

'Zusammentreffen'
17. Januar - 29. Februar 2004

Kai van Eikels

Das nackte Soziale

Zur B2B-Aktivität von Jan-Holger Mauss

Unsere Ideen von Kunst beruhen auf der Annahme, dass es etwas zu sehen gibt und dass es darum geht, dass es etwas zu sehen gibt.

In einer Ausstellung von Fotografien, auf denen es irgendetwas zu sehen gibt, scheint es darum zu gehen, dass es etwas zu sehen gibt – ein Objekt, ein menschliches Objekt, seine Formen und Farben, seinen ‚Ausdruck‘, die Eigenschaften eines bestimmten Blicks, der dieses Objekt wahrnimmt, die Motive eines Sehenden, der seinen Blick in Szene setzt. Man weiß, dass diese Bilder irgendwie zustande gekommen sind: Irgendwann, irgendwo, unter irgendwelchen Umständen ist der Fotograf dem Modell begegnet. Irgendwie hat der Fotograf das Modell dazu gebracht, auf seinem Bild zu erscheinen. Wenn wir versuchen, diese Szene einer Begegnung zwischen Fotograf und Modell zu rekonstruieren, stellt sie sich dar als Szene einer Verführung oder einer mehr oder weniger subtilen Vergewaltigung: Der Fotograf hat jemanden überredet, sich fotografieren zu lassen, jemanden, an dem er interessiert war und den er für sein Bild haben wollte. Oder er hat ihn überrumpelt, als scheinbarer Freund oder Fremder, hat ihn einfach so aufgenommen und erst im Nachhinein seine Einwilligung erwirkt. Er hat sich vielleicht einen Profi gesucht, eine Art Prostituierten, der zur Verführung oder Vergewaltigung im Voraus sein Einverständnis erteilt. In jedem Fall scheint es der Fotograf, der mit dem Auge zu sein, der das Bild macht. Denn er ist das Subjekt des Sehens und der Verwalter des visuellen Apparats, und weil er das Bild gemacht hat, gehen wir davon aus, es gehe bei dem Bild darum, dass es etwas zu sehen gibt.

Was jedoch, wenn das Modell das Bild gemacht hätte? Wenn es bei dem, worum es mit dem Bild geht, darum ginge, sich fotografieren zu lassen? Wenn dieses Lassen mehr oder etwas anderes wäre als eine Einwilligung, im Voraus oder im Nachhinein, gesehen zu werden? Etwas anderes als der Verzicht des Individuums auf sein Recht am eigenen Bild und ebenso etwas anderes als die Zustimmung des Ichs zu einem Abbild, das ein anderer von ihm angefertigt hat, in der Art einer erweiterten Selbstinszenierung. Angenommen, die Bereitschaft, sich fotografieren zu lassen, wäre der Ausgangspunkt einer künstlerischen Aktion. Was genau ist diese Bereitschaft? Inwiefern bietet sie Gelegenheit, Kunst zu machen – oder Künstler zu sein? In welcher Dimension gibt sich das Künstlerische dieses Künstler-Seins zu verstehen? Und worum geht es bei den Fotografien, die aus diesem Sich-Fotografieren-Lassen entstanden sind und den Blick des Fotografen, der das Bild konstruiert, eher hinzubitten als voraussetzen, sich ihm eher einfügen als aussetzen? Worum sollte es gehen, wenn es einmal nicht, jedenfalls nicht nur darum geht, dass es etwas zu sehen gibt?

Sagen wir, es geht darum, jemanden zu kennen. Jemanden namens Jan-Holger Mauss. Ihn als Künstler kennen zu lernen in einem sehr begrenzten, fast unverschämt konkreten Sinn dieses Wortes: Es wäre am einfachsten, ihn hier und jetzt direkt anzusprechen, um herauszufinden, wozu er bereit ist. Er ist ausgesprochen kommunikativ.

