

Yvonne Schweizer

Handlungsübertragungen. Netzökonomien der Social-Web-Kunstdoku

I. Einleitung

Längst hat die Social-Web-Kunstdoku Einzug in die mediale Landschaft der Videoplattformen gehalten.¹ Die Relevanz des Subgenres wird durch eigene Sendereihen mit zahlreichen Abonnierenden belegt: Galerien wie die seit 2015 postende Saatchi Gallery geben in der YouTube-Reihe *Inside the Studio* Einblick in die Tätigkeit der von ihnen vertretenen Künstler_innen² – die kurzen Videos machen Zuschauer_innen zu Zeuginnen und Zeugen der Entstehung von Kunstwerken. Die Londoner Tate Gallery vermittelt auf YouTube in der Reihe *Tate Shots* bereits seit 2008 Produktions- und Kontextwissen zu ihren Sammlungsobjekten.³ Spezialisierte Produktionsfirmen wie die New Yorker Agentur Art21 launchen ihre Filme inzwischen parallel auf der eigenen Webseite und in den sozialen Medien.⁴ Anstatt in remediatisierten Digitalisaten die Wiederkehr von Klassikern des filmischen Künstler_innenpor-

-
- 1 Im deutschsprachigen Raum ist sowohl die Bezeichnung Künstler_innendokumentarfilm als auch filmisches Künstler_innenporträt geläufig. Ich verwende im Folgenden die ungewöhnliche Kurzform Kunstdoku, um der Tatsache Rechnung zu tragen, dass auf Social-Media-Videostreamingplattformen der Unterschied zwischen nachträglich digitalisiertem Film und originär digitalem Video verschwimmt. Um zu vermeiden, dass sich meinem Text durch die Bezeichnungen des ursprünglichen Trägermaterials eine medienealogische Argumentation einschreibt, verwende ich den Sammelbegriff Doku. Das englische *art documentaries* steckt einen weiteren Rahmen ab, ebenso *documentaries about the visual arts*. Der Status quo der Forschung zu diesem Feld hinkt der tatsächlichen Entwicklung der Film- und Plattformlandschaft hinterher, was sich daran festmachen lässt, dass bisher noch keine Publikation über zeitgenössische digitale Formate des Phänomens *films on art* oder *films about the visual arts* und deren korrekte Bezeichnung erschienen ist. Zu Plattformen für den Kunstbereich vgl. bisher Olga Goriunova: *Art Platforms and Cultural Production on the Internet*, New York 2015.
 - 2 Saatchi Art: *Inside the Studio*, YouTube Playlist, 55 Videos, URL https://www.youtube.com/watch?v=CkLshyr3eKk&list=PLjQUd29ZbdOR8TEHLZoWbB6Hx-Uo_slYv (Zugriff am 2. Januar 2024).
 - 3 Tate: *Tate Shots*, YouTube Playlist, 547 Videos, URL <https://www.youtube.com/watch?v=nG3MIXkRMS0&list=PL5uUen04IQNkFEC10L3r-7zGY9RBgIKw8> (Zugriff am 2. Januar 2024). Mit Tate Media gründete die Tate Gallery 2006 einen eigenen Fernsehsender, dessen Digitalstrategie die Lancierung des Social-Media-Programms *Tate Shots* im Jahr 2007 umfasste. Das erste Video ging 2008 online.
 - 4 Art21: Website URL <https://art21.org> und Art21: YouTube Kanal URL <https://www.youtube.com/user/art21org> (Zugriff am 2. Januar 2024).

träts zu feiern,⁵ bilden sich online eigene Konventionen aus, die sich an den spezifischen Rezeptionsmodi der sozialen Medien orientieren. Dazu gehören die Prinzipien Serienförmigkeit, Portabilität der Formate und Techniken der Interaktivität. Allen voran liegt den Plattforminfrastrukturen des Social Web das Prinzip der Beteiligung zugrunde. Denn Social-Media-Streamingportale wie YouTube generieren in der Regel keine eigenen Inhalte, sondern bauen auf das stetige Engagement der Nutzenden auf.⁶

Zwar kennt die Kunstgeschichte bereits seit den 1960er Jahren künstlerische Adaptionen einer Do-it-yourself-Kultur, die als Vorläufer heutiger digitaler Partizipationsangebote ausgemacht werden können. Doch strebten weder Andy Warhols »Malen nach Zahlen«-Bilder oder Jasper Johns Do-it-yourself-Kit für eine Flagge noch Günther Ueckers Hammer-Multiple, trotz ihres offensiven Affordanzcharakters, eine tatsächliche Realisierung an.⁷ Lars Blunck hat für die vorgenannten Beispiele vorgeschlagen, sie als »Metaphern des von ihnen suggerierten Handlungsversprechens« zu begreifen, für die eine faktische Handlungs- oder Kompetenzübertragung ausblieb.⁸ Es ist zu beobachten, dass die Social-Web-Kunstdoku heute vermehrt konkrete Angebote zur Interaktion und zur Nutzer_innenbeteiligung beinhaltet. So erweitern Subgenres wie Tutorials, Instruktionsvideos, Shots und How-to-Videos – also Formate der Vermittlung künstlerischen Wissens und Arbeitens – online das Spektrum des klassischen Künstler_innendokumentarfilms. In den sozialen Netzwerken, die auf Feedbackschleifen und den Netzökonomien des Vervielfältigens beruhen, konnten sich interaktive Modi der Kunstdoku etablieren. In diesem weitgehend ungeklärten Feld nehme ich erste Einordnungen vor, ohne damit vorzuschlagen, die Differenzen zwischen der Dokumentation von professionellem künstlerischen Schaffen und jenen Formaten, die Laien und Laiinnen zu eigenem künstlerischen Arbeiten anleiten, von vornherein aufgeben zu wollen.⁹ So lautet die

5 Zu Begriff und Phänomen der Remediation vgl. Jay David Bolter, David Grusin: Remediation. Understanding New Media, Cambridge 1999; Franziska Heller: Update! Film- und Mediengeschichte im Zeitalter der digitalen Reproduzierbarkeit, Paderborn 2020.

6 Das unterscheidet Social-Media-Netzwerke von Streamingplattformen wie Netflix, MUBI, Apple TV+, die mittlerweile auch eigene Produktionen lancieren.

7 Es existieren zur gleichen Zeit etliche Beispiele, die nicht explizit mit Autorschaftsübertragung und DIY-Parolen werben, aber aus dem Bereich der Spielskulpturen stammen und tatsächlich bespielt wurden. Vgl. Spielraum. Kunst, die sich verändern lässt, hg. v. Marlene Lauter, Frederik Schikoswki, Gabriele Spindler, Ausst.-Kat. Landesgalerie, Linz, Museum im Kulturspeicher, Würzburg 2017.

