

Lev Manovich

Black Box - White Cube

Aus dem Amerikanischen
von Ronald Voullié

Merve Verlag Berlin

Redaktorat: Tom Lamberty

© 2005 der deutschen Ausgabe Merve Verlag Berlin

Printed in Germany

Layout: Liliensatz, Hannover

Druck- und Bindearbeiten: Dressler, Berlin

Umschlagentwurf: Jochen Stankowski, Dresden

ISBN 3-88396-197-3

www.merve.de

2

Wer ist der Autor? Sampling/Remixen/ Open Source

Die neue Medienkultur bringt eine Reihe neuer Modelle von Autorschaft mit sich, die alle unterschiedliche Formen der Zusammenarbeit beinhalten. Eine kollektive Autorschaft ist natürlich keine Besonderheit der neuen Medien. Man denke nur an die mittelalterlichen Kathedralen, an die traditionellen Malerwerkstätten, in denen ein Meister mit seinen Gehilfen arbeitete, an Musikorchester oder an die heutigen Filmproduktionen, bei denen wie beim Bau der mittelalterlichen Kathedralen Tausende von Leuten über einen beträchtlichen Zeitraum hinweg zusammenarbeiten. Wenn wir die kollektive Autorschaft geschichtlich betrachten, zeigt sich, dass sie eher die Regel als die Ausnahme war. Das romantische Modell des einsamen Einzelautors nimmt dagegen nur einen sehr kleinen Platz in der Geschichte der menschlichen Kultur ein. Dennoch bieten die neuen Medien einige neue Variationen zu den früheren Formen kollektiver Autorschaft. Ich möchte mich hier mit einigen dieser Variationen beschäftigen. Dabei werde ich sie nicht isoliert, sondern im Kontext der heutigen kulturellen Ökonomien betrachten. Wie man sehen wird, erproben die Industrien und Kulturen der neuen Medien systematisch neue Arten von Autorschaft, neue Beziehungen zwischen Produzenten und Konsumenten und neue Vertriebsmodelle, das heißt, sie handeln als Avantgarde der Kulturindustrie.

1. Die Zusammenarbeit von verschiedenen Individuen und/ oder Gruppen

Die am meisten diskutierte neue Art von Autorschaft, die mit den neuen Medien verbunden wird, ist die Zusammenarbeit (über ein Netzwerk oder unter Personen, in Echtzeit oder nicht) innerhalb einer Gruppe von Künstlern, um eine neue Medienarbeit, eine Performance, ein Event oder ein »Projekt« zu schaffen. Oft kommen bei diesen Formen der Zusammenarbeit keine greifbaren Objekte oder auch nur ein bestimmtes Event wie eine Performance heraus, aber das spielt keine Rolle. Leute treffen andere Leute mit gemeinsamen Interessen und starten ein »Projekt« oder eine Reihe von »Projekten«. Wir können uns das als eine »soziale Kultur« vorstellen. Und wenn die neue Medienkultur vielleicht auch keine »Meisterwerke« hervorgebracht hat, so hat sie doch einen starken Einfluss auf die Art und Weise gehabt, in der Menschen und Organisationen kommunizieren. Mit Datenbanken, navigierbarem Raum, Simulation und Interaktion bringen die neuen kulturellen Formen, die von den neuen Medien ermöglicht werden, auch neue Modelle gesellschaftlicher Kommunikation mit sich. Kurz gesagt, der durch Netzwerke ermöglichte Prozess der Zusammenarbeit (Networking und Austausch) ist eine wertvolle Form der heutigen Kultur, ganz gleich, ob er zu irgendwelchen »Objekten« führt oder nicht.

