen¹⁷ geht, die auf die Erzwingung der Attribution einer Mitteilungsabsicht auf die inszenierten Objekte durch die Passanten zielt. Im Gegensatz beispielsweise zu Bällen im Sport, Autos im Straßenverkehr, Schlüsselbunden im Unterricht, wo dies für gewöhnlich rasch und mühelos gelingt, geht es bei der Street Art aber darum, Passanten dazu zu bringen, anhand gestalteter Objekte auf die Selbstreferenz eines Künstlers zu schließen, der durch ein auf Kommunikation spezialisiertes Verhalten eine Information mitteilen will. Ein erstes Erfordernis liegt schon im basalen Verstehen¹⁸, das den abwesenden Künstler anwesend macht. Ein zweites Erfordernis liegt darin, dass dieser Instanz die Disposition zur Intentionalität zugeschrieben wird, so dass das Objekt als die Ausführungsvariante der Absicht auf die Mitteilung einer Information angesehen werden kann. Die Selektionen Intention, Realisation im Verhalten und schließlich das selektive Wahrnehmen dieser Differenz selbst lassen sich zum Prozess der Wahrnehmung synthetisieren (Markowitz 1986). Das heißt, das Objekt als Kommunikation von Wahrnehmung zu beobachten, indem an ihm Mitteilung und Information unterschieden werden, ist gleichsam erst der dritte, voraussetzungsreiche Schritt.

Bei der Kunst haben wir es also mit einem »Dualismus der tragenden Prozesse« (Luhmann 1975, 25) zu tun, der für Interaktionen typisch ist. Die Systembildung beruht in diesem Fall nicht nur auf dem Operationsmodus Kommunikation, sondern im Gegensatz zu den anderen beiden Systemebenen Organisation und Gesellschaft wird für ihr Reproduktionsgeschehen mit der Wahrnehmung ein zweiter sozialer modus operandi der »Erlebnisverarbeitung« (25) bedeutsam. Die Wahrnehmung erschließt nicht allein den »Funktionskontext« (Kieserling 1999, 126), vor dessen Profil ein wahrnehmbares Objekt als Ausführungsvariante einer bestimmten Intention aufgefasst werden kann. Sie kann daneben und darüber hinaus selbst als eine soziale Operation aufgefasst werden, als eine selektive Synthese, die sowohl die Verhaltensausführung als eine Selektion als auch die attribuierte Intention, die per Unterstellung das Verhalten bestimmt, als eine hochriskante Auswahl beobachten kann. Im Kunstwerk ist demnach nicht allein eine Information externalisiert, wie Luhmann (1996, 70) feststellt, sondern daneben mindestens auch noch die Selbstreferenz

17 Neben dem direkt wahrnehmbaren Wahrnehmungsumfeld spielen eine Reihe weiterer Kontexte eine Rolle, wie zum Beispiel Kultur, Milieu, Habitus, individuelle Erfahrung und auch aktuelle Themen und Intentionen.

18 Für Niklas Luhmann bedeutet Verstehen ein »selbstreferentiell situiertes Beobachten im Hinblick auf die Selbstreferenz eines anderen Systems« (1986, 112). Allgemein für den hier verwendeten Kommunikationsbegriff s. Luhmann (1993, 191 ff.).

eines Künstlers sowie die Ausführungsvariante einer Mitteilungsentention. Erst auf dieser Basis kommt es zum operativen Verstehen der Kommunikation und daran anschließend schließlich erst in einem weiteren Schritt zum selektiven, zum hermeneutischen Verstehen der im Kunstwerk mitgeteilten Information. Wir müssen, um die volle Komplexität des Fungierens von Straßenkunstwerken in den Blick zu bekommen, die einzelnen analytisch voneinander zu unterscheidenden Orientierungsschritte der Kunstbetrachtung noch schärfer herausarbeiten. Zunächst ist es unwahrscheinlich, dass die ›Pieces‹ der Wahrnehmung überhaupt auffallen. Sie müssen im dafür »unpräparierten Alltag gesellschaftlicher Kommunikation« (Luhmann 1996, 250) die Normalform des alltäglichen Wahrnehmens – »Sehen ist Nichtsehen« (Luhmann 1996, 41) – irritieren, indem sie durch wahrnehmbare Auffälligkeit zum Nachvollzug anderenfalls allzu rasch und unbewusst durch gedächtnisgestützte Konsistenzprüfungen weggerechneter Differenzen provozieren. Dafür müssen sie diejenigen wahrnehmungsbezogenen Aufmerksamkeitsschwellen überwinden, die Jürgen Markowitz (1979, 89) »Permeabilitätskonstanten« genannt hat.¹⁹ Darunter versteht Markowitz je nach aktuell laufendem Thema sozial gut typisierte Wahrnehmungsbereitschaften, mit deren Hilfe der stets prekäre Zusammenhang von attentionalem Alternieren und intentionalem Modifizieren gestaltet wird. Jede Festlegung auf ein gemeinsam unterhaltenes Thema und auf eine damit korrelierende Absicht ist selektiv und riskant, weil dafür eine unüberschaubare Zahl an Möglichkeiten ausgeschlossen werden muss, ohne sie negieren zu können. Die ausgeschlossenen Möglichkeiten müssen durch Kontrolle wieder eingeschlossen werden. Mit einem Rest an Aufmerksamkeit in Form von Wahrnehmungsbereitschaften kontrollieren psychische Systeme die Horizonte ihrer jeweils durch Absichten definierten Situationen auf ungewöhnliche Ereignisse hin, welche die Aktualisierung derjenigen Möglichkeiten anzeigen, die gegenwärtig ausgeschlossen werden müssen, um sich den aktuellen Themen und Intentionen überhaupt zuwenden zu können. Bei den von uns bisher diskutierten Straßenkunstwerken soll durch die Abweichung vom Gewohnten eine »unspezifische Selektion« erzeugt werden, bei der »(unwillkürliche) Reize zur Auswahl (gelangen)« (Eimer/Nattkemper/Schröger/Prinz 1996, 222), also Reize, die nicht mit den gerade laufenden Themen und Intentionen abgestimmt sind.

Die Wahrnehmungsauffälligkeit von ›Pieces‹ der Street Art ist auch noch aus einem zweiten Grund unwahrscheinlich. Sie versuchen der Wahrnehmung von Passanten im Kontext von Design-Oberflächen aufzufallen, welche ihrerseits so wenig wie möglich auffallen dürfen, um ihre Funktion zu erfüllen.²⁰ Street Art hat sich im Design als dem wahrnehmbaren Alltag schlechthin zwar

19 Auf eine Reihe von kommunikationsbezogenen Aufmerksamkeitsschwellen hat Alois Hahn (2003) aufmerksam gemacht.

20 Eine Ahnung von dieser Bedingung findet sich auch in den Selbstbeschreibungen der Street Artists. Auf der Webseite des Projekts *ReSIGNnation* heißt es beispielsweise: »For this Project, I work with traffic signs, to which we are so used, that we almost don't see them anymore.«

ein nahezu unerschöpfliches Reservoir an Redundanz geschaffen, in dem sich Überraschungen durch unwahrscheinliche Formen platzieren lassen. Aber sie emittiert in diesem Kontext keineswegs exklusiv unwahrscheinliche Formen zur Erregung von Aufmerksamkeit. Schon lange Zeit vor ihr haben es beispielsweise die kommerzielle Werbung oder die Werbung für politische Parteien verstanden, mittels einer »Aufmerksamkeitsfalle« (s. z.B. S. J. Schmidt 2001, 189) pragmatisch folgenreich die Aufmerksamkeit von Passanten auf sich zu ziehen. Die Reizüberflutung der Großstadt ist bereits ebenso sprichwörtlich geworden wie die routiniert gehandhabten Methoden der Reduktion dieser Komplexität, die man, wie Georg Simmel (1984) mit Blick auf die Blasiertheit des Dandys, feiern oder vor denen man, wie Stanley Milgram (1970) im Blick auf die Ausbildung von Normen des Nichtengagements, der Unpersönlichkeit und der Reserviertheit, ebenso gut auch warnen kann. In der gewohnten Hektik der Stadt kann gerade das Auffällige unauffällig werden.