8 Lars Blunck: Do it Yourself! Die Geburt der Co-Autorschaft aus dem Geiste Duchamps, in: toutfait. The Marcel Duchamp Studies Online-Journal, Jg. 2, Nr. 5, 2003, URL https://www.toutfait.com/issues/volume2/issue_5/notes/blunck/blunck.html (Zugriff am 2. Januar 2024).

9 Dieser Aufsatz basiert auf einem Forschungsprojekt, das vom Schweizerischen Nationalfonds (SNF) im Förderbereich SPARK unter der Fördernummer 196597 unterstützt wurde.

These dieses Beitrags, dass Social-Web-Kunstdokus eine tatsächliche Handlungsübertragung künstlerischer Arbeit anstreben. Ich argumentiere, dass die Handlungsübertragung weniger den pädagogischen Eifer der Kunstschaffenden bezeugt, sondern vielmehr den Logiken der Netzökonomien der sozialen Medien folgt. Ein Grad konstanter Aktivierung durch Teilen, Abonnieren, Liken und im Idealfall dem Upload eigener Beiträge hält das Social Web am Leben.¹⁰ Diese Ausrichtung auf Techniken kollektiver Autor_innenschaft bedingt die Neubewertung des Stellenwerts von Rezeptionsprozessen für die Künste. Wie sich der Prozess der Vermittlung von Kunst im Digitalen abbilden lässt, sich in die etablierten Genres einschreibt oder diese anders ausrichtet, steht als übergeordnete Frage zur Diskussion.

Die Fallbeispiele schlagen eine medienarchäologische Brücke und stammen aus zwei verschiedenen Abschnitten der Genese des Web 2.0: Das erste Beispiel führt in die Frühzeit der Entwicklung des Social Web. 2002 ging mit der Webseite *do it* ein kuratorisches und mittlerweile kommerziell höchst erfolgreiches Ausstellungsunternehmen online, das dank des Einsatzes von Feedbacktechniken als eines der ersten im Kunstbetrieb online kuratierte Interaktivität pflegte.¹¹ Künstler_innen leiteten in kurzen Instruktionsvideos künstlerische Fingerübungen an und forderten einen Nachweis der Ausführung ein, der auf der Webseite dokumentiert werden konnte. Ich zeige, dass dieses Prinzip der buchstäblichen Handlungsübertragung auf netzökonomische Operationen zurückzuführen ist. Am zweiten Beispiel analysiere ich den Stellenwert von Kunstdokus auf der 2013 gegründeten Crowdfunding-Plattform Patreon. Durch Subskriptionsmodelle, so das Versprechen der Gründer, sollen Künstler_innen darüber einen geregelten monatlichen Verdienst erhalten. Inszenierungen des Händischen in Kunstdokus sind ein besonders häufig anzutreffendes Motiv, das die distanzbasierten Netzwerken der sozialen Medien um Techniken einer Handhabe aus nächster Nähe ergänzt.

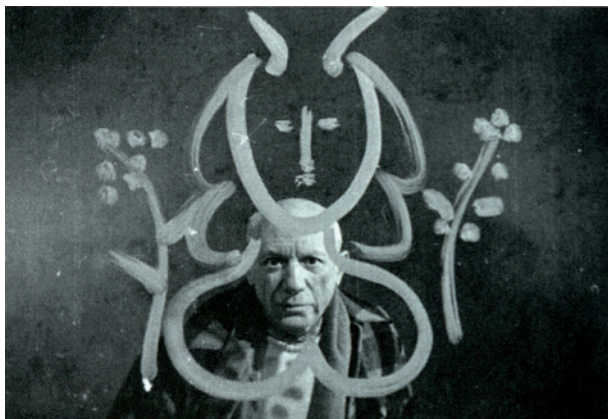
II. Rezeptionsmuster von Social-Web-Kunstdokus

Wie die kunsthistorische Forschung gezeigt hat, trug das filmische Künstler_innenporträt zu einer Mystifizierung der modernen Kunstschaffenden bei.¹² Ein Beispiel ist Pablo Picasso in dem Filmporträt *Visite à Picasso*

10 Dazu grundlegend Jean Burgess, Joshua Green: YouTube. Online Video and Participatory Culture, 2. Aufl., Newark 2018.

11 Maßgeblich ist Katja Kwastek: Aesthetics of Interaction in Digital Art, Cambridge, London 2013.

12 Vgl. Caroline A. Jones: Machine in the Studio. Constructing the Postwar American Artist, Chicago, London 1996; Philipp Hayward (Hg.): Picture This. Media Representations of Visual Art and Artists, Luton 1998; Rachel Esner, Sandra Kisters (Hg.): Mediatization of the Artist, Basingstoke 2018;



1 Paul Haesaerts, *Visite à Picasso* (Belgien 1950), Filmstill

(R: Paul Haesaerts, BE 1950) (*Abb. 1*): Die filmische Stippvisite zeichnet das Bild genialischer Schöpferkraft, indem sie ein vermeintlich authentisches Produktionsszenario inszeniert. Der Regisseur Paul Haesaerts nutzte dazu erstmals Glasplatten, die im Film als künstlerisches Medium zum Einsatz kommen. Durch die Glasscheibe hindurch gefilmt, überlagert das Geviert des Kamerabilds die Bewegung der Hände und die Aktion des Farbauftrags, so dass sich das entstehende Werk wie ein Rahmen um den Künstler legt und eine Einheit aus Schöpfer und Werk konstruiert, die nur auf Zelluloid existiert.¹³ Der händische Akt und die scheinbar nicht versiegende Schaffenskraft Picassos wurden sechs Jahre später im Wettlauf zwischen Kamera und Darsteller zu einem »Mysterium« (*Le mystère Picasso*, R: Henri-Georges Clouzot, FR 1956) stilisiert. Die Filme vergrößerten die Distanz zwischen handelndem Darsteller und den Zuschauenden, obschon die Kamera bis auf nächste Nähe an den filmisch inszenierten Schöpfer heranzoomte.

Der filmischen Fetischisierung künstlerischer Schaffenskraft steht im Social Web die Behauptung einer erfolgreichen Vermittlung künstlerischen Wissens und Könnens gegenüber. Dokumentarische Stilmittel werden eingesetzt, um die behauptete Vervielfältigung künstlerischer Praxis unter den Nutzenden zu bezeugen. Unterschiede zwischen dem konven-

Norbert M. Schmitz (Hg.): *Der kinematografische Vasari. Zur Ästhetik des filmischen Künstlerportraits*, Wien 2019; Roger Hallas (Hg.): *Documenting the Visual Arts*, New York 2020.