2. Interaktion als »Fehlkommunikation« zwischen Autor und User

Anfang der 90er Jahre, als Interaktion ein neuer Begriff war, wurde oft gesagt, dass ein interaktives Kunstwerk die Zusammenarbeit von Autor und User voraussetzt. Ist das wahr? Der Begriff Zusammenarbeit beinhaltet ein gemeinsames Verständnis und gemeinsame Ziele unter denjenigen, die zusammenarbeiten, aber im Fall der interaktiven Medien sind letztere oft nicht vorhanden. Nachdem ein Autor das Werk entworfen hat, hat er keine Vorstellung von den Voraussetzungen und Absichten eines bestimmten Users. Daher kann dieser User eigentlich nicht als jemand bezeichnet werden, der mit dem Autor zusammenarbeitet. Andererseits weiß ein User, der zu einem neuen Medienkunstwerk kommt, oft nichts über dieses Werk, also darüber, was es bringen soll, was für eine Schnittstelle es hat, etc. Für diesen User ist ein Autor daher eigentlich nicht jemand, mit dem er zusammenarbeitet. Autor und User sind sich oft völlig fremd, zwei Aliens, die nicht zusammenarbeiten, die keinen gemeinsamen Kommunikationscode haben.

Während Interaktion in den neuen Medien häufig zu einer »Fehlkommunikation« zwischen Autor und User führt, setzt die kommerzielle Kultur das interaktive Feedback ein, um sicher zu stellen, dass es nicht zu einer Fehlkommunikation kommt. Bei Filmproduzenten ist es üblich, die Endfassung eines neuen Films in einer *focus group* zu testen. Die Reaktionen der Zuschauer werden dann ausgewertet, um den Film zu überarbeiten und die Verständlichkeit der Handlung zu verbessern

oder das Ende zu ändern. Bei dieser Vorgehensweise werden den Usern nicht verschiedene Versionen der Handlung vorgeführt, sondern nur eine einzige, die für die erfolversprechendste gehalten wird.

3. *Autorschaft als Auswahl aus einem Menu*

Mit dieser Art von Autorschaft habe ich mich ausführlich in *The Language of New Media* beschäftigt; hier möchte ich nur darauf hinweisen, dass sie sich sowohl auf professionelle Entwickler als auch auf die User bezieht.¹ Der Entwicklungsprozess bei den neuen Medien beinhaltet die Auswahl aus vielen verschiedenen Menus von Software-Paketen, Datenbanken mit Medienarchiven, etc. Dem entsprechend wird ein User oft dazu gebracht, sich wie ein »echter Künstler« zu fühlen, da er durch die Auswahl aus einigen Menus blitzschnell ein professionell aussehendes Werk zustandebringen kann. Beispiele für so eine »Autorschaft durch Auswahl« sind Websites, die es dem User ermöglichen, ganz schnell eine Postkarte oder sogar einen kurzen Film herzustellen, indem er aus einem Menu mit Bildern, Clips und Sounds eine Auswahl trifft.

Vor drei Jahrzehnten hat Roland Barthes einen kulturellen Text elegant als »ein Gewebe von Zitaten« definiert: »Heute wissen wir, dass ein Text nicht aus einer Reihe von Wörtern besteht, die einen einzigen, irgendwie theologischen Sinn enthüllt (welcher die ›Botschaft‹ des *Autor-Gottes* wäre), sondern aus einem

1. Lev Manovich, *The Language of New Media*, Cambridge, Mass.: MIT Press, 2001.

vieldimensionalen Raum, in dem sich verschiedene Schreibweisen, von denen keine einzige originell ist, vereinigen und bekämpfen. Der Text ist ein Gewebe von Zitaten aus unzähligen Stätten der Kultur.«² In der von Software gesteuerten Produktionsumgebung kommen diese Zitate nicht nur aus der Erinnerung der Schöpfer an das, was sie früher einmal gesehen, gelesen und gehört haben, sondern auch direkt aus den Datenbanken der Medienarchive. Das gilt auch für zahllose andere Wörter, die im Fall des World Wide Web nur einen Klick weit entfernt sind.