Wenn es den »Pieces« der Street Art trotz dieser Unwahrscheinlichkeiten gelingt, als Differenz vor dem Profil des Gewöhnlichen der Wahrnehmung von Passanten aufzufallen, indem sie deren Wahrnehmungsbereitschaften ansprechen, steht deren Orientierung vor der Frage, ob die Irritation als Abweichung oder Neuheit behandelt werden soll (s. Luhmann 1995). Die Überraschungen mögen sich der Wahrnehmung aufdrängen, das befreit aber die Orientierung noch längst nicht von dem Problem, auf das Alois Hahn (2010) besonders hingewiesen hat, dass sie erst noch als absichtsvoll hergestellt gedeutet und auf die mit ihnen verbundenen Kommunikations- und Handlungsfolgen hin befragt werden müssen. »Pieces« die aufzufallen verstehen, verstricken die Passanten wahrnehmungsvermittelt in einen Zirkel der doppelten Kontingenz. Ist eine zur Selbstreferenz fähige Instanz am Werk? Bin ich gemeint? Was wird von mir verlangt? Wie soll ich mein Verhalten vis-à-vis dieser durch die Irritation aufgeblendeten Unbestimmtheiten bestimmen?²¹

Wie werden »Pieces« der Street Art als Kunstwerke und damit als Medium der »Weltkonstruktion« (Luhmann 1997, 353) interaktiv eingeführt? Dazu muss der Zirkel der doppelten Kontingenz asymmetrisiert werden: In der Sachdimension von Sinn wird ein Sachverhalt eingeführt, mit dem zugleich Reduktionsperspektiven gewählt werden, die einen Selektionsbereich von Sinn eingrenzen (s. Luhmann 1993, 187f.). Wenn man den Zirkel der doppelten Kontingenz mit Hilfe des Begriffs des »Referenz-Zirkels« (Markowitz 1991, 27) dynamisiert, wird darüber hinaus deutlich, dass die drei Weltdimensionen von Sinn (s. Luhmann 1971) nicht automatisch verbunden vorliegen. Ihre Zusammenfügung ist problematisch. Weder Anlässe, aus denen ein Auftakt im Referenz-Zirkel gewonnen werden kann, noch »Assoziationsformeln«, mit deren Hilfe die Sach- an die Sozialdimension auf eine erwartbare Weise gebunden werden

21 Zur doppelten doppelten Kontingenz sensu Luhmann (1993, 148ff.) wird dies, wenn man den Produktionsprozess von »Pieces« der Street Art mit in die Betrachtung einbezieht.

kann, werden dem Zufall überlassen, sondern sozial in Regie genommen (s. Markowitz 1991, 40 ff.). Je nach Assoziationsformel werden unterschiedliche Sach-Konzeptionen erzeugt, die verschiedene pragmatische Korrelate nach sich ziehen.

Die überraschenden Irritationen der ›Pieces‹ können, wenn sie auf eine Intention zugerechnet werden, als überraschende Anlässe interpretiert werden, die ein im ›Piece‹ anwesender Abwesender setzt, der zusammen mit dem Anlass als ein im Hintergrund wirkender Akteur erzeugt wird. Es bleibt aber weiterhin fraglich, anhand welcher Assoziationsformel die Sach- an die Sozialdimension gebunden werden sollen. Ein ›Piece‹ muss, um als Objekt gelten zu können, an dem sich die Auffassungen mit Blick auf seine Stimmigkeit scheiden, in der Sachdimension von Sinn als die werkhafte Hervorbringung eines Künstlers inszeniert werden. Erst wenn das Ergebnis als Kunstwerk anerkannt wird, kann es auf die Sozialdimension zurückwirken, wo beispielsweise unter dem Titel ›Geschmack‹ Kriterien für Konsens und Dissens organisiert und die sozialen Rollen von Künstler und Betrachter erzeugt werden, an die Selbstentwürfe und Relevanzen gebunden sind. Die sukzessive Einführung von Anlass, Assoziationsformel und Thema in Form einer kaskadenförmigen Selektivitätsverstärkung kann dazu führen, dass sich Passanten als Betrachter auffassen und sich entsprechend verhalten.²² Betrachter inszenieren ihr wahrnehmbares Verhalten als themenentsprechend gut typisiertes Engagement, das dem attentionalen Alternieren der übrigen Anwesenden relativ rasch und mühelos signalisiert, mit welchem (zielgerichteten) Verhalten jetzt und hier auch dann gerechnet werden kann, wenn die attentionale Aufmerksamkeit im routinierten Umherschweifen von ihnen absieht (s. Goffman 1971; Markowitz 1986).²³

Dass die Sozialdimension, in der ein abwesender Produzent mit dem Betrachter in einem doppelt kontingenten Zirkel steckt, durch die Formel der Genese einer Fiktion mit dem ›Piece‹ assoziiert wird, ist unwahrscheinlich. Dieser gestaltende Zugriff konkurriert hier mit mehreren anderen möglichen Zugriffsweisen auf die Sachdimension, darunter mit der Konzeption der ›Pieces‹ als Sachbeschädigung von fremdem Eigentum, wobei sukzessive ganz andere Rollen, Betroffenheiten und Betroffenheiten, Relevanzen, Selbst- und Fremdentwürfe der Beteiligten zum Zuge kommen als im Kontext der Unterscheidung von realer und fiktionaler Realität.²⁴ Wenn gestaltete Objekte als Straßenkunstwerk betrachtet werden, müssen sie zuvor einen unvermittelten

22 Dirk vom Lehn spricht für das Beispiel von Galerie- und Museumsbesuchen von der »ästhetischen Gestaltung der Interaktion vor den Kunstwerken« (2006, 88): Kunstbetrachter stellen durch die Art und Weise ihrer kooperativen Verhaltensinszenierung selbst Interaktion aus.

23 Engagements und die mit ihnen verbundenen Disziplinierungsbereitschaften sind Interaktionskomponenten, denen im Kontext performativer Straßenkunst eine besondere Bedeutung zukommt, der wir aber an dieser Stelle nicht weiter nachgehen können.

24 Ulrike Boskamp (2001) hat mit Blick auf Anekdoten über Landschaftsmaler der Romantik, die aufgrund ihrer abgebildeten Motive der Militärsplionage verdächtigt worden sind, von »Kippbildern« gesprochen, bei denen es zu einer »extremen Kollision zweier Aufmerksamkeits-Rahmen« (169) gekommen ist.

Kontextwechsel provoziert haben, bei dem es jeweils zur Auflösung bewährter Assoziationsweisen von Sach- und Sozialdimension kommt. Der Erfolg des Kontextwechsels kann durch ihre Anwesenheit aber nicht garantiert werden. Straßenkunstwerke ermöglichen lediglich eine »Strukturauflösung durch Interaktion« (Luhmann 1975a), wobei die aufzulösenden Strukturen in den Strukturen der gerade laufenden und durch sie intervenierten Interaktionen selbst liegen, ohne dass aber die folgenden Strukturumbildungsprozesse gleich mit in Regie genommen werden könnten.

Die aufzulösenden beziehungsweise zu intervenierenden Strukturen sind solche von Interaktionsformaten des öffentlichen Lebens. Im öffentlichen Raum als einer Form von Öffentlichkeit geht es im Kontext eines als allgemein bekannt unterstellbaren Designs prinzipiell um die Ermöglichung von Kontextwechseln, wobei Kontextwechsel heißen will: gerade laufende Weltperspektiven und die auf sie bezogenen Themen und Absichten zugunsten anderer Perspektiven, Themen und Absichten zu unterbrechen. Der öffentliche Raum ist die Bezeichnung für eine Leerstelle, die den routinierten Wechsel zwischen funktional differenzierten Kontexten ermöglicht, in denen Individuen verschiedene Stellen einnehmen und rollenhaft ausfüllen können (s. Baecker 2008, 576 ff.; White 1995). Insofern ist auch der öffentliche Raum »gesellschaftsinterne Umwelt der gesellschaftlichen Teilsysteme« (Luhmann 1995a, 184). Street Art provoziert Passanten zu einem Kontextwechsel, der für sie aber unerwartet ist. Wenn es ›Pieces‹ gelingt, diese gut etablierte Situationsdefinition des erwartbaren Kontextwechsels in Frage zu stellen, emergieren »logische Sekunden der Anarchie« (Luhmann 1975a, 9), die ihnen zumindest die Chance einräumen, anschließend als Kunst erkannt zu werden.