13 Steven Jacobs: *Framing Pictures. Film and the Visual Arts*, Edinburgh 2012, S. 19. Vgl. zuletzt Steven Jacobs, Joséphine Vandekerckhove: *Picturing Picasso. Revisiting Paul Haesaerts's *Visite à Picasso* (1950)*, in: Temenuga Trifonova (Hg.): *Screening the Art World*, Amsterdam 2022, S. 235–251.

tionellen Künstler_innenporträt in Kino und Fernsehen und seinen plattformbasierten Nachfolgern sind auf neue Konventionen der Rezeption zurückzuführen, die durch die Protokolle des Social Web ausgebildet wurden. Drei Konfigurationen des Medienkonsums lassen sich am Beispiel der Social-Media-Plattform YouTube ausmachen. Sie unterscheiden sich in dreierlei Hinsicht maßgeblich von kinematografischen und televisuellen Rezeptionsmustern.

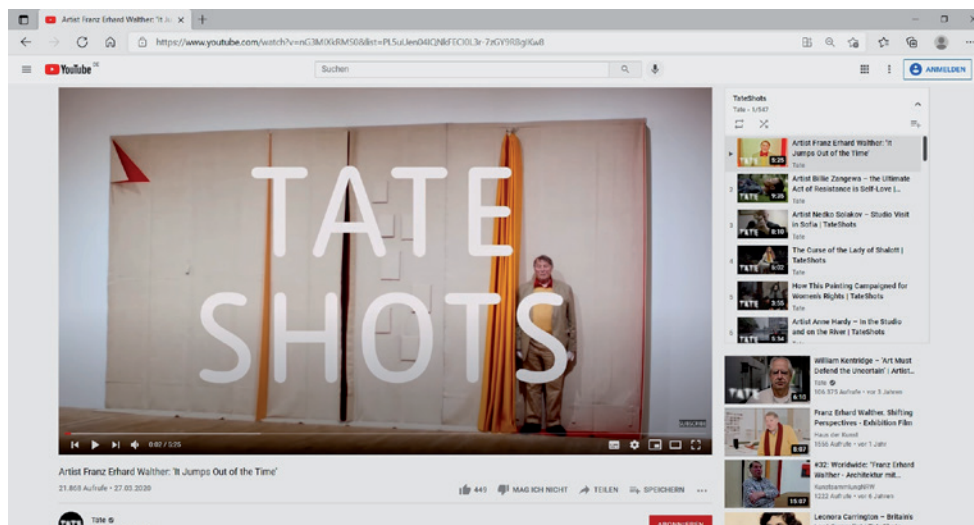
Erstens treten an die Stelle der filmisch ausgeleuchteten Einzelfigur Konvolute (*Abb. 2*). Das einem Konvolut zugrundeliegende Prinzip der Serienförmigkeit betrifft sowohl die Multiplikation der Autor_innenschaften als auch die algorithmische Beschaffenheit der Plattformen. Den Videos von professionell ausgebildeten Regisseurinnen und Regisseuren stehen auf den Plattformen die Produktionen von Amateurinnen und Amateuren unmittelbar gegenüber. Im Handlungsfeld des Social Web haben sich neue videoaffine Berufsgruppen wie Influencer_in oder Content Creator_in etabliert, die den Autoritäten ausgebildeter Dokumentarfilmemacher_innen einen »Dokumentarismus der Vielen« entgegensetzen.¹⁴ Social-Web-Dokus zu künstlerischen Einzelfiguren werden folglich durch eine Reihe anderer Beispiele gerahmt.¹⁵ Die Autoplay-Funktion von YouTube, die standardmäßig aktiviert ist, führt zu einer seriellen Rezeption von Künstler_innenvideos.¹⁶ Das Abspielen eines Videos geht mit der Empfehlung und der automatischen Weiterleitung von verwandten Inhalten oder von Videos aus derselben Produktionsreihe einher. Die Wahrscheinlichkeit, dass User_innen nicht nur gezielt ein Video, sondern ganze Reihen von Videos mit ähnlichem thematischen Fokus wahrnehmen, gehört zu den wichtigen Rezeptionsmustern von Inhalten im Social Web. Die Untersuchung des Phänomens Social-Web-Kunstdoku verlangt daher ein Denken in Konvoluten, das von der monografischen Einzelleistung abieht.

Zweitens hat YouTube sich im Laufe der Jahre zu einer adaptiven Plattform entwickelt. Ursprünglich als reine Webseite programmiert, gibt es das soziale Medium mittlerweile auch als App und als responsive Version

14 Iris Dressler: Dokumente in Aufruhr. Über das Archivo F.X. des Pedro G. Romero, in: Eva Hohberger, Katrin Mundt (Hg.): Ortsbestimmungen. Das Dokumentarische zwischen Kino und Kunst, Berlin 2016, S. 217–231, hier S. 218.

15 Ich behaupte nicht, dass der Social-Media-Algorithmus zur Destabilisierung des Kanons führt. Die Empfehlungen verbleiben vielmehr auf derselben hierarchischen Ebene.

16 Zur Serienförmigkeit digitaler Kulturen vgl. Simon Rothöhler: Theorien der Serie zur Einführung, Hamburg 2020, insb. das Kapitel Ausblick: Zur Ubiquität digitaler Serien, S. 161–170.



- 2 Reihe *Tate Shots* auf dem YouTube-Kanal der Tate Gallery, London, Desktop-Version, 2021, Screen capture

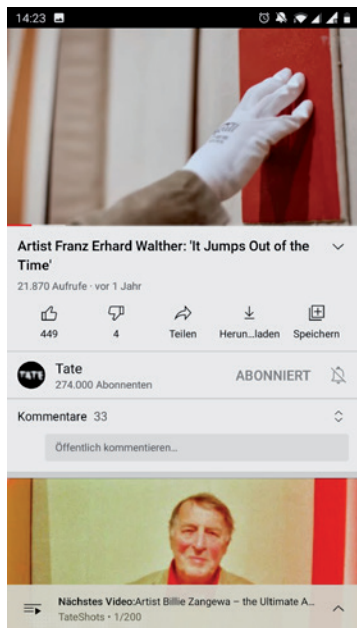
für portable Geräte (Abb. 3).¹⁷ Damit sind der Medienkonsum mobil und die Videos überall einsetzbar geworden. Sie werden mitunter am Ort der künstlerischen Praxis selbst rezipiert, ein Video aus dem Konvolut *Inside the Studio* also beispielsweise im eigenen Arbeitszimmer. Wenn das Prinzip der Social-Web-Kunstdoku Handlungsübertragung lautet, so werden die Orte des Medienkonsums neu zu Orten der künstlerischen Produktion. In methodologischer Hinsicht bedeutet dies, die Social-Web-Kunstdoku weniger mit festgelegten Regelwerken der Vorführung verbunden zu betrachten, denn als sich ständig dem jeweiligen Kontext anpassende Formate.¹⁸