4. Zusammenarbeit zwischen einer Firma und den Usern

Als *id software* die erste Version von *Doom* (1993) herausbrachte, hat die Firma auch detaillierte Beschreibungen von Spiel-Dateiformaten und einen Spiel-Editor mitgeliefert, um die Spieler zu ermutigen, das Spiel zu erweitern und neue Levels zu schaffen. Die Ergänzungen wurden zu einem wesentlichen Bestandteil des Spiels; neue Levels waren im Internet allgemein zugänglich und konnten von jedermann heruntergeladen werden. Seit *Doom* ist diese Praxis in der Computerspielindustrie allgemein üblich geworden. Oft nahmen die Firmen Elemente, die von den Usern entworfen wurden, in eine neue Version auf.

Mit einem anderen beliebten Spiel, *Sims* (2001), erreichte diese Art von Zusammenarbeit ein neues Stadium.

2. Roland Barthes, »Der Tod des Autors«, übers. von Matias Martinez, in Fotis Jannidis et al., *Texte zur Theorie der Autorschaft*, Stuttgart 2000, S. 190.

Die Website für das Spiel erlaubt es den Usern, die Figuren, Hintergrundbilder und Handlungsstränge, die sie entworfen hatten, in die allgemeine Library zu laden, und genauso können sie die Figuren, Hintergründe und Handlungen herunterladen, die von anderen hergestellt wurden.³ Bald stellte sich heraus, dass die Mehrheit der User das Spiel gar nicht spielte, sondern die Software lieber dafür benutzte, eigene Figuren und Abenteuer zu entwickeln. Im Gegensatz zu früheren Beispielen für eine solche Praxis – wie etwa die *Star Trek*-Fans, die eigene Videos herstellten, indem sie Abschnitte aus verschiedenen *Star Trek*-Episoden zusammenstellten oder Kurzgeschichten schrieben, in denen die Hauptfiguren aus *Star Trek* mitspielten – bekamen diese Aktivitäten jetzt eine zentrale Stellung und wurden von den Spielproduzenten angeregt und legitimiert.

Ein weiterer Weg, von dem man sagen kann, dass eine Firma mit den Usern ihrer Software zusammenarbeitet, besteht darin, ihre Vorschläge für neue Features in die neue Version der Software zu integrieren. Das ist eine gängige Praxis vieler Software-Hersteller.

5. Zusammenarbeit zwischen dem Autor und der Software

Die Benutzung von Künstlicher Intelligenz beziehungsweise die Künstliche Intelligenz selber ist der bekannteste Fall von Zusammenarbeit zwischen Mensch und Software. Der Autor stellt einige allgemeine Regeln auf, hat aber keine Kontrolle über die

3. <http://www.ea.com/eagames/games/pccd/thesims/thesims.jsp>.

konkreten Details des Werkes – dies kommt als Ergebnis der Interaktion zwischen den Regeln zustande. Allgemeiner könnte man sagen, dass jede Autorschaft, die elektronische und Computerwerkzeuge benutzt, eine Zusammenarbeit zwischen dem Autor und diesen Werkzeugen ist, die bestimmte kreative Operationen und Denkweisen ermöglicht und andere verhindert. Natürlich haben Menschen diese Werke entworfen und daher wäre es genauer, zu sagen, dass der Autor, der elektronische oder Software-Werkzeuge benutzt, einen Dialog mit den Software-Entwicklern beginnt (siehe 4.)

6. *Remixen*

»Remixen« hatte ursprünglich eine genaue und eng umschriebene Bedeutung, die nach und nach immer verschwommener wurde. Obwohl Vorläufer des Remixens früher gefunden werden können, ist es erst durch die Einführung von Multi-Track-Mixern zu einer Standardpraxis geworden. Dadurch dass jedes Element eines Songs – Vocals, Trommeln etc. – für eine eigene Manipulation zur Verfügung stand, wurde es möglich, den Song zu »re-mixen«: Veränderung der Lautstärke einiger Tracks oder Einfügung neuer Tracks anstelle der alten. Nach und nach wurde der Begriff immer weiter gefasst und bezieht sich heute auf jede Überarbeitung von Originalmusikstücken.