›Pieces‹ der Street Art setzen für ihre Verständlichkeit vor allem voraus, dass Individuen sich erwartbar anhand der Unterscheidung von realer und fiktionaler Realität in der Welt orientieren können. Nur durch die operative Nutzung dieser Unterscheidung können wahrgenommene Artefakte als Kunstwerke auffallen, die sprachlos Informationen mitteilen. Die Erschaffung einer Fiktion, die bei Straßenkunstwerken mit der Operation des Herstellens einer Leerstelle im Medium des Designs beginnt, kann die in der realen Realität anerkannten Gesetze der Wirklichkeit missachten. Allerdings schränken sich die im Kunstwerk miteinander vernetzten Formen nach und nach wechselseitig ein und drängen notwendig zu einer Ordnung (Luhmann 1996, 229 ff.). Im besten Fall kann ein Beobachter dieser sich im Kunstwerk realisierenden Ordnung das Prädikat der Stimmigkeit verleihen. Das stimmige Werk lässt in der realen Welt eine fiktionale Welt erscheinen, die sich im Gegensatz zur realen Welt deshalb als Einheit darstellt, weil ihr als Ordnung nichts mehr hinzugefügt werden kann, ohne diese Ordnung zu zerstören.

Dieser letzte Orientierungsschritt der Kunstbetrachtung, das hermeneutische Verstehen, ist zugleich an die reflexive Wahrnehmung in psychischer Systemreferenz, also daran gebunden, dass sich die Wahrnehmung auf sich selbst

bezieht und sich selbst ebenso wie ihre Korrelate in das Zentrum der intentionalen Aufmerksamkeit rückt. Wenn fiktionale Realität im Medium der für Bewusstseins- »real« wahrnehmbaren Objekte erfolgreich Wahrnehmung adressiert, wird ein merkwürdiges Verhältnis zwischen Wahrnehmung und Kommunikation etabliert. Reale Realität bezeichnet ein durch das Normalfunktionieren von Wahrnehmung erwirtschaftetes Verhältnis zur Welt, das nicht angezweifelt wird. Diese Welt erscheint als eine externe, obwohl sie lediglich ein Resultat interner Projektionsleistungen des Gehirns ist (s. Luhmann 1996, 238). Das Bewusstsein nimmt nicht selbst noch wahr, wie es wahrnimmt (s. Fuchs 2005). Wenn Kunstwerke die bewusste Aufmerksamkeitsführung auf die alltäglich unmerklich prozedierende Wahrnehmung lenken, stellen sie diesen alltäglichen Wahrnehmungsmodus in Frage und machen auf die Welt als Konstruktion aufmerksam.

Das Kunstwerk etabliert im Bereich des Wahrnehmbaren eine zweite Realität, eben eine fiktionale Realität. Diese Differenz entfaltet Rückwirkungen auf die Konstruktion der realen Realität: Die durch Kunstwerke erzeugte Fiktion eröffnet dem Beobachter eine Perspektive, von der aus die wirkliche Wirklichkeit als auch anders möglich in den Blick geraten kann. Kunst ist die »Konfrontierung der (jedermann geläufigen) Realität mit einer anderen Version derselben Realität« (Luhmann 2008, 144). Für stimmig befundene Kunstwerke können einem Betrachter zeigen, dass sogar im Bereich von Fiktionalität, in dem nichts unmöglich scheint, Zwänge der Ordnungsbildung herrschen (Luhmann 1996, 494 f.). Im Kontext der Kunst kommt Sprache und damit die Möglichkeit der Negation des Mitgeteilten erst zum Zug, wenn Kunstwerke zum Thema der Kommunikation werden (Luhmann 1996, 39 ff.). Durch den Verzicht auf Sprachgebrauch stattet die Kunst die gesellschaftliche Kommunikation mit neuen Wahrnehmungsmöglichkeiten geordneter Komplexität aus, die unmittelbar nicht negiert werden können: Eine Wahrnehmung ist unbestreitbar. In der Zustimmung oder Ablehnung im ästhetischen Urteil eines Betrachters gegenüber dem, was der Wahrnehmung geboten wird, ebenso wie in der Kommunikation über Kunst stattet die Gesellschaft die Wahrnehmung mit Negationspotential und retrograder Ablehnungsfähigkeit der mitgeteilten Wahrnehmungsinhalte aus (s. Baecker 2007). Kunst ist ein Beispiel dafür, wie sich Wahrnehmung und Kommunikation wechselseitig aneinander steigern können (Luhmann 1996, 26 ff.).

»Ob Kunst zur Annahme ihrer Selektionsofferte motivieren kann, hängt davon ab, dass es selbst (im Unterschied zur Welt) so sein muß, wie es ist, obwohl es hergestellt ist und obwohl es nirgendwo sonst ein Modell dafür gibt« (Luhmann 1997, 354). Wir hatten mit Blick auf Street Art bislang gesehen, dass es für ihre Werke oftmals schon unwahrscheinlich ist, als eine Kommunikations-offerte beachtet zu werden, und uns einige Strategien des Auffallens zur Erhöhung von Chancen auf Beachtung angesehen, die in diesen externalisiert sind. Wir werden jetzt fragen, welche besonderen Kriterien der Stimmigkeit sich

Street Art durch ihre post-avantgardistische Innovationsstrategie einhandelt, aus dem Rahmen des Designs des Kunstsystems zu fallen, um das Design des öffentlichen Lebens zu intervenieren.²⁵

V. Neue Stimmigkeitskriterien

Die bisher genannten Auffallensstrategien können, gerade wenn sie erfolgreich sind, schon für sich allein verhindern, dass ›Pieces‹ unter dem Gesichtspunkt der Stimmigkeit betrachtet werden: zu grelle Farben, zu aufdringlich, zu simple Formen,²⁶ einfach störend. Es wirkt wie eine Antwort auf dieses Problem, wenn Straßenkunstwerke ihre Chancen, aufzufallen, stattdessen durch Tarnung minimieren: Der Street Artist Slinkachu miniaturisiert seine Werke;²⁷ der Writer SPAIR hinterlässt »Graffiti Diaries« an »Hidden Places« (Große 2008, Abb. 58-65); AKIM platziert abstrakte Ornamente in Baumkronen (Große 2008, Abb. 290); Zasd kommentiert seine ›3D-Bombings‹²⁸: »Ich tarn die Dinger so, dass sie eigentlich gar nicht zu erkennen sind. Und nur durch Zufall sieht man sie« (Ryll 2006, 71). Es geht dann zwar nach wie vor noch um die besondere Qualität der ästhetischen Erfahrung, die in einer unerwarteten Überraschung durch überraschende Formen liegt. Zugleich wird aber in diesen ›Pieces‹ deutlich, dass sie mit bereits für Straßenkunst sensibilisierten Wahrnehmungsbereitschaften oder mit vorhergehenden Hinweisen rechnen, also paradox mit einer Erwartung des Unerwarteten, das sich nicht planmäßig einrichten lässt. Der ›Sechsenmaler‹ in Berlin führt eine weitere Möglichkeit, durch Unauffälligkeit aufzufallen, vor. Er wiederholt seit der letzten Dekade in möglichst hoher Zahl die Ziffer ›6‹ als sein ›Tag‹ in verschiedenen Formen, Größen und Farben und lässt sie selbst zu einer Designkomponente Berlins werden.²⁹ Street Art durchmisst nach und nach den Möglichkeitsraum, unerwartete Überraschungen zu erzeugen, einschließlich der Möglichkeit, durch Nichtauffallen oder Wiederholung zu überraschen. Ein für Street Art besonderes Stimmigkeitskriterium kann demnach in dem Verhältnis gesehen werden, in das sich ihre Kunstwerke zu den Kontexten der realen Realität setzen, in denen sie stehen. Diese neuen Grenzen von Kunstwerken können und müssen in der Produktion der Kunst eingerechnet und

25 Street Art behandelt die Verletzung von Kontexten durch Entkontextualisierung der Kunst selbst als Neuheit. Indem sie die Neuartigkeit ihrer Formen durch eine Zweckentfremdung des Designs erzielt, scheint ihr fast unvermeidlich ein subversiver Zug innezuwohnen, der die Abweichung von Regeln feiert.

26 Wie Werke der Minimal Art zeigen können, ist für ein eindrückliches Kunsterlebnis die Komplexität der Formenkombinationen allerdings nicht entscheidend.