Drittens ist die Social-Web-Kunstdoku eingebettet in einen interaktiven Medienverbund. Rezeption bedeutet in den sozialen Medien moderierte Interaktivität.¹⁹ Sie umfasst die Beteiligung der User_innen am Upload,

¹⁷ Zu Handheld und Videokultur vgl. Henry Keazor, Hans W. Giessen, Thorsten Wübena (Hg.): Zur ästhetischen Umsetzung von Musikvideos im Kontext von Handhelds, Heidelberg 2012, URL <https://doi.org/10.11588/artdok.00001867>.

¹⁸ In meiner Dissertation beschrieb ich das Phänomen der von Filmemacher_innen und Künstler_innen vorgegebenen Rezeptionsstrukturen für historische Videos und Filme in Kunstaustellungen. Die responsive Gestaltung von Videos bedingt hingegen eine dynamisierte Vorstellung von Rezeptionsforschung. Vgl. Yvonne Schweizer: *Flimmern. Bewegtbilder in Kunstaustellungen um 1970*, München 2018.

¹⁹ Zu Formen der Interaktivität im Digitalen vgl. Lev Manovich: *The Language of New Media*, Cambridge 2001, insb. das Kapitel *The Myth of Interactivity*. Moderiert ist sie deshalb, weil die Moderation von Inhalten über die sogenannten »Community Guidelines« die wesentliche Steuerungs- und



- 3 Reihe *Tate Shots* auf dem YouTube-Kanal der Tate Gallery, London, Handheld-Version, 2021
Screen capture

am Teilen, Abonnieren und Kommentieren von Inhalten – jener Kulturen und Technologien der Interaktivität, durch die Social-Web-Videos das Versprechen einer Beteiligung einlösen. Mit ihnen wird eine Anwendung zur Nachahmung empfohlen, deren Produkt stets aufs Neue in das zirkuläre Feedbacksystem der sozialen Medien eingespeist wird. Plattformen machen Rezeption sichtbar.²⁰ Sie weisen Spuren des Erfolgs einer Handlungsübertragung auf die Nutzer_innen nach. Durch die Förderung von digitalen Beteiligungskulturen werden die Kanäle der Netzökonomien zuverlässig gefüttert. Das Narrativ einer gezielten Aktivierung der Nutzer_innen wird von Plattformen gestreut. Sie generieren darüber Werbeeinnahmen, Marktanteil und Einfluss.²¹ Der Aspekt der Handlungsübertragung ist in

Regulierungsinfrastruktur der Plattformen darstellt. Dazu Tarleton Gillespie: *Custodians of the Internet. Platforms, Content Moderation and the Hidden Decisions that Shape Social Media*, New Haven 2018. Zu den kunsthistorischen Konsequenzen der Content Moderation vgl. Katja Müller-Helle (Hg.): *Bildzensur. Löschung technischer Bilder (= Bildwelten des Wissens; Bd. 16)*, Berlin, Boston 2020.

20 Dazu Winfried Gerling, Susanne Holschbach, Petra Löffler: *Bilder verteilen. Fotografische Praktiken in der digitalen Kultur*, Bielefeld 2018, S. 19.

21 Michael Murphy, David J. Phillips, Karen Pollock: *Doing it in the Cloud. Google, Apple, and the Shaping of DIY Culture*, in: Matt Ratto, Megan Boler (Hg.): *DIY Citizenship. Critical Making and Social Media*, Cambridge 2014, S. 249–257.

den sozialen Medien gekoppelt an das betriebswirtschaftliche Phänomen der Skalierung. Je mehr Nutzer_innen eine Handlung ausführen, desto mehr Inhalte werden generiert und desto deutlicher verzeichnet die dahinterstehende Plattform Zuwachs an Aufrufen.²² Passive Nutzer_innen werden aus Sicht von Plattformen selbst zu aktiven Tutorinnen und Tutoren. Denn jede Produktion mit Anweisungscharakter ist immer schon wieder selbst Tutorial.

III. Geteilter Handlungsbeweis anno 2002

Ein digitales Partizipationsangebot, das die beständige Erweiterung und Aktualisierung einer Infrastruktur ermöglicht, wurde für den Kunstbereich im Jahr 2002 mit der Webseite des Ausstellungsunternehmens *do it* erprobt.²³ Das Kernstück des ursprünglich von dem Schweizer Kurator Hans Ulrich Obrist erdachten Ausstellungsprojekts *do it* ist die Ausführung von künstlerischen Handlungsanweisungen. Diese ersetzen das übliche Setting vorgefertigter Ausstellungsteile oder -objekte im Leihverkehr, denn die Ausstellung soll an jedem Ort im Do-it-yourself-Stil zuallererst erbaut werden. Das Publikum erhält vor Ort die Möglichkeit, die künstlerischen Instruktionen eigens auszuführen, indem es beispielsweise »180 lbs of local wrapped candy«, der Anweisung des Künstlers Felix Gonzalez-Torres folgend, in einer Ecke platziert,²⁴ der Ausstellung wie von Alison Knowles gewünscht ein rotes Objekt hinzufügt oder die Performance *Mimetic Extension Factory* von Xavier Le Roy mit acht Akteur_innen aufführt. Der Ausstellungsreihe zugrunde liegt ein umfangreiches *manual* mit Instruktionen, aus dem jede ausstellende Institution ein Set auswählt.²⁵

Der Grundgedanke des Ausstellungsunternehmens ist bereits mit der ersten Realisierung klar: Es soll eine Marke etabliert werden, die auf ein Logo, eine wiedererkennbare Form und eine Farbe, das Orange, setzt. Die delegierte Ausführung eines Kerngeschäfts durch Dritte gegen Entrichtung einer Gebühr nennt sich in der Sprache der Betriebswirtschaft

22 Dazu Nick Srnicek: *Platform Capitalism*, Cambridge, Malden 2017.

23 e-flux: *do it*, Webseite, 2002, URL http://projects.e-flux.com/do_it/homepage/do_it_home.html (Zugriff am 2. Januar 2024).