In seinem Buch *DJ-Culture* beschreibt Ulf Poschardt die verschiedenen Entwicklungsstadien der Remix-Praxis. 1972 hat DJ Tom Moulton seine ersten Disco-Remixe gemischt. Wie Poschardt sagt: »Die ersten

Remixe von Moulton zeugen von einem sehr keuschen Umgang mit dem Originalsong. Moulton nahm vor allem eine unterschiedliche Gewichtung der verschiedenen Tonspuren vor und arbeitete die Rhythmus Elemente der Disco-Songs noch deutlicher und kräftiger heraus. (...) Moulton benutzte die verschiedenen Elemente des 16- oder 24-Spur-Mastertapes und mischte sie neu zusammen.«⁴ 1987 »fingen DJs an, andere DJs um Remixe zu bitten«, und der Umgang mit dem Originalmaterial wurde viel aggressiver. Zum Beispiel »verwendeten Coldcut die Vocals von Ofra Hazas ›Im Nin Alu‹ und kontrastierten die smoothie, aber supertiefe Baßstimme von Rakim mit der provokant weiblichen Stimme von Ofra Haza. Hinzu kamen Techno-Geräusche und eine House-inspirierte Abmischung der Rhythmussektion, die den schweren, schleifenden Beat des Rap-Stückes auflockerte und somit leichter und heller klingen ließ.«⁵ Bei einem anderen Beispiel produzierte der Londoner DJ Tim Simenon einen Remix seiner persönlichen Top 10 des Jahres 1987: »Wir fanden einen Gemeinsamen-Nenner-Beat der Songs, die wir verwenden wollten, und legten uns auf eine Geschwindigkeit von 114 Beats pro Minute fest. Die Tracks der einzelnen Songs wurden, entweder durch Beschleunigung oder Verlangsamung, diesem Beat angepasst.«⁶

In den letzten Jahren haben die Leute damit

4. Ulf Poschardt, *DJ-Culture*, Hamburg 2000, S. 123.

5. Ebd., S. 268-269.

6. Ebd., S. 270-271.

begonnen, den Begriff »Remix« auf andere Medien anzuwenden: visuelle Produktionen, Software, literarische Texte. Mit elektronischer Musik und Software, die als die beiden Schlüsselreservoirs von neuen Metaphern für den Rest unserer heutigen Kultur dienen, ist diese Erweiterung des Begriffs unvermeidlich. Man kann sich nur wundern, warum das nicht schon früher geschehen ist. Dennoch haben wir hier ein interessantes Paradox: Während das Remixen im Bereich der kommerziellen Musik offiziell akzeptiert ist⁷, wird es in anderen kulturellen Bereichen als Verletzung des Copyrights und somit als Diebstahl angesehen. Wenn also Filmemacher, visuelle Künstler, Fotografen, Architekten und Web-Designer routinemäßig bereits existierende Werke remixen, wird das nicht offen zugegeben, und es gibt keine geeigneten Begriffe, die dem Remixen in der Musik entsprechen würden und diese Praktiken beschreiben könnten.

Ein Begriff, den wir haben, lautet »Aneignung« (*appropriation*). Dieser Begriff hat allerdings nie seinen ursprünglichen Kontext in der Kunstwelt verlassen, wo er zuerst auf die Arbeiten von postmodernen Künstlern in den frühen 80er Jahren angewandt wurde, die auf der Überarbeitung von älteren Fotografien basierten. Folglich hat er nie einen so weiten Umfang wie »Remixen« bekommen. Wie auch immer, »Remixen« ist ein besserer Ausdruck, weil er die systematische Umgestaltung

7. So werden zum Beispiel die Webuser eingeladen, Madonna-Songs zu remixen. Siehe:
<http://madonna.acidplanet.com/default.asp?subsection=madonna>.

einer Quelle unterstellt. Eine Bedeutung, die »Aneignung« nicht hat. Und tatsächlich haben die ursprünglichen *appropriation artists* wie Richard Prince das vorhandene Bild eher als Ganzes kopiert und nicht remixed. Wie im Fall von Duchamps berühmtem Urinbecken ist der ästhetische Effekt hier ein Ergebnis der Übertragung eines kulturellen Zeichens von einer Sphäre in eine andere und weniger die Modifizierung eines Zeichens.