27 S. <http://slinkachu.blogspot.com>.

28 Plastische Buchstaben-Formationen.

29 Nach eigenen Angaben hat der Urheber dieser Sechsen, Rainer Brendel, sein ›Tag‹ bereits mehr als 600.000 Mal verteilt (Krause/Heinicke 2006, 166). Er bringt die Sechsen häufig auf solchen Flächen an, die erwartbar nicht von Eigentümern kontrolliert werden. Auch hier zeigt sich eine reflexive Aufmerksamkeit: Worauf wird nicht geschaut, wovon wird abgesehen?

hinausgeschoben werden: Die Erwartung, dass ›Pieces‹ der fortschreitenden Veränderung durch Witterung, Verletzung oder Überformung durch Betrachter bis hin zur Zerstörung ausgesetzt sind, ebenso wie die Erwartung, dass sie von einem Teil ihres ›Materials‹, der Stadt und der Straße, für Ausstellungs- oder Sammlerzwecke getrennt werden, scheinen integrale Bestandteile jedes Straßenkunstwerks zu sein. Oft spiegelt sich bereits in der Wahl des Materials wider, dass objekthafte Kunstwerke mit ihrer Episodenhaftigkeit rechnen. Voraussetzung dafür, dass unter diesen Bedingungen überhaupt Kommunikationsofferten durch ›Pieces‹ stattfinden, scheint ironischerweise – man denke an Walter Benjamins Begriff der Aura – ihre ›technische Reproduzierbarkeit‹ durch elektronische Bildmedien und deren Verbreitungsfähigkeit im Internet zu sein. Dies läuft auf einen performativen Selbstwiderspruch hinaus. Obwohl Straßenkunstwerke nur im ›Original‹ an ›Originalschauplätzen‹ adäquat zu überraschen verstehen, hängt ihre Produktion und Betrachtung nicht unwesentlich davon ab, dass sie technisch dokumentierbar und in dieser Form leicht zu verbreiten sind.

Straßenkunstwerke können auf vielfältige Weise die Vorgaben des Designs planvoll in die künstlerische Inszenierung einbeziehen: Seit dem Sommer 2004 verwandelt der Street Artist Evol Berliner Stromkästen mit Hilfe von Sprüh-schablonen und Transparentpapier in Hochhäuser in Plattenbauweise.³⁰ Diese Kunstwerke nehmen mimetisch die Formensprache der städtischen Architektur auf, brechen sie aber zugleich durch eine proportionale Variation in dem durch die vorgefundenen Gegebenheiten vorgegebenen Maßstab. Auf diese Weise können sie »sowohl die perzeptorische wie auch die konzeptuelle Orts-erfahrung neu strukturier[en]« (Serra 1987). Es lassen sich mindestens drei verschiedene im Kunstwerk reflektierte Fremdreferenzen unterscheiden. Neben der bereits genannten Referenz auf allgemeine oder ›ortsspezifische‹ Aufmerksamkeitsroutinen ist hier die Referenz auf das jeweils unmittelbar überformte Designobjekt zu nennen. Dessen erinnerte konventionalisierte Formen, Objektgrenzen und Bestimmung dienen der Aufmerksamkeit als Ausgangspunkt, um am gerade wahrgenommenen ›Piece‹ Designobjekt und Kunstwerk zu unterscheiden. Die Aufmerksamkeit kann jetzt zwischen beiden Seiten dieser Unterscheidung oszillieren und einen Kontrast bilden, um die Formen zu gewinnen, die überraschen und eine fiktionale Ordnung erzeugen.³¹ Die dritte Referenz bezieht sich auf den sekundären Rahmen, in dem das ›Piece‹ steht. Die Aufmerksamkeit des Betrachters kann auch zwischen Kunstwerk und den wahrnehmbaren Objekten in der räumlichen Nachbarschaft von Stellen und Horizonten alternieren, um diesen Kontrast für Antworten auf die Frage zu

30 Für ein Foto siehe N. Schmidt 2009b, 84.

31 In der Figur der Oszillation der Aufmerksamkeit am Kunstwerk begegnet uns die zirkuläre Struktur der Kunstbetrachtung in etwas anderer Formulierung wieder. Die Vorgänge der Differenzierung des je aktuellen Augenblicks finden sich unter dem Titel des attentionalen Oszillierens detaillierter als hier beschrieben bei Jürgen Markowitz (1986, 102 ff.).

nutzen, welche Bedeutung diesen Objekten in der Fiktion abweichend von ihrer gewöhnlichen Gebrauchsweise womöglich zukommt. Die Differenz zwischen dem vom Kunstwerk markierten und unmarkierten Raum und zwischen realer und fiktionaler Realität liegt allein im Auge des Betrachters.

Straßenkunstwerke beziehen sich unmittelbar auf den Kontext, in dem sie zu finden sind. Sie kommentieren durch ihre unvermittelte Nachbarschaft zur realen Realität des Designs dieses Design: »Standortspezifische Werke enthalten als Teil eines Ortes immer auch ein Urteil über ihn: Interdependent, offenbaren sie in kritischer Form das Wesen ihrer Umgebung« (Serra 1987). Um das Jahr 2000 ließ ein unbekannter Street Artist in der Berliner Linienstraße weiße Farbe über den Baumstumpf eines kurz zuvor gefällten Baumes tropfen und notierte auf den Gehweg: »treeblood« (Große 2008, Abb. 227). Zwei Jahre später wurde an die Fassade des Hauses, das inzwischen über dem früheren Baumstandort errichtet worden war, ein Baumstumpf in roter Farbe gemalt und mit »baumblut« beschriftet. Dieses Werk kommentiert wahrscheinlich ebenso wie das bereits früher zitierte SNOB-Schild in der Berliner Kastanienallee Gentrifizierungsprozesse in Berlin-Mitte. Bemerkenswert ist über diesen Kommentar hinaus einerseits die Verschränkung von Selbst- und Fremdreferenz im Kunstwerk und andererseits, dass beide Referenzen sich nicht auf eine schiere physische Präsenz von Objekten beziehen, sondern jeweils auf eine abwesende Anwesenheit. Während selbstreferenziell ein früheres, jetzt zerstörtes Straßenkunstwerk zitiert wird, referiert der Kommentar auf gänzlich immaterielle und nicht-wahrnehmbare soziale Prozesse. Letztlich sind die Grenzen sekundärer Rahmungen von Straßenkunstwerken Sinnngrenzen.

Das ästhetische Urteil eines Betrachters über ein Straßenkunstwerk hängt auch davon ab, wie intensiv ein Kunstwerk die Recherche bezüglich der eigenen Standortangepasstheit reflektiert und zu welchem Ergebnis diese Recherche gelangt (s. Baecker 2009). Daneben legen uns Straßenkunstwerke ein Urteil über die mitgeteilten Wahrnehmungsinhalte nahe. Es geht nicht allein um die Stimmigkeit überraschender Formen. Street Art, indem sie überraschende Differenzen in die Redundanz des Designs einbaut, kann dieses Design selbst zum Sprechen bringen und es auf diese Weise unserer Disposition aussetzen. Die einem Betrachter in Straßenkunstwerken offerierte Selektion schlägt zugleich eine Wertung vor, wie das Design gesehen werden soll, das überformt wird. Street Art gewinnt, wie jede Kunst, ihre Stimmigkeit aus einer Negativität, die jede Positivsprache begleitet. Sie registriert die Wirklichkeit des Designs der Kommunikation »im Medium einer Menge von Neins zu jedem einzelnen Aspekt dieser Wirklichkeit« (Baecker 2009, 2).³² Indem ein Straßenkunstwerk

³² Mindestens in diesem Punkt unterscheidet sich Street Art von der Kunst im öffentlichen Raum, die sie gleichwohl für ihr eigenes Verständnis, zeitlich gesehen, voraussetzt. Street Art setzt die Autonomie der Kunst gegenüber repräsentationalen Bezügen in der Öffentlichkeit durch und erschließt der Gesellschaft dadurch die Möglichkeit, dort zu Aspekten ihres Designs Nein zu sagen, wo dies vorher nicht möglich war.

einen Betrachter sowohl dazu herausfordert, es einem Künstler zuzuschreiben, als auch dazu, ein ästhetisches Urteil zu bilden, lässt es gleichzeitig das Design wieder als eine Information erscheinen, die auf eine Mitteilungsentention zurückgeführt werden kann, zu der man Nein sagen kann. Street Art kann durch einen Kontextwechsel einen Perspektivenwechsel provozieren, der Details unseres Alltags unmittelbar in neues, unter Umständen negatives Licht rückt.