24 Die Instruktion steht im Zusammenhang mit der Reihe der *candy spill*-Arbeiten, die sich das Publikum im Verlauf der Ausstellungen einverleiben konnte. Das Gewicht der Bonbons entsprach dem Körpergewicht und war dem Titel *Untitled (Portrait of Ross in L.A.)* zufolge das konzeptuelle Porträt seines 1991 verstorbenen Partners Ross Laycock. Zum Vergleich zwischen beiden Arbeiten Glenn Adamson, Julia Bryan-Wilson: *Art in the Making. Artists and Their Materials from the Studio to Crowdsourcing*, London 2016, S. 202–204.

25 Das *manual* wurde erstmals 2004 in Buchform verlegt. 2013 folgte Hans Ulrich Obrist, ICI (Hg.): *do it. The Compendium*, New York 2013.

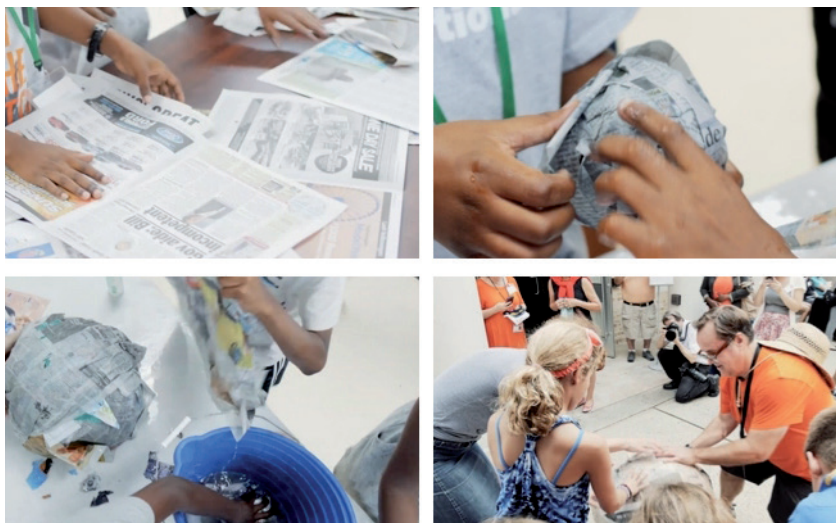


- 4 Michelangelo Pistoletto, *Sculpture for Strolling*, 1995, Video, 1:46 min. (DO IT – TV-Version, museum in progress, ORF), Screen captures: min. 0:12, 0:31, 0:54, 1:29

Franchise. Den endgültigen kommerziellen Erfolg von *do it* besiegelte die Kooperation mit der auf Wanderausstellungen spezialisierten New Yorker Organisation Independent Curators International (ICI). Seit 1996 tourt die Ausstellung weltweit durch Museen, Kunsthallen und College-Galerien. Mit der New Yorker Newsletter-Agentur e-flux wurde schließlich die Webseite von *do it* realisiert und 2002 gelauncht. Neben den Instruktionen und begleitenden Skizzen sind dort Videos von siebzehn internationalen Künstler_innen zu sehen, die in die Webseite implementiert wurden. Sie liefen 1995/96 zuerst im österreichischen Fernsehen in der Kultursendung *10 ½* und zeigen jeweils eine Künstlerin oder einen Künstler bei der Ausführung einer eigenen Instruktion.

Die Akquisestruktur der Ausstellung umfasst mit der Webseite auch Nutzende an den heimischen Bildschirmen. Die Instruktion und das Video *Sculpture for Strolling* von Michelangelo Pistoletto basieren auf einer ursprünglich 1967 für ein Turiner Happening konzipierten Skulptur, die 1968 auch in den Dokumentarfilm *Buongiorno Michelangelo* des Regisseurs Ugo Nespolo überführt wurde. In dem anderthalb Minuten langen Video auf der *do it*-Webseite ermutigt der Künstler das Publikum, eigenhändig eine Pappmachékugel herzustellen, während er selbst Zeitungen verleimt (Abb. 4). Es zeigt den Künstler beim Lesen einer Zeitung, eine Tätigkeit, die er mit den Worten »Everyday, we read the newspaper, we consume the informations and after, we can do something« kommentiert. Die Kamera

- 5 Montclair Art Museum,
Sculpture for Strolling,
Video zur Ausstellung
do it, 28. September
2016, 4:28 min., Screen
captures: min. 0:32, 0:52,
3:31, 1:39



liegt dabei auf den Händen des Künstlers, die auch im weiteren Verlauf des Videos im Fokus stehen: Wenn Pistoletto zwischen seinen gefalteten Handflächen eine Kugel aus der Zeitung entstehen lässt, dabei abwechselnd die Kugel formend und die Hände in einen Eimer mit Flüssigkeit tauchend. In Großaufnahme, in Seitenansicht, in der Aufsicht: Die Kamera umkreist die Handarbeit Pistolettos, bis eine Kugel entstanden ist. Ein Linksschwenk aus dem Bild signalisiert den Abschluss des Formprozesses. Es schließt sich eine Szene auf den Straßen Wiens an. Gemeinsam mit einer Gruppe von Personen rollt Pistoletto die stattliche Papierkugel durch die Stadt. Auch hier bestimmen die Hände das Bild. Die Handflächen des Künstlers geben der Kugel den notwendigen Anstoß, die Hände der Gruppe leiten das Objekt, bleiben dauerhaft mit ihm verbunden.

Pistolettos Instruktionstext lautet weiter: »Every public institution that realizes Michelangelo Pistoletto's ›Sculpture for Strolling‹ in the do it-context, in which daily newspapers appear on the surface, can use the sphere permanently after the exhibition. The results, and the documents in all forms of use and interaction, must be sent to Michelangelo Pistoletto [...].«²⁶ Mit dem Zusatz drängt Pistoletto auf die Dokumentation der aus seiner Instruktion hervorgegangenen Arbeit. Für den Künstler mö-

26 e-flux: do it, Webseite, 2002, URL http://projects.e-flux.com/do_it/manuals/0_manual.html (Zugriff am 2. Januar 2024) und Michelangelo Pistoletto, *Sculpture for Strolling* (1995), in: Obrist, ICI: do it (wie Anm. 25), S. 310.

gen hierbei die Absicherung und Kontrolle der Verbreitung seines Werks wesentlich gewesen sein. Dieses Anliegen greift allerdings einen Aspekt auf, der für das spätere plattformbasierte Social Web zum maßgeblichen Modus wurde. Die von Pistoletto eingeforderten Dokumente bezeugen eine Handlungsübertragung. Sie liefern den Beweis der Ausführung der durch sie ausgelösten Interaktivität. Es geht um den Nachweis einer fortwährenden Aktualisierung der Arbeit. Das fotografische Dokument beinhaltet die händische Aktivierung seiner künstlerischen Praxis, die sich durch jede Mediatisierung potenziert. Die Dokumentation der Rezeption ist Pistolettos Instruktion einbeschrieben.

