

Zeitgeist

In der Kategorie Kulturwirtschaft, die eine jährliche Bruttowertschöpfung von 63 Mrd. Euro gleich hinter Maschinenbau und Autoindustrie erwirtschaftet, steht die Keramik kläglich da. Vor allem im Vergleich zu Computerspielen, die ebenfalls zur Kultur gerechnet werden. Weder Politiker noch Lobbys können verhindern, dass sich die Welt ändert. Nur der Appell an den Einzelnen, dass er sich seiner Fähigkeiten bewusst wird, kann die Lösung sein.

Die Keramik leidet darunter, dass ihr Ansehen umso mehr abnimmt, je weiter man von ihr entfernt ist, denn man kennt sie im allgemeinen nur als Handwerk. Als Kunst gerät sie in eine Situation, an deren Gepflogenheiten sie nicht gewöhnt ist. Denn diese Kunst ist ein Zustand der Unbestimmtheit, in dem alles widerrufen werden kann. Umberto Eco bezeichnete es als Entscheidungsfreiheit („Das offene Kunstwerk“, Frankfurt: Suhrkamp 1996) und berief sich auf seinen Lehrer Nicola Abbagnano., bei dem es heißt: „Freiheit bedeutet Entscheidung, und Entscheidung bedeutet Möglichkeit“ („Possibilità e libertà“, Torino 1956). Der positive Aspekt von Möglichkeit ist die Entscheidungsfreiheit. Sie erfordert Handlungen ohne Berufung auf Autoritäten oder Traditionen. Sie sind verstrickt in das kapitalistische Wirtschaftssystem, in dem wir leben. Es ist durch die Steuerung der Wirtschaftsvorgänge über den Markt gekennzeichnet. Darin geht es um die Versorgung des Gemeinwesens und nicht um die Schaffung von Gelegenheiten zur Selbstverwirklichung. Motor dieser Entwicklung ist letzten Endes der technische Fortschritt, der der Industrie zugute kommt. Daneben befindet sich die individuell gestaltende Keramik in einem Zustand wie die Wissenschaft vor zweihundert Jahren. Damals, 1810, sprach Wilhelm von Humboldt von „etwas noch nicht ganz Gefundenem und nie ganz Aufzufindendem, das unablässig aufzusuchen ist“.

Unserer Zeit haften Merkmale von Rückzug, Verlust und Verzicht an. Aber wir dürfen die Entwicklung nicht durch hergebrachte Begriffe bevormunden, sondern müssen sie auf ein Neues, im Entstehen Begriffenes beziehen. Dann wird deutlich, dass wir es nicht mit Rückzügen und Verzichtshandlungen, sondern mit expansiven Bewegungen zu tun haben. Gegen die Entwicklung anzurennen, wäre töricht. Selbst ein Teil der Entwicklung sein, darauf kommt es an. Für den Keramiker als Handwerker oder als Künstler geht es um das Überleben als kleiner Selbstständiger und um die Weckung schöpferischer Kräfte im geschichtlichen Geschehen. Wir sind in einem Zeitalter der Mobilität. Sie verhindert die geistige Provinzialität des Bodenständigen, während der Bodenständige den Allzubeweglichen dazu zwingt, das Entstehen von Tradition in seiner Umwelt zu achten. Die Kunst agiert in der Keramik immer noch im traditionellen Umfeld. Für das gilt, was Richard Wagner im Meistersinger von Nürnberg forderte: „Verachtet mir die Meister nicht und ehrt mir ihre Kunst“. Aber der Einfluss auf das Konsumverhalten ist nicht mehr der von 1868. Der Däne Martin Lindstrom stieß bei der Erforschung der Verkaufspsychologie auf die Weltreligionen und fand, dass ihre gemeinsamen Grundpfeiler Symbole, Geschichte, Geheimnisse und Visionen genauso die Grundpfeiler jener Psychologie sind, die auf einen Erfolg auf dem Markt gerichtet ist. Alles das kann die Keramik auf ihren neuen Wegen auch auf sich beziehen.