VI. Ein neuer Inklusionsmodus

Spätestens mit der klassischen Avantgarde kommt es im Kunstsystem zu einem Kurzschluss zwischen den Operationen, die das Kommunikationssystem reproduzieren, und seinen Reflexionstheorien. Die Reflexion der Kunsttheorie auf die Grenzen der Kunst wird zum Kriterium der Herstellung von Kunstwerken: »Als Kunstwerk gilt, was den Begriff der Kunst in Frage stellt« (Luhmann 1995, 97). Unter dieser Bedingung kann die Kunst das »Strukturschicksal« (Luhmann 1996, 499) der modernen Gesellschaft besonders eindrücklich darstellen: die Abhängigkeit der gesellschaftlichen Evolution von Selbstirritation, die Durchsetzung des Prinzips der Beobachtung zweiter Ordnung und die prinzipiell unbestimmte Zukunft, deren Kontingenz durch das Wissen erträglicher wird, dass sogar noch im Grenzfall einer autonom hergestellten fiktionalen Realität Ordnungszwänge bestehen. Die kompetente Orientierung in der und mittels der Kunst setzt allerdings Kriterien für die Beurteilung sinnlich wahrgenommener Kunstwerke voraus, weil sich erst für den Beobachter von Beobachtungen die Ordnung der fiktionalen Realität entfaltet. Ein Großteil der Weltbevölkerung exkludiert sich selbst von der Partizipation an Kunstkommunikation: einfach, indem sie wegbleibt.

Indem Street Art die Kunst zufällig vorübergehenden Passanten zumutet, scheint sie unserem Eindruck nach auch auf das Problem zu reagieren, dass die Möglichkeit, mit Hilfe der Kunst ein komplexeres Weltverhältnis aufzubauen, nur verhältnismäßig wenigen Individuen vorbehalten ist. Die Betrachtung von Straßenkunstwerken ist vergleichsweise voraussetzungslos. Street Art kann zwanglos neue Motive einführen, die allein schon mit Blick auf das Design verständlich sind. Sie führt neue ästhetische Kriterien der Kunstbeurteilung ein. Weil Street Art im öffentlichen Raum und damit in einem »allgemeinen gesellschaftlichen Reflexionsmedium« operiert, das »die Unüberschreitbarkeit von Grenzen [...] registriert« (Luhmann 1995a, S. 187), kann sie Betrachtern auch weitere Aspekte der Gesellschaft zur Einsicht bringen. Anhand des im eigenen Erleben realisierten überraschenden Kontextwechsels können Betrachter die Notwendigkeit und Möglichkeit des Kontextwechsels erleben. Mit Hilfe der Erfahrung der ›logischen Sekunde der Anarchie‹ kann sie daneben Betrachter zusammen mit ihrer aktiven Rolle bei der Entstehung eines Kunstwerks zur Einsicht bringen, dass die Welt in jedem Augenblick aus Diskontinuitäten erzeugt werden muss.

Street Art experimentiert im Modus gesellschaftlicher Evolution mit dem bestehenden Inklusionsmodus der Kunst, indem sie das bestehende Komplementärrollegefüge der Kunst verändert und neue Inklusionszugänge schafft. Das uns vertraute komplementäre Rollegefüge der Kunst ist, anders als beispielsweise die Praxen der klassischen Professionen oder Erwerbsorganisationen, nicht darauf eingestellt, die Vermittlung von Anforderungen funktionaler Kommunikation mit den sich lebensweltlich orientierenden Betrachtern in Interaktionen zu unterstützen (s. Kranz 2009): Die Leistungsrolle des Künstlers ist von der Aufgabe befreit, die Inklusion des Publikums in die Kunst zu leisten. Wie Rudolf Stichweh (1988, 281) beschreibt, haben sich im Kunstsystem zwei Typen »sekundärer Leistungsrollen« ausgebildet, von denen besonders eine die Vermittlung der Kommunikation durch Kunstwerke mit den Publikumsrollen der Kunst leistet. Der Amateur beteiligt sich an der Kommunikation durch Kunstwerke, orientiert sich jedoch nur an einem kleineren Publikum, für das er allerdings ansprechbar bleibt. Der Connaisseur hingegen zielt mit seiner Kommunikation über Kunst auf ein generalisiertes Publikum. Erst durch eine weitere Ausdifferenzierung dieser Rolle zum Kritiker oder zum Kunstmanager kann das abstrakt gewordene Publikum vertreten und mit Kunstwerken vermittelt werden.

Street Artists unterlaufen dieses Arrangement. Sie umgehen die Selektionsfunktion des Kunstbetriebs (s. Müller-Jentzsch 2005, 201 ff.), indem sie ein zufälliges und spontanes Publikum für ihre Werke suchen, um sich unvermittelt als Künstler zu etablieren. Sie gehen dafür das Risiko ein, dass ihre »Pieces« entweder gar nicht auffallen oder im Referenzzirkel mit Passanten nicht als Kunstwerke anerkannt und betrachtet werden. Zugleich betätigen sie sich auch als sprachlose Kritiker ihrer Kollegen, wenn sie deren »Pieces« direkt ergänzen, kommentieren oder überformen. Im Verbreitungsmedium Internet etablieren sich Spezialisten, die die »Pieces« dokumentieren, von der direkten Interaktion ablösen und einem abwesenden anonymen Publikum zugänglich machen.³³ Street Art schafft sich eigene Teilöffentlichkeiten und journalistisch-publizistische Formen.

Für Phänomene dieser Art hat Urs Stäheli den Begriff des Populären ausgearbeitet. Populäre Kommunikation wirbt spektakulär für die Inkludierung auch von solchen Adressen, die Funktionssysteme bislang nicht erreichen konnten. Das Ergebnis ist eine »Universalisierung von Inklusionsmodi« (Stäheli 2007, 312). Durch »Entdifferenzierungsfiguren« (Stäheli 2004, 183) bewirkt die populäre Kommunikation eine erhöhte Zugänglichkeit für das Publikum zum Preis einer nur schwer kontrollierbaren Hyperkonnektivität, die Grenzen aufs Spiel setzt. In der überraschenden Konfrontation mit einem »Piece« der populär gewordenen Street Art kann dann im Zusammenhang mit dem fehlenden

³³ Neue Verbreitungsmedien senken Entmutigungsschwellen für Kommunikation, die andernfalls unterbleiben würde (s. Luhmann 1993, 216 ff.).

Design der Kunst unklar werden, was ein Kunstwerk von einem Betrachter erwartet. Die Aktivität des Kontextwechsels, verstanden als unerwartete Neudefinition der sozialen Situation, lässt die aktive Rolle des Betrachters beim Entstehen des Kunstwerks stärker als üblich ins Profil treten. Das Publikum der Straßenkunstwerke kann anschließend sogar die etablierte Erleben-Handeln-Konstellation der Kunst ignorieren und zu »unexpected participants«³⁴ werden. Dies und die antielitäre Geste der Street Art ziehen das traditionelle asymmetrische Verhältnis zwischen Künstler und Betrachter in sozialen Situationen der Kunstbetrachtung in Zweifel.

Die benannten Indizien dafür, dass Street Art mit funktionalen Äquivalenten für ein Design und mit neuen Interaktionsformaten der Kunst experimentiert, könnten darauf hindeuten, dass die Flucht vor Interaktionsformaten zur zwangsläufigen Neubildung von Interaktionsformaten führt. Für diese Annahme spricht, dass Street Art durch das von ihr genutzte Wahrnehmungsmedium Stadtdesign und das Verbreitungsmedium Internet, die beide organisationsabhängig sind, in eine sekundäre Organisationsabhängigkeit gerät. Der Kontrast, den Street Art zusammen mit dem Kunstbetrieb bildet, soll abschließend genutzt werden, um zu fragen, welche anderenfalls unmerklichen Leistungen das Design und die Interaktionsformate der Kunst erbringen.