Die Zusendung von Beweisen, die Pistoletto vorschlug, wird zum tragenden Prinzip für die gesamte Ausstellung *do it*. Franchisenehmer erhalten im Vorfeld einer Ausstellung die Aufforderung, sämtliche aus der künstlerischen Instruktion resultierenden Dokumente einzureichen: »Each interpreted instruction must be fully documented.«²⁷ Entscheidend ist nun aber, dass die Webseite ein Tool entwickelte, das die Forderung nach einer Zusendung von Dokumentationsfotos skalierbar macht. Auf der *do it*-Webseite wird die digitale Gemeinschaft dazu aufgerufen, Fotografien der umgesetzten Instruktionen hochzuladen, die dann veröffentlicht werden können: »Conditions: Should you decide to make this instruction, please send us a picture, your name and the instruction's reference number, and it will probably be added to this page.« Mit dieser Uploadfunktion kann die Beteiligungsthese auf die gesamte Ausstellung angewandt und sichtbar gemacht werden. Nicht etwa die Zusendung eines Werkes wird eingefordert, sondern die Dokumentation der händischen Tätigkeit, die im Sinne der Netzökonomie mit dem Upload bewiesen scheint. Das Publikum schickte also Amateurfotografien ein; ausgewählte landeten auf der Webseite. Diese dokumentiert den Rezeptionsprozess der non-finiten Ausstellung.

Der Kamerafokus auf die Hände wird in späteren Adaptionen des Videos im Rahmen der Vermittlungsarbeit zur *do it*-Ausstellung aufgegriffen. Es ist nun nicht mehr der Künstler selbst, der die Instruktion ausführt, stattdessen übernehmen Kinder diese Aufgabe (Abb. 5). Aufbauend auf dem Video Pistolettos entwickelte das Montclair Art Museum 2016 ein Vermittlungsangebot, das erneut videografisch festgehalten und auf der Streamingplattform YouTube geteilt wurde.²⁸ Dabei greift die kamera-

27 ICI: do-it-Rules 2021, auf Anfrage der Autorin per E-Mail erhalten.

28 Montclair Art Museum, Sculpture for Strolling, R: Mike Peters, 28. September 2016, URL https://youtu.be/Qfikt7g7jv0?si=Mb7GqXAm04gx_r_g (Zugriff am 2. Januar 2024).

führende Person die Einstellungen aus Pistolettos Video auf: Die schaffenden Hände der Kinder stehen im Fokus, was zu dem anschließenden gemeinschaftlichen Navigieren der Kugel in der Umgebung sowie im Inneren des Museums führt. Die Verbreitung ihrer Instruktionen, die einige Künstler_innen in ihren Anweisungen für *do it* mitbedachten (neben Michelangelo Pistoletto etwa Alison Knowles: »The display may be on or off the Internet«), geht in den neuen Techniken der sozialen Medien auf. Umgekehrt profitieren letztere in netzökonomischer Hinsicht von der Multiplikation von Content.

Der Kunstbetrieb fasste das Beteiligungsprinzip in den 1990er Jahren unter dem Schlagwort der *Relational Aesthetics*.²⁹ Kunstausstellungen wurden als soziale Orte der Präsenz gefeiert und dokumentarische Formen als nachgelagerte Derivate von Künstler_innen abgelehnt oder von der Forschung problematisiert.³⁰ Die Netzpräsenz von *do it* zeigt aber, dass die Partizipationsversprechen des damaligen Kunstbetriebs produktiv in ein Verhältnis zu digitalen Praktiken und deren Schlüsselbegriffen zu setzen sind.³¹ Denn mit Blick auf die Webseite wird deutlich, dass die Konzepte des digitalen Diskurses um das sogenannte Web 2.0 – darunter Konnektivität und Relationalität, Interaktivität und Virtualität – bereits den Kunstbetrieb der 1990er Jahre prägten. Mit der angeführten Internetseite werden die bisher in der Forschung vor allem als präsentische Akte des Aushandelns von Sozialität verstandenen Kunstformen der 1990er Jahre als stets bildlich vermitteltes Phänomen greifbar. Die Social-Web-Kunstdoku war Teil dieser Entwicklung, musste dafür aber grundlegend neu gerahmt werden. Die Aufzeichnung künstlerischer Praxis sollte nicht mehr der Vermehrung des Ruhmes des Künstlers und der Künstlerin dienen, sondern das Publikum unmittelbar einbinden. Das im Webangebot angelegte, mehrstufige Verfahren von Instruktion, delegierter und dokumentarischer Praxis im fotografischen Beweis bettete die Kunstdoku in

29 Nicolas Bourriaud: *Esthétique relationnelle* (1998), Dijon 2001.

30 Dazu Claire Bishop: *Artificial Hells. Participatory Art and the Politics of Spectatorship*, London, New York 2012, S. 5–6. Vgl. auch Thomas Hirschhorns Diktum der »Präsenz und Produktion«, das Anwesenheit und Konfrontation zum zentralen Modus seiner Installationen erklärt. Zuletzt dargelegt in Schaubildern anlässlich der *Robert Walser-Sculpture* für die 13. Ausgabe der Schweizerischen Plastikausstellung in Biel, veröffentlicht in Kathleen Bühler, Stiftung Schweizerische Plastikausstellung (Hg.): *Thomas Hirschhorn. Robert Walser-Sculpture*, Berlin 2020, S. 42f. Vgl. zur Einordnung dieses Diktums in die Geschichte der Künstlertheorie Christina Braun: *Thomas Hirschhorn. Ein neues politisches Kunstverständnis?*, München 2013 und die Aufsätze in: *Thomas Hirschhorn. Establishing a Critical Corpus*, hg. v. Schweizer Bundesamt für Kultur, Zürich 2011.