Der einzige andere, üblicherweise in den Medien benutzte Ausdruck ist »zitieren«, aber ich halte das für die Beschreibung einer Logik, die völlig anders als das Remixen ist. Während das Remixen eine systematische Neuordnung des ganzen Textes beinhaltet, bedeutet »zitieren« die Einfügung einiger Fragmente aus einem alten Text (oder alten Texten) in einen neuen. Daher entspricht das Zitieren eher einer anderen grundlegenden Praxis der Autorschaft, die wie das Remixen durch die elektronische Technologie ermöglicht wurde – Sampling.

7. Sampling: Eine neue Collage?

Laut Poschardt »begann 1987 die Weltherrschaft des DJs.«⁸ Diese Machtübernahme ist eng mit der neuen Freiheit des Mischens und des Sampling verbunden. In diesem Jahr brachten M/A/R/R/S ihr Album *Pump Up The Volume* heraus. Wie Poschardt schreibt: »Diese Platte, aus wilden Samples zusammengeschustert, veränderte die Popwelt fundamental. Wie aus heiterem

8. Poschardt, a.a.O., S. 259.

Himmel landete die für den damaligen Musikgeschmack ungewöhnlich avantgardistische Soundcollage auf den vordersten Plätzen der Charts und wurde zur bestverkauften Maxisingle des Jahres in England.«⁹

Unmittelbar nach M/A/R/R/S, Coldcut, Bomb The Bass und S-Xpress, die das Sampling voll ausnutzten, machte sich der Musikkritiker Andrew Goodwin theoretische Gedanken und definierte Sampling als »die entfesselte Nutzung der digitalen Klangspeicherung als zentrales Kompositionselement. Sampling wird damit zum ästhetischen Programm.«¹⁰ Mit der Sampling-Technologie wurden die Praktiken der Montage und Collage, die immer im Mittelpunkt der Kultur des 20. Jahrhunderts standen, sozusagen industrialisiert. Dennoch sollte man vorsichtig sein, wenn man die alten Begriffe auf neue kulturelle Praktiken anwendet, die auf Technologie basieren. Auch wenn die Begriffe »Montage« und »Collage« regelmäßig in den Schriften der Musiktheoretiker von Poschardt bis Kodwo Eshun und DJ Spooky auftauchen, meine ich, dass diese Ausdrücke, die aus der literarischen und visuellen Moderne des frühen 20. Jahrhunderts stammen, die neue elektronische Musik nicht adäquat beschreiben. Es seien nur drei Unterschiede erwähnt: musikalische Samples werden oft als Schleifen (*loops*) arrangiert; die Natur des Klangs ermöglicht es Musikern, bereits vorhandene Sounds auf vielfältige Weise zu mischen, von klar differenzierenden und kontrastierenden individuellen

9. Ebd., S. 259.

10. Ebd., S. 277.

Samples (die der traditionellen modernen Ästhetik der Montage/Collage folgen) bis zu ihrer Vermischung zu einem organischen und kohärenten Ganzen¹¹; und schließlich begreifen die elektronischen Musiker ihre Arbeiten oft von vornherein als etwas, das remixed, gesampelt, beiseite genommen und modifiziert wird. Poschardt: »House hat sich schon längst (wie jede andere Clubmusik) von der Einheit des Liedes und seiner Unantastbarkeit verabschiedet. Natürlich denkt der Schöpfer eines House-Liedes zunächst in der Kategorie seines *einen* Tracks, aber dann eben auch im Kontext eines Clubabends, wo sein Track perfekt zu diesem oder jenem Zeitpunkt eingesetzt werden kann.«¹²