Wenn es um Kultur geht, bietet uns die Kulturanthropologie Vergleichsargumente aus der Erfahrung mit verschiedenen Kulturen. Es ist eine junge, erst in den frühen Siebzigerjahren entstandene Wissenschaft, in der mehrere Spezialwissenschaften vereint sind. Sie ist also interdisziplinär und entspricht deshalb unseren Anforderungen, wo so vieles zusammenkommt. Sie betrifft den Menschen in der Kultur, in der Welt und in der Geschichte. Es geht darum, wie er seine Anlagen in der kulturellen Gestaltung einsetzt und wie das auf ihn zurückwirkt. Die Kulturanthropologie ist nicht so sehr eine Wissenschaft des Geistes, als der Seele. Sie möchte die Welt retten, die von immerwährendem Wachstum, umweltzerstörerischem Fortschritt und ungehemmtem Konsum erfüllt ist. Sie steht vor dem „nie ganz Aufzufindendem, das unablässig aufzusuchen ist“. Die Beschäftigung mit diesem Thema muss das menschliche Wesen bedenken, das längst aus der Zuständigkeit eines Wissenszweiges herausgewachsen ist. Damit gerät die Keramik in nächste Nähe zur Lebensphilosophie. Sie ist dem Leben wesensverwandt in der nie ruhenden, von innen her bestimmten Bewegtheit, in der unermüdlichen, oft aus unbewussten Quellen strömenden Schöpferkraft und in der Ganzheitlichkeit. Sie versteht sich aus ihrer Geschichte und aus der Kultur, und sie verweist auf exemplarische Größen in Kultur und Geschichte.

Im Gegensatz zu anderen Kulturen stellt die moderne westliche Kultur mit ihrer Betonung auf Originalität ein Unikum dar. Es gilt als normal, dass Kunst nicht von der Gesellschaft, sondern von Experten beurteilt, bestimmt und erklärt wird, damit sie verstanden und geschätzt werden kann. Seit dem Ende des 19. Jahrhunderts sind diejenigen Künstler die größten, die mit der Tradition brechen und damit ihr Werk zumindest für eine gewisse Zeit für viele unverständlich machen. Mit dieser Abwertung der Tradition ist die Vorstellung vom einsamen Künstler verbunden, der in Armut lebt und gegen die herkömmliche Auffassung von Genialität ankämpft. Von der Kunst wird Originalität gefordert, die zu etwas noch nicht Bekanntem hinführt. Wir setzen sie so hoch an, weil wir sie für einen Weg halten, der zu Erkenntnis und zur Erweiterung des Erfahrungshorizonts führt. In der modernen Kunst hat das spielerische Originelle die Oberhand. Die Künstler wetteifern im Erfinden neuer Gestaltungen, die die traditionellen ersetzen sollen. Nach modernen ästhetischen Maßstäben ist Originalität, obwohl sie oberflächlicher ist als die Kreativität, vor allem wichtig. Sie ist wichtiger als Verständlichkeit. Und ein Kunstwerk kann auf Kritik stoßen, wenn es zu leicht verständlich ist. Viele Kritiker sehen es mehr oder weniger bewusst als selbstverständlich an, dass Neues bis zu einem gewissen Grad unverständlich sein muss.

Wie lässt sich dieser Zwang, originell zu sein, erklären? Ein wichtiger Faktor ist die Reaktion auf die Massenproduktion. Massenproduktion führt zur Entwertung der Handarbeit, aber auch zur Entwertung aller neu entstehenden Kunst, die nicht der zeitgemäßen Art entspricht. Ein anderer Faktor, der in Betracht gezogen werden muss, ist die Abhängigkeit des modernen Künstlers vom kommerziellen Markt, auf dem das Angebot die Nachfrage ständig übersteigt. Hinzu kommt als Drittes der rasche Kulturwandel. In einem gewissen Sinne spiegelt die Betonung der Originalität die Geschwindigkeit wider, mit der sich dieser Wandel vollzieht.