31 Dazu findet sich ein Hinweis bei Bennett Simpson: *Public Relations. An Interview with Nicolas Bourriaud*, in: *Artforum*, Jg. 39, Nr. 8, 2001, S. 47f.

einen digitalen Medienverbund ein, der auf den wenige Jahre später so erfolgreichen Social-Web-Techniken basierte. Mit ihnen konnte das neu für die Kunstdoku erschlossene Paradigma der Partizipation direkt abgebildet werden.³²

IV. Die Aktualität des Händischen im Social Web

Das Prinzip der Handlungsübertragung ist im Social Web jenseits von Form- und Rezeptionsfragen als Motiv bedeutsam geworden. Die Bilder eines zupackenden Macher_innen-Ethos erfreuen sich auf den distanzbasierten Plattformen neuer Beliebtheit. So konnte der maßgebliche Videotutor der 1980er Jahre Bob Ross auch über den engeren Bezugsrahmen des Kunstbereichs hinaus als digitale Persona auferstehen, avancierte zum gefeierten Internethype und popkulturellen Phänomen. Bei aller Variationsfreude in der Produktion von Social-Web-Kunstdokus, sind ihre Narrative erstaunlich beständige Inszenierungen händischer Arbeit. Der Unterschied in der Inszenierung des Händischen im Vergleich zum klassischen Künstler_innendokumentarfilm deutet indes auf jenen Umbruch des Dokumentarischen selbst hin, den die Forschung unter dem Begriff des »Neodokumentarismus« fasst:³³ Die Hybridisierungen und Infragestellung von Genrekonventionen durch Social-Web-Techniken propagieren das emotionale ›Storytelling‹ als ein zentrales Element für die digitalen dokumentarischen Formate. Der klassische Künstler_innendokumentarfilm hat den Fokus auf das Händische noch als dokumentarische Tatsache behaupten können. Die vorgeblich direkte Kameraaufnahme machte den filmisch inszenierten Pinselauftrag zum Inbegriff künstlerischer Wahrheitssuche. Diese Visualisierungen künstlerischen Wissens und Schaffens leben in den Sozialen Medien fort. Sie appellieren dort jedoch an die Bildung digitaler »Affektgemeinschaften«, die auf Handlungsübertragungen und deren Nachweisbarkeit setzen.³⁴

Das lässt sich an einer Plattform zur Finanzierung künstlerischer Arbeit verdeutlichen. Patreon.com ist ein 2013 von dem Musiker Jack Conte gegründetes Unternehmen, das über Subskriptionen ein Crowdfundingmodell für die Kreativbranche anbietet:³⁵ Registrierte unterstützen die künstlerische Arbeit einer oder eines Kreativen mit einem monatlichen

32 Zum Paradigma der Partizipation vgl. Samuel Bianchini, Erik Verhagen (Hg.): *Practicable. From Participation to Interaction in Contemporary Art*, Cambridge 2016.

33 Friedrich Balke, Oliver Fahlke, Annette Urban: Einleitung, in: Dies. (Hg.): *Durchbrochene Ordnungen. Das Dokumentarische der Gegenwart*, Bielefeld 2020, S. 7–19, hier S. 17.

34 Kerstin Schankweiler: *Bildproteste*, Berlin 2019.

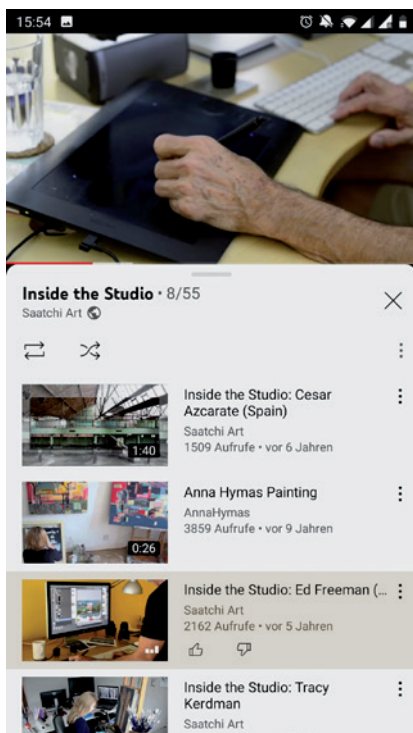
35 URL <https://www.patreon.com> (Zugriff am 2. Januar 2024).

Betrag in selbstgewählter Höhe. Die Unterstützung künstlerischer Arbeit geschieht, wie bereits bei den frühneuzeitlichen Mäzen_innen, die Martin Warnkes *Hofkünstler* beschreibt,³⁶ nicht selbstlos. Sie basiert vielmehr auf einem Tauschhandel: Die Abonnierenden erhalten gestaffelten Zugriff auf Inhalte, der sich nach dem jeweiligen Subskriptionsbetrag richtet. Die Patron_innen bezahlen dabei nicht für eine bereits erbrachte Leistung, sondern für die potenzielle Bereitschaft der von ihnen Begünstigten, künftig Inhalte hochzuladen. Patreon ist mit den meisten Social-Media-Plattformen direkt verlinkbar: Folgt man Kreativen in den entsprechenden Netzwerken, so werden sie bei Patreon empfohlen. Bisweilen geschieht die Verlinkung aktiv: Man folgt einem oder einer Creator_in auf Facebook, YouTube und Instagram, kauft auf Etsy und unterstützt auf Patreon.³⁷ Interessant ist Patreon also vor allem für Künstler_innen, die regelmässig selbst Dokus ihrer Werke und ihrer Tätigkeit in den sozialen Medien posten. Die Kunstdoku ist bei Patreon zu einem zentralen Werbeclip geworden, denn mit den videografischen Inszenierungen ihrer Arbeit überzeugen Künstler_innen potentielle Förderinnen und Förderer von einer Investition. Sie verkaufen nicht das endgültige Produkt – dafür stünde etwa die Plattform Etsy zur Verfügung –, sondern ihr künstlerisches Können und das Versprechen der Beteiligung an diesem. Besonders zahlungskräftige Abonnierende erhalten beispielsweise Kurse oder Studio Visits bei den Künstler_innen, jene mit weniger monetärem Einsatz immerhin Zugang zu Videotutorials. Auf Patreon ist die Mediatisierung von künstlerischer Arbeit, nicht das Endprodukt, die Ware. So laden viele Künstler_innen beim Anlegen ihrer Image-Seite ein Video der Herstellung ihrer Arbeiten hoch. Diesem Video kommt eine Schlüsselfunktion zu: Häufig ist es einer der wenigen Inhalte eines Patreon-Profiles, der ohne Bezahlschranke frei zugänglich ist.