Last but not least. Es ist wichtig, festzuhalten, dass die Revolution in der elektronischen Popmusik, die in der zweiten Hälfte der 80er Jahre stattfand, von ähnlichen Entwicklungen in der visuellen Popkultur begleitet wurde. Die Einführung von elektronischem Montagewerkzeug wie Switcher, Keyer, Paintbox und Bildspeicher hat das Remixen und Sampling am Ende dieses Jahrzehnts zur allgemein verbreiteten Praxis bei der Videoproduktion gemacht. Zunächst bei Musikvideos erprobt, hat diese Praxis später auf die ganze visuelle Fernsehkultur übergreifen. Andere Software-

11. Um die Formulierung aus dem oben angeführten Barthes-Zitat zu benutzen, kann man sagen: Während die Collage der Moderne immer einen »Kampf« der Elemente beinhaltet, ermöglicht die elektronische und Software-Collage auch eine »Vereinigung«.

12. Poschardt, a.a.O., S. 250.

Werkzeuge wie *Photoshop* (1989) hatten die gleiche Wirkung in den Bereichen des grafischen Designs, der kommerziellen Illustration und Fotografie. Und ein paar Jahre später hat das World Wide Web ein elektronisches Dokument wiederum als einen Mix aus anderen Dokumenten definiert. Die Remix-Kultur war angekommen.

8. Das Open Source-Modell

Das Open Source-Modell ist nur eines von einer ganzen Reihe unterschiedlicher Modelle zur Autorschaft (und der Urheberrechte), die in der Software-Gemeinschaft aufgetaucht sind und auf die kulturelle Autorschaft angewandt werden können (oder bereits angewandt werden). Beispiele für solche Modelle sind das originelle *Xanadu*-Projekt von Ted Nelson, »freeware« und »shareware«. Bei Open Source besteht die Grundidee darin, dass eine Person (oder Gruppe) einen Software-Code schreibt, der dann von einem anderen User verändert werden kann; das Ergebnis kann danach wiederum von einem weiteren User verändert werden, und so weiter.

Bekommen wir irgendein neues Modell der Autorschaft, wenn wir dieses Modell im Kulturbereich anwenden? Ich habe den Eindruck, dass die Modelle des Remixens, des Sampling und der Aneignung begrifflich viel reicher als die Open Source-Idee sind. Dennoch gibt es zwei Aspekte der Open Source-Bewegung, die sie interessant machen. Der eine ist die Lizenz-Idee. In der Open Source-Bewegung gibt es fast 30 verschiedene Lizenz-Typen.¹³ Lizenzen legen die Rechte

und Verantwortlichkeiten einer Person fest, die den Code verändert. So schreibt zum Beispiel eine Lizenz (die *Gnu Public License*) vor, dass der Programmierer der Gemeinschaft eine Kopie des neuen Codes zur Verfügung stellen muss; eine andere sieht vor, dass der Programmierer den neuen Code verkaufen kann und nicht mit der Gemeinschaft zu teilen braucht, aber nichts tun darf, was der Gemeinschaft schadet.

Eine andere Idee ist die des Kernels. Im »Herzen« des Linux Operating Systems sitzt sein Kernel – der Code, der für das Funktionen des Systems erforderlich ist. Wenn User verschiedene Teile des Linux-Systems ergänzen oder modifizieren, achten sie darauf, dass der Kernel nicht grundlegend verändert wird.¹⁴ Somit haben alle Linux-Dialekte den gleichen Kern.¹⁵

Ich meine, dass die Ideen der Lizenz und des Kernels direkt auf die kulturelle Autorschaft angewandt werden können. Gegenwärtig werden Aneignung, Sampling, Remixen und Zitieren durch eine Reihe von heterogenen und oft veralteten gesetzlichen Regelungen kontrolliert. Diese Regelungen sagen den Leuten, was sie

13. Cindy Shirky, Präsentation beim Human Generosity Project Summit, Banff Center for the Arts, September 2001.

14. Einige Modifikationen des Linux-Kernels werden notwendig, wenn Linux an *embedded systems* angepasst wird, die normalerweise weniger Arbeitsspeicher und eine geringere Prozessorleistung als Desktop-PCs haben. Siehe : <http://www.linuxdevices.com/news/NS6362696390.html>.