Aber der Mensch ist anpassungsfähig. Neben der Kreativität gehört auch Plastizität zu seinen fundamentalen Eigenschaften. Sie ermöglicht ihm die „Selbstformung“, die ihm die Lebenspraxis abverlangt. Er soll sich ein Ziel setzen, und wenn es schief läuft, soll er es korrigieren, denn in jedem Augenblick gibt es wieder einen „Schöpfungsmorgen“. In der Verfolgung seiner Ziele wächst er. In der angezielten schöpferischen Selbstvollendung ist er ein Schöpfer seiner selbst, und damit wird er auch ein Schöpfer der Kultur.

Freiheit ist immer schicksalhaft beschränkt. Geschichte, Geographie, Gesellschaft sind unsere Urmitgift. Der Mensch ist gewissermaßen vorgeprägt und muss mit seinen Möglichkeiten aktiv sein. Aber man darf von anderen keine Empfehlungen oder Vorschriften inhaltlicher Lebensentwürfe erwarten. Das bleibt Aufgabe und Problem jedes Einzelnen. Jedem ist ein gewisses Rüstzeug gegeben, das ihn zu kreativen Entwürfen befähigt und ihn instand setzt zu erfinden, zu ersinnen, zu werten und zu entscheiden. Dieses Rüstzeug ist die von Abhängigkeitsverhältnissen emanzipierte Vernunft. Im Zusammenwirken mit der Kreativität ist sie die einzige erfolgversprechende Möglichkeit, einen Weg einzuschlagen, auf dem ein Prozess in Gang gesetzt wird.

Aber es sind nicht alle Möglichkeiten damit erschöpft, dass alles so bleibt wie es ist, nur mit künstlerischem Anspruch.

Dass die Keramik zur Kunst tendiert und durch Individualität ihre Existenz gegenüber der industriellen Massenware behauptet, muss man jedoch auch kritisch sehen. Anders als im Industriedesign, aber auch in der modernen Kunst, bedeutet für uns Individualität etwas Persönliches, Eigentümliches, was man nur allein besitzt. Persönlichkeit braucht keinen Stil, denn das wäre etwas, was man mit anderen gemeinsam hat. In der modernen Kunst wird der Stil vom Kunstmarkt gemacht. Der braucht Stars. Die haben ihre Momente, doch sie bringen es irgendwann auch nicht mehr. Dann kommen neue Stars. Wenn die Keramik sich aufgibt und in dieser Art Kunst aufgeht, verliert sie ihre Persönlichkeit. Schon bei der Berufswahl zeigt sich durch Veranlagung eine „Richtungseigenschaft“. Wer sich für die Keramik entschieden hat und sie auch als künstlerische Herausforderung versteht, der hat sich für die Einheit von Kunst und Technologie entschieden. Er sieht sich in einer riesigen Kulturlandschaft, zu der nicht nur die USA und Europa gehören, sondern die ganze Welt. In ihr ist die Geschichte das Fundament aller Werte. Sie unterscheidet sich von einer Kunst, die in sprunghaften Wandlungen heute den Konsum bekämpft, morgen eine Konzeptkunst zur Konsumierung anbietet, die einen

Wanderweg auf der Landkarte zur Kunst erhebt oder von einer Kunst, die die Bilder auf den Kopf stellt. Das ist ein Gegensatz in der Kunst, der mit dem Bauhaus angebrochen ist. Gropius wollte die Gesellschaft mit gutem Design erziehen. Er beschäftigte aber Künstler, die jede Beziehung zwischen dem künstlerischen Bild und der Realität verneinten. Daraus wurde einerseits das Design, das sich als menschliche Rationalität versteht, die die mechanische Rationalität des Industriearbeiters korrigiert. Sie folgt der Verkaufspsychologie und der Marktforschung. Andererseits entstand die individuelle Kunst der Keramik als eine Form des Herstellens, die sich zwar grundsätzlich von der industriellen Produktion unterscheidet, aber nicht weniger abhängig von wissenschaftlichen Voraussetzungen ist. Sie folgt den Idealen der inneren Anlage. Und ganz frei von alledem bleibt die „freie“ Kunst, die vom internationalen Kunstmarkt beherrscht wird.