Da Plattformen von Skalierung leben, gibt es auch für die Erstellung der Patreon-Imagevideos Tutorials. Sie geben einen Einblick, was dort unter künstlerischer Arbeit verstanden wird und welche Elemente für eine Social-Web-Kunstdoku als zentral erachtet werden. Hier vermengen sich die Genres Kunstdoku und Imagefilm der Werbeindustrie. Das Tutorial des YouTubers Will Chidlow zur Erstellung einer Kunstdoku ist in dieser

36 Martin Warnke: *Hofkünstler. Zur Vorgeschichte des modernen Künstlers*, Köln 1985.

37 Das Belohnungssystem »Super Thanks« von YouTube, das im Juli 2021 in einer Betaversion eingeführt wurde, mag künftig eine Konkurrenz für Patreon darstellen. Vice versa führte Patreon 2023 das Hosten von Videos ausschliesslich über die Plattform ein, so dass die Ersteinbettung auf Videostreaming-Plattformen künftig wegfallen könnte.



- 6 Saatchi Art, *Inside the Studio*-Reihe auf YouTube: Ed Freeman, Handheld-Version, Screen capture 2011

Hinsicht beispielhaft.³⁸ Er stellt darin den Bausatz und die Erfolgsformel für eine Social-Web-Kunstdoku vor. Die Kreativen sollen zeigen, woraus ihr Alltag besteht; auf den Plattformen besonders beliebte Topoi seien Studioaufnahmen, Aufnahmen des künstlerischen Arbeitsmaterials, das Festhalten des Entstehens neuer Arbeiten. Es ist die in Künstler_innen-dokumentarfilmen etablierte klassische Vorstellung von künstlerischer Arbeit, die sich über Patreon und andere Plattformen perpetuiert und die die Handarbeit als Wesenskern künstlerischer Arbeit identifiziert. In der in Chidlows Tutorial vorgestellten Idealdoku greift die Illustratorin für ihr Patreon-Video ganz klassisch zu Aquarellfarbe und Pinsel.³⁹ Doch wird die Inszenierung des Händischen nicht mehr als dokumentarische Tatsache, sondern als sich bezahlbar machendes Element des Storytelling adressiert.

38 Will Chidlow: How to Make an AWESOME Patreon Video, YouTube-Video, 14. Juni 2018, URL <https://youtu.be/802f1JLii8Q> (Zugriff am 2. Januar 2024).

39 Chidlow: Patreon Video (wie Anm. 38), Min. 14:18–14:48.

Für die ungebrochene Relevanz des Motivs des Händischen für die aktuelle Social-Web-Kunstdoku spricht auch folgendes Video: Die YouTube-Reihe *Inside the Studio*, produziert von Saatchi Art, zeigt den Fotografen Ed Freeman mit Tastatur und Maus hantierend. Zu Beginn des Videos beschreibt er sich als »photo-based artist«,⁴⁰ der mehr Zeit am Computer verbringe, als Fotos zu schießen. Die Folge inszeniert dann die Werkzeuge der künstlerischen Handarbeit: In einer Einstellung liegt über einer Fotografie eine kleine Palette mit Pinsel neben Schere und Stiften bereit, in einer weiteren zoomt die Kamera ganz nah auf die linke Hand des Fotografen, derweil diese auf ein digitales Tablet zeichnet (Abb. 6). Das Narrativ der Social-Web-Doku hält trotz der künstlerischen Telearbeit vor Bildschirmen an Momenten des Händischen fest. Es wird ein altgedienter Mythos verstetigt, der in den auf das Netzwerken, auf die Arbeit an einer Community und auf die Pflege von Followern angelegten sozialen Medien nostalgisch anmutet. Stehen doch Patreon und Co. für ein denkbar nüchternes, kalkulierbares Verständnis von künstlerischer Arbeit, das die Pflege einer digitalen Gemeinschaft aus Abonnierenden in ein Geschäftsmodell überführt hat.

Wenn ich aber, wie zu Beginn vorgeschlagen, davon ausgehe, dass das zentrale Prinzip des Social Web jenes der Beteiligung ist, so lassen sich handfeste Gründe für die Aktualität des Händischen im Digitalen ausmachen. Die Inszenierung des Händischen als Motiv der gegenwärtigen Social-Web-Kunstdoku korrespondiert mit einer besonderen Rezeptionssituation: Social-Media-Konsum findet unter den zielgruppenrelevanten Nutzer_innen zumeist über Handhelds statt. Die auf den handlichen Geräten abgespielten künstlerischen Techniken liegen dabei wortwörtlich in den Händen der Nutzer_innen. Die in den Studioaufnahmen gezeigten Hände der Künstler_innen, ihre Bewegungen und Arbeitsabläufe können aus direkter Nähe studiert und die Umsetzung der gezeigten Praktiken unmittelbar in eigene Anwendungen überführt werden. Die Social-Web-Kunstdoku wird zur Fingerübung, die Rezeption geht auf in der inkorporierten Adaption künstlerischer Praxis.

Es mindert die Relevanz des Genres für die sozialen Medien keineswegs, dass dem skizzierten Wandel der Kunstdoku die Logiken der Netzökonomie zu Grunde liegen. Wenn der Schneeballeffekt der Plattformen dazu führt, dass immer mehr Nutzer_innen, Creator_innen und YouTu-

⁴⁰ Saatchi Art: *Inside the Studio: Ed Freeman (USA)*, YouTube, 2. Oktober 2015, URL <https://youtu.be/LuUzkycbVgw>, Min. 00:08 (Zugriff am 2. Januar 2024).

ber_innen eigene Kunstdokus entwickeln, könnte sich das moderne Ideal der Kunstvermittlung an die Vielen auf andere Weise denn in Personalunion, nämlich durch Teilen und Aneignen, durch Nachahmen und Updaten, mithin durch digitale Kulturtechniken, einlösen.

Abbildungsnachweis

Abb. 1: Steven Jacobs: *Framing Pictures. Film and the Visual Arts*, Edinburgh 2012, S. 18. © Succession Picasso/VG Bild-Kunst, Bonn 2024; Abb. 2: URL https://youtu.be/nG3MIXkRMS0?si=nYqj5As_noWhHi3O, Courtesy of Tate © Tate, 2024 und © Franz Erhard Walther, VG Bild-Kunst, Bonn 2024; Abb. 3: URL <https://youtu.be/nG3MIXkRMS0?si=Mc0r0HoflrEYgNNf>, Courtesy of Tate © Tate, 2024 und © Franz Erhard Walther, VG Bild-Kunst, Bonn 2024; Abb. 4: URL <https://www.mip.at/en/creations/do-it-no-04> © museum in progress, ORF, 1995; Abb. 5: <https://youtu.be/Qfikt7g7jv0?si=3fqtflla2hoFgLe7M> © Courtesy of the Montclair Art Museum, New Jersey; Abb. 6: URL <https://youtu.be/LuUzkycbVgw> © Ed Freeman, Saatchi Art.