VII. Zurück in der Galerie: Interaktionsformate der Kunst

Die Ausbildung sozial typisierter Aufmerksamkeitsschwellen ermöglicht alltäglich eine »habitualisierte Indifferenz gegenüber den in einer bestimmten Situation nicht pertinenten Umständen« (Hahn 2010, 69). Die in Kunstwerken angelegten Irritationen rücken also genau dasjenige in das Zentrum der Aufmerksamkeit, das im Alltag an deren horizonthafter Grenze steht und der Möglichkeit nach kontrolliert ausgeschlossen wird: die Irritation selbst. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass, wenn durch Kunstwerke die reflexive Wahrnehmung zum unthematisch bleibenden Thema der Situation gemacht werden soll, dies vor allem für die strukturelle Kopplung zwischen der Wahrnehmung des Betrachters und der Kommunikation des Kunstwerks Vorkehrungen auf der Ebene der Interaktion voraussetzt. In den etablierten Interaktionsformaten der Kunst werden Irritationen durch auffällige Objekte, die im Alltag Ausnahme bleiben, als normalisiert erwartet. Die Irritation rückt vom Horizont in den Themenkern der Aufmerksamkeit. Die Präsentation der Exponate darf die Wahrnehmungsbereitschaften der Orientierung nicht irritieren. Beispielswei-

34 Mit diesem Ausdruck bezeichnete Charlotte Vincent (<http://www.vincentdt.com>; Zugriff 2. 4. 2010) – auf einer Podiumsdiskussion am 27. 06. 2008 anlässlich des Festivals Theater der Welt 2008 in Halle / Saale – spontane Publikumsreaktionen auf die Performance »Metro:polis« von Diana Wesser in der Kopenhagener U-Bahn (<http://www.youtube.com/watch?v=d6dhdpvlnRw>; Zugriff 2. 4. 2010). Siehe hierzu ausführlicher und mit weiteren Beispielen N. Schmidt 2009, 54 ff.

se darf das nächste Bild in einer Galerie durch sein Irritationspotential nicht schon von der Versenkung der Aufmerksamkeit in die Formenführung seines Vorgängers ablenken. Dafür muss ein Kunstwerk nicht nur dazu einladen, den Verweisungen der Unterscheidungen am Objekt, also dem aufgespannten Innenhorizont zu folgen. Vielmehr kann in seinem primären Rahmen oder im Interaktionsformat auf weitere, im Themenfeld Kunst folgende Werke, also auf die in den nachfolgenden Kunstwerken enthaltenen Formenkombinationen als Normalform des Themenverlaufs verwiesen werden. Beispielsweise besteht die Möglichkeit, durch chronologische Hängung von Gemälden die eine Themen- oder Stilgeschichte zu symbolisieren und die Werke als Beiträge zu stilisieren.³⁵ Für die erforderliche Umpolung des Aufmerksamkeitshaushalts werden die ausgeschlossenen Relevanzen des Alltags in Form themenentsprechender Wahrnehmungsbereitschaften eingeschlossen. Mit ihrer Hilfe kann mit einem Rest an Aufmerksamkeit der Horizont nach Ereignissen abgesehen werden, die neue und unter Umständen dringlichere Relevanzen aufblenden, die den Kunstgenuss verleiden könnten. »Bitte schalten Sie in unseren Ausstellungsräumen Ihr Handy aus!« Man beschränkt seine Sorge während des Kunstgenusses in der Regel auf Katastrophensignale, in der Hoffnung, die Welt auch nach dem erwartbaren Ende der Konfrontation mit fiktionalen Ordnungen als in den wesentlichen Eigenschaften unverändert beziehungsweise normalisiert verändert wieder anzutreffen.

In den durch Einrichtungen des Kunstbetriebs betreuten Interaktionsformaten finden sich Designhinweise darauf, wie der Kontingenzspielraum der kommenden Ereignisse sachlich eingeschränkt ist. Mittels räumlich-atmosphärischer Gestaltungen wird der Wahrnehmung der Besucher nahegelegt, die soziale Situation als eine der Kunstbetrachtung zu definieren und die Haltung einer »Kunst->Andacht« (Matthusek 2001, 210) zu erzeugen. So konkurrieren zwar unterschiedliche Kunstwerke um die Aufmerksamkeit der Besucher, aber die Konkurrenz unwahrscheinlicher Wahrnehmungsformen unterschiedlicher sachlicher Provenienz, die jeweils mit differenten pragmatischen Folgen verbunden sind, kann ausgeschlossen werden.³⁶ Entsprechend kann mit bestimmten Engagements der Besucher gerechnet werden, die ihr Verhalten wechselseitig so disziplinieren müssen, dass es die jeweils anderen Anwesenden nicht irritiert, damit man während der Versenkung in ein Kunstwerk wechselseitig voneinander kontrolliert absehen kann. Rasch und unmerklich kann im Design der Kunst das Motiv der Kunstbetrachtung erwartbar und verständlich werden – ohne dass darüber ein einziges Wort verloren werden müsste.

35 Die Unterscheidung von Themenkern, Themenfeld und Horizont einer Situation findet sich bei Jürgen Markowitz (1979), die von Thema und Beitrag bei Niklas Luhmann (1993, 216).

36 Das zur Street Art komplementäre Risiko – deren »Pieces« laufen Gefahr, als abweichende Störung behandelt zu werden – besteht darin, dass zum Beispiel vergessene Werkzeuge im Ausstellungsraum als Kunstwerk betrachtet werden.

Die Interaktionskomponente der Wahrnehmungsbereitschaft hat für die Interaktionsformate der Kunst eine große Relevanz, weil sie hier für die strukturelle Kopplung zwischen sozialer und psychischer Situation eine besondere Rolle spielt. Sie betreut in psychischer Systemreferenz den Zusammenhang von attentionalem Alternieren und intentionalem Modifizieren. Sie kann dies zuverlässig aber nur, wenn sie sozial formatiert ist, so dass die Interaktion der Anwesenden über den Operationsmodus der Wahrnehmung laufen kann, wodurch einem Betrachter erst die Interaktion mit einem Kunstwerk im Operationsmodus der Kommunikation möglich ist. Das heißt, Wahrnehmungsbereitschaften betreuen parallel auch den prekären Zusammenhang von Wahrnehmung und Kommunikation in Interaktionen, der als ein wechselseitiger Steigerungszusammenhang gestaltet sein kann.

Die vertrauten Interaktionsformate der Kunst inszenieren die soziale Situation der Kunstbetrachtung als kunstwerkunspezifisch und aktualisieren das klassische Komplementärrollengefüge. Für einen Betrachter wechseln hier, hält man an unserem Beispiel der Galerie fest, innerhalb eines von konkreten Kunstwerken abstrahierenden ›Containers‹ viele verschiedene Bilder in der Zeit, zugleich wechseln auch viele verschiedene Betrachter vor jedem einzelnen dieser Bilder, die in den pragmatischen Anschlussreaktionen, die ihnen legitim möglich sind, stark eingeschränkt sind. Die Betrachter beobachten sich wechselseitig beim Betrachten, das heißt, sie beobachten aneinander wechselseitig, wie sie mit dem Raum-Zeit-Kontinuum und den Kunstwerken umgehen. Dies erzeugt die Fiktion einer gemeinsam geteilten Welt, in der ein konkretes anwesendes Publikum nacheinander verschiedene kognitive Betrachtungsobjekte als von Künstlern hervorgebrachte Kunstwerke ins Zentrum der Aufmerksamkeit rücken kann. Dabei werden die Künstler trotz ihrer Abwesenheit zu individuellen Akteuren stilisiert und die Betrachtungsobjekte als auch unabhängig von der eigenen Wahrnehmung existierend aufgefasst, die vor der Zu- und nach der Abwendung der Aufmerksamkeit Kunstwerke waren beziehungsweise bleiben. Straßenkunstwerke können demgegenüber die Exklusivität des Betrachtungsmoments spürbar machen. Dieser Moment und damit der Anteil eines Betrachters an der Konstruktion eines Kunstwerks verblassen im Design der Kunst zugunsten einer exklusiven Zuschreibung des Werks an einen Künstler, dessen Leistung allenfalls noch akklamiert oder abgelehnt werden kann.

VIII. Schlussfolgerungen und Ausblick

Die Systemtheorie hat die Einsicht in die konstitutive Bedeutung der Differenz von Wahrnehmung und Kommunikation sowohl für die Kunst als auch für soziale Interaktionen unabhängig voneinander getroffen, ohne aber Kunst und Interaktion bislang konzeptionell aufeinander bezogen zu haben. Street

Art, indem sie uns die Frage nach dem Fungieren ihrer Kunstwerke in Interaktionen nahelegt, richtet unsere konzeptuelle Aufmerksamkeit auf diesen Zusammenhang. Die Antworten, die wir durch unsere mikro-analytische Dekomposition auf diese Frage gefunden haben, ermöglichen es, auf die in Interaktionsformaten der Kunst bewältigten Probleme zu schließen.