Die B2B-Aktivitäten von Jan-Holger Mauss begannen 1996 mit der Reaktion auf eine Arbeit von Eva Grubinger, die auf einer Website das Schnittmuster für einen „Netz-Bikini“ zum Download zur Verfügung stellte. Nachdem Mauss diesen Bikini geschneidert hat, stellt er sich seither selbst als Muster für die Arbeiten von Menschen zur Verfügung, die man mit einem Begriff aus der Welt der Angestellten als „Kollegen und Kolleginnen“ bezeichnen könnte, bei denen es sich jedoch wie bei Mauss selbst um Freelancer handelt und deren professionelle Beziehung zueinander also in den Business-to-Business-Bereich fällt. Das heißt, Mauss übersetzt das im Wortspiel angesprochene Prinzip der ‚virtuellen‘ Vernetzung in das ‚reale‘ Netzwerk seiner sozialen und ökonomischen Beziehungen zurück. Im Rahmen dieser persönlichen Vernetzung sind bislang Arbeiten von 103 Künstlern und Künstlerinnen entstanden und annähernd 30 weitere im Entstehen. Das Spektrum dieser Arbeiten reicht von Fotografien über Gemälde, Objekte und Videos bis hin zu einem Text, den ich gerade verlese.

Was tut Mauss (ich verwende seinen Nachnamen, obwohl ich ihn ziemlich gut kenne) in dieser Zusammenarbeit? Zunächst das, was Vokabeln wie „Socializing“ und „Networking“ auf einen Namen bringen: Er knüpft neue Kontakte und aktiviert bestehende, initiiert den Prozess der Überredung, Verführung, quasi-vertraglichen Übereinkunft oder auch Überrumpelung durch etwas, was ich mangels geschäftsmäßigerer Begriffe „Charme“ nennen möchte. Er organisiert oder reorganisiert die produktive Aufmerksamkeit der anderen, um sich darin als deren Produkt zu platzieren. Er engagiert sich im diplomatischen Prozess einer Übersetzung, die ihrem Wesen nach Selbst-Übersetzung ist: Er übersetzt seine Bereitschaft in etwas, was der andere Künstler als sein Motiv, das heißt als Projektion seines Begehrens nach einem Bild wiedererkennen kann.

Diese kommunikative Differenzierung und Transformation der eigenen Bereitschaft setzt sich fort in der technischen Entstehung etwa eines Fotos. Mauss beobachtet die Arbeitsweise des ausführenden Künstlers, und seine soziale Geschmeidigkeit, diese erstaunliche Anpassungsfähigkeit, die er besitzt, wird in diesem Moment zu einer ästhetischen Geschmeidigkeit: Er ist als Objekt des künstlerischen Blicks ebenso entgegenkommend, ebenso bereit, sich den Vorstellungen des Sehenden einzufügen, wie sein gesamtes kommunikatives Wesen darin besteht, eigenwillig flexibel – und in der Figur dieser nackten Kommunikativität ungemein wiedererkennbar zu sein. Er hat von 1990 bis 1995 an der Hamburger Hochschule der Künste Visuelle Kommunikation studiert, und seine B2B-Tätigkeit nimmt diese Bezeichnung aus den 80er Jahren auf sehr zeitgenössische Weise wörtlich: Seine Hauptqualifikation besteht in der Fähigkeit, die Ordnung des Visuellen und die Organisation des Kommunikativen miteinander zu verbinden. Er tut dies, indem er seine soziale Existenz mit einer ästhetischen Existenz als Objekt künstlerischer Darstellungen kurzschließt – und was damit geschieht, ist keine Ästhetisierung des Sozialen, sondern eine rückhaltlose und, wenn ich so sagen darf, schamlose Verwendung des Ästhetischen für seine eigene Sozialisierung. Die Pointe, die künstlerische Pointe der B2B-Arbeiten besteht darin, Jan-Holger Mauss kennen zu lernen. Alle ästhetischen Überlegungen, die Betrachter zu den Bildern anstellen, werden seine Erkenntlichkeit als Figur eines sozialen Netzwerks vergrößern.

Vielleicht liegt es am halb durchsichtigen Bikini, am Striptease, an der Präsenz von nackter weißer Haut auf vielen der Bilder – jedenfalls bin ich versucht, das, was sich in den Arbeiten des B2B-Projekts für mich zeigt, als nacktes Soziales zu bezeichnen. Es handelt sich dabei um eine Nacktheit, in der es nichts zu sehen gibt, was ich nicht bereits kenne – da ich Jan-Holger Mauss kenne, angezogen und nackt und im einen wie im anderen Zustand unaufhörlich kommunizierend. Ich betrachte daher die Verkleidungen, auch die möglichen diskursiven Verkleidungen dieses nackten Sozialen mit eher wenig respektvoller Distanzlosigkeit. Das Motiv des Netz-Bikinis und Mauss' Rolle als Modell berühren zahlreiche aktuell im Kunstdiskurs virulente Themenkomplexe: Gender-Aspekt und „Queerness“, Virtualität und Körperlichkeit, Zitierung und Infragestellung von geistigem Eigentum, Verhältnis von Kunst und Handwerk usw. Mauss forciert und vervielfältigt diese Referenzen bereitwillig. Er tut nicht mehr und genau das: In seinen Kommunikationen reduzieren sie sich auf Gelegenheiten zur Erzeugung von Anschlussfähigkeit für weitere Kooperationen. Seine Selbstinstrumentalisierung umfasst sowohl die körperliche als auch die intellektuelle Dimension.