Das war der Wandel im engeren Bezirk, in dem sich normalerweise die Keramik befindet. Es geht aber noch weiter, und der Wandel im Großen, der sich in der Gesellschaft vollzieht, wirkt auf die Keramik ein. Die Politik sieht sich der Forderung nach mehr Bürgerbeteiligung ausgesetzt. Es kommt zu Auseinandersetzungen, in denen historisch gegebene Verhältnisse zwischen sozialen Gruppierungen umstritten sind. Als soziale Konflikte sind sie von großer Bedeutung für den gesellschaftlichen Wandel. Die Diagnose heißt: besser kommunizieren. Im Großen wie im Kleinen. Und endlich kapieren auch wir: wir sind in einem Kommunikationszeitalter. Probleme lösen sich, indem man dieses Neue aus einer anderen Ebene, die uns bisher nichts anging, für uns nutzen. Die Neocraft-Initiative in Halifax zur Innovation der Keramik appelliert an das Selbstbewusstsein, um nicht in der Allweltskunst aufzugehen. Daraus ist noch keine Gemeinsamkeit, keine Kommunikation, geworden. Anders bei Katrin Schober in Hoisdorf in Schleswig-Holstein und bei manchen anderen. Sie tauschen sich auf Facebook mit Keramikfreunden oder -freundinnen aus. Sie sprechen über ihre Arbeit, ihre Probleme und ihre Erfolge. Sie zeigen, was sie hergestellt haben; es ist eine gewisse Eigenwerbung dabei, und es gibt auch Verkäufe. Das kann auch einen Aufforderungscharakter besitzen mit Konsequenzen für die Motivation. Wenn sich ein Erfolg einstellt, wird das Anspruchsniveau gehoben, womit man sich schwierigere Leistungen abverlangt. Die Kommunikation kann eine motivationsdynamisch wirkende Kraft sein. Das alles war für mich der Anlass, auf Facebook eine Gruppe zu gründen. Und ich appelliere an alle: Beteiligt Euch an der Facebook-Gruppe „Keramik“!

Mit 550 Millionen „Freunden“ ist Facebook zu einem Menschheitsereignis geworden. Es ist eigentlich nur dazu gedacht, menschliche Beziehungen zu knüpfen und zu pflegen. Kritiker wettern dagegen, dass die Privatsphäre für merkantile Zwecke missbraucht wird. Es liegt aber an jedem einzelnen selbst, was er preisgeben will. An der Gruppe „Keramik“ können sich Keramiker aus allen Teilen der Welt beteiligen, auch ohne Adresse und Telefonnummer oder andere persönliche Daten anzugeben. Dabei können auch neue Beziehungen entstehen und sich die Vision der Facebook-Gründer erfüllen, dass dadurch die Welt verbessert wird. Was die Keramik betrifft, kann es ein Wir-Bewusstsein bilden, verstärken und verbreiten. Durch gemeinsame Interessen, durch teilen und mitteilen, vielleicht auch durch gemeinsame Aktivitäten, steigt das Gefühl der Zusammengehörigkeit in der sozialen Einheit Keramik. Die Sozialpsychologie spricht von Empathie. Sie versteht darunter die Entwicklung der Vorstellung von den Interessen des anderen. Die Fähigkeit, sich in ihn hineinzusetzen. „Wenn man Facebook aus diesem Blickwinkel sieht“, sagt Zuckerberg, „dann macht es unser Leben reicher“.

Diese Art von Kommunikation, die mit dem gesellschaftlichen Wandel einhergeht, gehörte bisher nicht zu unserer kulturellen Norm. Wir stehen zumeist noch unter der prägenden Wirkung der Fachausbildung, die etwas Derartiges nicht vorgesehen hat. Sie war auf Wissen und Können bedacht, und wir tun uns noch schwer, darin etwas zu sehen, was nicht nur unser Leben reicher macht, sondern auch unsere Arbeit fördern kann. Gegen die Entwicklung anzurennen, wäre töricht. Selbst ein Teil der Entwicklung sein, darauf kommt es an.