Der Name ›Street Art‹ verweist bereits auf zwei ihrer wichtigsten Eigenschaften. Sie fällt aus dem Rahmen der Kunst und behandelt die damit verbundene Verletzung von Kontexten selbst als Originalitätsstrategie. Um das besondere Überraschungspotential des Designs zu realisieren, müssen ihre Kunstwerke riskant einen Teil der Last tragen, die sonst der Kunstbetrieb übernimmt. Damit sich die ›Pieces‹ als künstlerische Werke von ihrem Medium der bereits gestalteten Wahrnehmungsfelder emanzipieren können, ist ein strukturell zirkulärer Kontextwechsel erforderlich: Die ›Pieces‹ müssen die durch das Design des öffentlichen Raums unterstützten situationsspezifischen Wahrnehmungsbereitschaften überwinden, um eine angespannte Wahrnehmung zu erzeugen. Aber erst die reflexive Wahrnehmung kann erschließen, dass die Irritation zu überzeugen verstand, weil das Kunstwerk in mehrerlei Hinsicht den Kontext stimmig reflektiert, in dem es steht. Street Art hat bislang die Tendenz erkennen lassen, stärker auf kontextbezogene Auffälligkeit als auf andere kontextbezogene Stimmigkeitskriterien zu reflektieren. In dieser einseitigen Reflexion auf den Entdeckungsmoment ihrer ›Pieces‹ ebenso wie in der Inflationierung der Anwendung ihrer Techniken der reflexiven Aufmerksamkeit liegt das Risiko ihrer Veralltäglichen begründet. Ihre Formen verlieren durch Wiederholung ihre Unwahrscheinlichkeit und werden routiniert als unauffällige Auffälligkeit erwartbar. Sie werden damit paradoxerweise selbst zum Design, über das unsere Aufmerksamkeit routiniert hinweg gleitet. Aber sowohl die Techniken, als ›Piese‹ überhaupt aufzufallen, als auch die Techniken, als kontextspezifische Kunst zu überzeugen, können nach wie vor katalytisch-strukturgenerierend wirken. Nachdem sich durch immer wieder originelle Bewältigungsformen im öffentlichen Raum die Erwartung ausdifferenziert hat, dass Kunst das Design unserer Städte ausnutzt und kommentiert, hält die Straßenkunst, gleichsam paradox, Einzug in die ansonsten prinzipiell gemiedenen Kunstmuseen. Dort wendet sie die ihr eigene Neuigkeitsstrategie der Überraschung qua Kontextverletzung sogar auf das Design der Kunst selbst sowie auf vorgefundene Ausstellungsexponate an, die wie ein eigenes Wahrnehmungsmedium behandelt werden, dem sie eigenwillige Formen einprägt.³⁷

Konzeptionell kann uns das relativ neuartige Phänomen Street Art verdeutlichen, dass für die normalisierte Erwartbarkeit der durch Kunstwerke ausgelösten Irritation typischerweise gut etablierte Formate der Interaktion in An-

37 Zu sehen beispielsweise bei Banksys Ausstellung im Sommer 2009 im Bristol City Museum: http://news.bbc.co.uk/local/bristol/hi/people_and_places/arts_and_culture/newsid_8096000/8096891.stm (Zugriff 1. 2. 2010). In der Kunstgeschichte lassen sich viele Beispiele für die Zweckentfremdung des Designs der Kunst als Wahrnehmungsmedium finden.

spruch genommen werden. Sie sind ein Beispiel dafür, wie der lebensweltliche Orientierungsmodus psychischer Systeme mit funktionssystemischer Hochleistungskommunikation in einfachen Sozialsystemen mit Hilfe der Formatierung und Konstellierung von heterogenen Verhaltens- und Interaktionskomponenten berücksichtigt und aufeinander abgestimmt sind. Vor allem anhand der sozialen Funktion der bislang weitgehend übersehenen Komponente der Wahrnehmungsbereitschaften plädieren wir am Beispiel der Kunst dafür, den Dualismus der tragenden Prozesse in Interaktionen stärker als bislang üblich zu beachten.³⁸ Wie genau eine routinierte Belastung von Interaktionsformaten der Kunst mit Kunstkommunikation im Einzelnen geschieht und mit Blick auf welche weiteren Verhaltens- bzw. Interaktionskomponenten, das bleibt unseres Erachtens ebenso Aufgabe zukünftiger empirischer und theoretischer Forschung wie die besonderen Bedingungen, unter denen performative Straßenkunst operiert und unsere Wahrnehmung zu irritieren sucht.

Durch Ablösung des Begriffs des Interaktionsformats vom Kunstsystem, seiner Verallgemeinerung und Respezifikation lassen sich diese Überlegungen generalisieren. Mit seiner Hilfe und im engen Kontakt mit Organisations- und Gesellschaftstheorie könnte die etablierte Empirie der Systemtheorie (d.h. der Fokus auf gesellschaftliche gepflegte Semantik und Selbstbeschreibungen) ebenso ausgebaut und um bislang übersehene Komponenten ergänzt werden wie die empirische Interaktionsforschung. Immer muss es um die zentralen Fragen gehen, auf welche Weise prinzipiell leistungsbegrenzte Interaktionen trotzdem mit funktionssystemischer Kommunikation belastbar sind. Wie wird das Verhältnis von Interaktion und Gesellschaft durch eine (organisational vermittelte) strukturelle Kopplung konkret gestaltet? Wie ist der operative Dualismus von Kommunikation und Wahrnehmung je konkret ausgeprägt? Wie ist in den betreffenden Interaktionsformaten der lebensweltliche Orientierungsmodus der Individuen mit den systemischen Erfordernissen von Interaktion und Kommunikation vermittelt? Die Systemtheorie gibt uns für diese Aufgabe die Mittel einer ›Triangulation‹ im Bereich der Theorie an die Hand, wenn die Theorien für die drei Systemebenen Interaktion, Organisation und Gesellschaft, durch eine Sozialtheorie kontrolliert, aufeinander bezogen werden.

38 André Kieserling (1999, 118ff.) spricht von der Kombination kommunikativer und »präkommunikativer Sozialität« durch Interaktion.

Literatur

- Baecker, Dirk (2005): Form und Formen der Kommunikation. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Baecker, Dirk (2007): Zu Funktion und Form der Kunst. S. 13-35 in: Christine Magerski/Robert Ian Savage/Christiane Weller (Hrsg.), *Moderne begreifen: Zur Paradoxie eines sozio-ästhetischen Deutungsmusters*. Wiesbaden: DUV.
- Baecker, Dirk (2008): Nie wieder Vernunft. Kleinere Beiträge zur Sozialkunde. Heidelberg: Carl-Auer.
- Baecker, Dirk (2009): Kunstformate (Kulturrecherche). S. 79-97 in: *Institute for the Performing Arts and Film* (Hrsg.), *subTexte 03: Künstlerische Forschung. Positionen und Perspektiven*. Zürich: Museum für Gestaltung.
- Baudrillard, Jean (1978): *Kool Killer oder der Aufstand der Zeichen*. Berlin: Merve.
- Benjamin, Walter (1977): Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. S. 136-169 in: Ders., *Illuminationen. Ausgewählte Schriften I*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Boskamp, Ulrike (2001): Kunst oder Spionage? Kippbilder zwischen Ästhetik und Militär. S. 141-169 in: Aleida Assmann/Jan Assmann (Hrsg.), *Aufmerksamkeiten. Archäologie der literarischen Kommunikation VII*. München: Fink.
- Eimer, Martin/Nattkemper, Dieter/Schröger, Erich/Prinz, Wolfgang (1996): Unwillkürliche Aufmerksamkeit. S. 219-266 in: Odmар Neumann/Andries F. Sanders (Hrsg.), *Aufmerksamkeit. Enzyklopädie der Psychologie. Band 2*. Göttingen u. a.: Hogrefe.
- Fuchs, Peter (1993): *Moderne Kommunikation. Zur Theorie des operativen Displacements*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Fuchs, Peter (2005): *Die Psyche. Studien zur Innenwelt der Außenwelt der Innenwelt*. Weilerswist: Velbrück.
- Goffman, Erving (1971): *Verhalten in sozialen Situationen. Strukturen und Regeln der Interaktion im öffentlichen Raum*. Gütersloh: Bertelsmann.
- Große, Jürgen (2008): *Urban Art Photography*. Berlin: Die Gestalten.
- Groys, Boris (2001): Die Politik der Autorenschaft. S. 12-17 in: Angelika Stepken (Hrsg.), *Lesebuch*. Karlsruhe: Badischer Kunstverein.
- Hahn, Alois (2003): Aufmerksamkeit und Normalität. S. 23-37 in: Jürgen Link/Thomas Loer/Hartmut Neuendorff (Hrsg.), *Normalität im Diskursnetz soziologischer Begriffe*. Heidelberg: Synchron.
- Hahn, Alois (2010): Aufmerksamkeit. S. 63-96 in: Ders., *Körper und Gedächtnis*. Wiesbaden: VS.
- Hasitschka, Werner/Tschmuck, Peter/Zembylas, Tasos (2005): Cultural Institutions Studies. Investigating the Transformation of Cultural Goods. *The Journal of Arts Management, Law and Society* 35, 147-158.
- Kranz, Olaf (2009): *Interaktion und Organisationsberatung. Interaktionstheoretische Beiträge zu Profession, Organisation und Beratung*. Wiesbaden: VS.
- Krause, Daniela/Heinicke, Christian (2006): *Street Art. Die Stadt als Spielplatz*. Berlin: Archiv der Jugendkulturen.
- Kieserling, André (1999): *Kommunikation unter Anwesenden. Studien über Interaktionssysteme*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (1964): *Funktionen und Folgen formaler Organisation*. Berlin: Duncker & Humblot.
- Luhmann, Niklas (1971): Sinn als Grundbegriff der Soziologie. S. 25-100 in: Jürgen Habermas/Ders., *Theorie der Gesellschaft oder Sozialtechnologie – Was leistet die Systemforschung?* Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (1975): Einfache Sozialsysteme. S. 21-39 in: Ders., *Soziologische Aufklärung 2: Aufsätze zur Theorie der Gesellschaft*. Opladen: Westdt. Verl.
- Luhmann, Niklas (1975a): *Strukturauflösung durch Interaktion. Ein analytischer Bezugsrahmen*. Bielefeld: unveröffentlichtes Manuskript.
- Luhmann, Niklas (1986): Systeme verstehen Systeme. S. 72-117 in: Ders./Karl Eberhard Schorr, *Zwischen Intransparenz und Verstehen. Fragen an die Pädagogik*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