Das nackte Soziale bezeichnet den Punkt absoluter Äquivalenz aller infragekommenden Themen – das, was man früher, als man noch glaubte, es gebe etwas anderes als die Kommunikation, als Beliebigkeit bezeichnet hätte. Das Belieben ist hier jedoch das Kriterium einer Präzisierung, einer sozialen Präzisierung der eigenen Existenz durch die ästhetischen Verfahren der Abbildung hindurch. Selbstverständlich geht es Mauss darum, zu gefallen, und eine gewisse narzisstische Bestätigung gehört zweifellos zu den Antriebskräften dieses Projekts und seiner gesamten Arbeit. Aber diese Gefälligkeit entzieht das Wohlgefallen am Anblick ästhetisch ‚gelungener‘ Bilder zugleich dem ästhetischen Genießen des Betrachters. Niemand wird den künstlerischen Wert dieser Arbeiten mehr genossen haben als das Künstler-Modell Jan-Holger Mauss selbst – wobei die Betonung auf selbst liegt, denn der Mehrwert, das Mehrgenießen, das die Ästhetisierung abwirft, kommt seinem sozialen Selbst zugute, jener Instanz der Vernetzung, die Jan-Holger Mauss mit Haut und Haaren ist. Es handelt sich nicht um einen verkapselt subjektiven, sondern gewissermaßen um einen hypersozialen Narzissmus, eine narzisstische Verselbstständigung des Kennenlernens.

Um zur Hypothesenbildung zurückzukehren: Was, wenn der Sinn oder (mit einem wenig angenehmen, aber hier vielleicht unumgänglichen Wort) die Funktion von Kunst heute darin bestünde, dass Künstler Künstler kennen lernen? Wenn das Präsentieren von Kunstwerken oder ‚Arbeiten‘ vor allem eine Gelegenheit zu einem solchen Kennenlernen wäre, dieses Kennenlernen also keineswegs bloß ein positiver Nebeneffekt, sondern das, was an der Stelle einer Hauptsache geschieht und den Ort des Ästhetischen, die ehemalige Szene des Metaphysischen, mit dem einzigen füllt, was wir im Bereich unserer professionellen Endlichkeit als zeitgenössische Menschen wirklich vermögen: uns durch einige weitere kommunikative Differenzierungen ein wenig effizienter annähern und ein wenig effizienter voneinander entfernen.

Das hat offensichtlich mit dem Kunstmarkt, der Ökonomie der Aufmerksamkeit und der Verwertung von Intimität zu tun, aber Mauss' B2B-Arbeit gewinnt diesen allgemeinen ökonomischen Prozessen selbst eine bestimmte Wendung zum Intimen ab und steigert sie zu einer sozialen Virtuosität. Beuys propagierte in den 70er Jahren die soziale Plastik. Mauss organisiert im Gegenteil eine unmittelbare Sozialisierung des Plastischen, der ästhetischen Darstellung überhaupt. Statt den sozialen Raum als Bereich der Kunst zu öffnen, besteht sein Verhalten als Künstler zugleich sehr naiv und sehr raffiniert auf den künstlerischen Prozessen, die seiner Bereitschaft entsprechen, als sozialer Realität. Das bestimmende Moment dieser Kunst ist nicht mehr die ästhetische Differenz, sondern die Dynamik des win-win-agreement ihrer sozialen Verwendung.

Falls es also doch darum geht, dass es etwas zu sehen gibt, dann darum, auf den Bildern dieser Ausstellung Jan-Holger Mauss beim Gewinnen zuzusehen: mitanzusehen, wie er im Begriff ist, im Maß einer ökonomischen Steigerung von Professionalität kennen gelernt zu werden, sich kennen lernen zu lassen, als Medium des Kennenlernens zu agieren. Und ihn womöglich selbst kennen zu lernen.

Berlin/Hamburg, Januar 2004

aplanat Galerie für Fotografie

Lippmannstr. 69-71
22769 Hamburg

Telefon 040.43 18 48 00

Fax 040.40 18 68 30

galerie@aplanat.de
www.aplanat.de