- Luhmann, Niklas (1993⁴): Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (1995): Die Behandlung von Irritationen: Abweichung oder Neuheit? S. 55-100 in: Ders., Gesellschaftsstruktur und Semantik. Studien zur Wissenssoziologie der modernen Gesellschaft, Band 4. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (1995a): Die Realität der Massenmedien. Opladen: Westdt. Verl.
- Luhmann, Niklas (1996²): Die Kunst der Gesellschaft. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (1997): Die Gesellschaft der Gesellschaft. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (2000): Organisation und Entscheidung. Wiesbaden: Westdt. Verl.
- Luhmann, Niklas (2005⁴): Organisation und Entscheidung. S. 389-450 in: Ders., Soziologische Aufklärung 3: Soziales System, Gesellschaft, Organisation. Wiesbaden: VS.
- Luhmann, Niklas (2008): Das Kunstwerk und die Selbstreproduktion der Kunst. S. 139-188 in: Ders., Schriften zur Literatur und Kunst, hrsgg. von Niels Werber. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Lynch, Kevin (1989): Das Bild der Stadt. Braunschweig: Vieweg.
- Markowitz, Jürgen (1979): Die soziale Situation. Entwurf eines Modells zur Analyse des Verhältnisses zwischen personalen Systemen und ihrer Umwelt. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Markowitz, Jürgen (1986): Verhalten im Systemkontext. Zum Begriff des sozialen Epigramms. Diskutiert am Beispiel des Schulunterrichts. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Markowitz, Jürgen (1991): Referenz und Emergenz. Zum Verhältnis von psychischen und sozialen Systemen. Systeme. Interdisziplinäre Zeitschrift für systemtheoretisch orientierte Forschung und Praxis in den Humanwissenschaften 1, 22-46.
- Markowitz, Jürgen (2003): Bildung und Ordnung. S. 171-199 in: Heinz-Elmar Tenorth (Hrsg.), Form der Bildung – Bildung der Form. Weinheim: Beltz.
- Markowitz, Jürgen (2008): Systemaufstellung: Skizze zu einer Theorie dieser Praxis. 3. info-syon Fachtagung, Herrsching, 11.-13.04.2008, Vortragsmanuskript.
- Mattusek, Peter (2001): Aufmerksamkeitsstörungen. Selbstreflexion unter den Bedingungen digitaler Medien. S. 197-215 in: Aleida Assmann / Jan Assmann (Hrsg.), Aufmerksamkeiten. Archäologie der literarischen Kommunikation VII. München: Fink.
- Milgram, Stanley (1970): Das Erleben der Großstadt. Eine psychologische Analyse. Zeitschrift für Sozialpsychologie 1, 142-152.
- Müller-Jentzsch, Walter (2005): Das Kunstsystem und seine Organisationen oder Die fragile Autonomie der Kunst. S. 186-219 in: Wieland Jäger / Uwe Schimank (Hrsg.), Organisationsgesellschaft. Facetten und Perspektiven. Wiesbaden: VS.
- Reinecke, Julia (2007): Street-Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz. Bielefeld: transcript.
- Ryll, Marcus (2006): Unseen Signs. Street Art als Merkmal von Urbanität im Rahmen städtischen Wandels. Berlin: Unveröffentlichte Diplomarbeit.
- Serra, Richard (1987): Street Level und Spiral Sections. S. 232-233 in: Katalog Documenta 8. Kassel.
- Simmel, Georg (1984): Die Großstädte und das Geistesleben. S. 192-204 in: Ders., Das Individuum und die Freiheit: Essais. Berlin: Wagenbach.
- Schmidt, Christian (2005): Street Art. Symbolische Angriffe auf die Funktionalität der Stadt. S. 143-156 in: Marc Amann (Hrsg.), Go.Stop.Act! Die Kunst des kreativen Straßenprotests. Grafenau: Trotzdem.
- Schmidt, Christian (2009): Street Art – Zeichen der Zeit. S. 194-205 in: Katrin Klitzke / Christian Schmidt (Hrsg.), Street Art. Legenden zur Straße. Berlin: Archiv der Jugendkulturen.
- Schmidt, Nora (2009a): Das Trottoir als Galerie. Ein Beitrag zur soziologischen Theorie der Street Art. Hamburg: Kovač.
- Schmidt, Nora (2009b): Die Kunst und die Stadt. Vom Versuch einer Grenzziehung. S. 78-91 in: Katrin Klitzke / Christian Schmidt (Hrsg.), Street Art. Legenden zur Straße. Berlin: Archiv der Jugendkulturen.

- Schmidt, Siegfried J. (2001): Aufmerksamkeit: die Währung der Medien. S. 183-196 in: Aleida Assmann/Jan Assmann (Hrsg.), *Aufmerksamkeiten. Archäologie der literarischen Kommunikation VII*. München: Fink.
- Stäheli, Urs (2004): Das Populäre in der Systemtheorie. S. 169-188 in: Günter Burkart/Günter Runkel (Hrsg.), *Luhmann und die Kulturtheorie*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Stäheli, Urs (2007): Bestimmungen des Populären. S. 306-321 in: Christian Huck/Carsten Zorn (Hrsg.), *Das Populäre der Gesellschaft. Systemtheorie und Populärkultur*, Wiesbaden: VS.
- Stichweh, Rudolf (1988): Inklusion in Funktionssysteme der modernen Gesellschaft. S. 261-293 in: Renate Mayntz/Bernd Rosewitz/Uwe Schimank/Ders., *Differenzierung und Verselbständigung. Zur Entwicklung gesellschaftlicher Teilsysteme*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- vom Lehn, Dirk (2006): Die Kunst der Kunstbetrachtung. Aspekte einer Pragmatischen Ästhetik in Kunstaustellungen. *Soziale Welt* 57, 83-99.
- Weick, Karl E./Sutcliffe, Kathrin M. (2001): *Managing the Unexpected. Assuring High Performance in an Age of Complexity*. San Francisco: Jossey-Bass.
- White, Harrison C. (1995): Network Switchings and Bayesian Forks. *Reconstructing the Social and Behavioral Sciences. Social Research* 62, 1053-1063.
- Wolbergs, Benjamin (2007): *Urban Illustration. Street Art City Guide Berlin*. Hamburg: Ginko.
- Zembylas, Tasos/Tschmuck, Peter (2006): Einleitung: Kulturbetriebsforschung und ihre Grundlagen. S. 7-14 in: Dies. (Hrsg.), *Kulturbetriebsforschung: Ansätze und Perspektiven der Kulturbetriebslehre*. Wiesbaden: VS.

Dr. phil. Olaf Kranz
TU Chemnitz
Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
Professur für Organisation und Arbeitswissenschaften
D-09107 Chemnitz
olaf.kranz@wirtschaft.tu-chemnitz.de

Nora Schmidt
nora_schmidt@web.de