15. Die Linux-Gemeinschaft wird jede Modifikation missbilligen, die den Kernel grundlegend verändert. Siehe: <http://slashdot.org/articles/99/02/27/076204.shtml>.

mit den kreativen Arbeiten anderer *nicht* tun dürfen. Man stelle sich nun eine Situation vor, in der ein Autor sein Werk veröffentlicht und dazu eine Lizenz mitliefert, die den anderen sagt, was sie damit nicht machen sollten, und auch, was sie damit machen *können* (z. B. die Arten und Weisen, in denen es modifiziert und weiterbenutzt werden kann). In ähnlicher Weise können wir uns eine Gemeinschaft vorstellen, die sich um eine kreative Arbeit herum gebildet hat; diese Gemeinschaft würde darin übereinstimmen, was den Kernel dieses Werkes ausmacht. So wie im Fall von Linux würde man davon ausgehen, dass man mit dem Werk zwar spielen und es endlos verändern darf, wobei aber die User den Kernel nicht wesentlich verändern sollten.

Wenn Musik, Filme, Bücher und die visuelle Kunst unsere *kulturelle Software* sind, warum sollten wir dann nicht die Ideen aus der Software-Entwicklung auf die kulturelle Autorschaft übertragen? Ich glaube, es gibt tatsächlich schon viele Gemeinschaften und individuelle Werke, die die Ideen der Lizenz und des Kerns anwenden, auch wenn diese Begriffe nicht explizit benutzt werden. Ein Beispiel dafür ist Jon Ippolitos *Variable Media Initiative*.¹⁶ Ippolito hat vorgeschlagen, dass ein Künstler, der eine Variabilität in Bezug auf die Art und Weise akzeptiert, wie sein Werk ausgestellt und/oder in Zukunft umgestaltet wird (was im Fall der Netz-Kunst und anderer software-basierter Werke

16. Ippolito ist ein *Neue-Medien*-Künstler und Associate Curator für Medienkunst am Guggenheim Museum. Zu weiteren Informationen über die *Variable Media Initiative* siehe: www.guggenheim.org.

nahezu unvermeidlich ist), auch festlegen sollte, was eine legitime Ausstellung/Umgestaltung beachten muss. Sprich, er sollte so etwas wie eine Software-Lizenz mitliefern.

Unter den kulturellen Projekten, die von der Open Source-Bewegung inspiriert wurden, ragt besonders das OPUS-Projekt (2002) heraus, was den Umgang mit der Frage der Autorschaft in der Computerkultur betrifft.¹⁷ OPUS, das vom *Raqs Media Collective* (New Delhi) geschaffen wurde, besteht aus einem Software-Paket und einem begleitenden »theoretischen Paket«. So bleiben die theoretischen Ideen zur Autorschaft, die vom *Raqs Media Collective* formuliert wurden, keine Theorie, sondern werden in die Software implementiert, die jedermann benutzen kann. Kurz gesagt, das ist »software theory« *at its best*: theoretische Ideen, die auf eine neue Art von kultureller Software übertragen werden.

Die OPUS-Software wurde konzipiert, um eine kulturelle Multi-User-Zusammenarbeit in einer digitalen Netzwerkumgebung zu ermöglichen. In OPUS (was für *Open Platform for Unlimited Signification* steht) kann jeder ein neues Projekt starten und andere Leute einladen, im Projektbereich der OPUS-Site Medienobjekte rauf- und runterzuladen (es ist auch möglich, die OPUS-Software selber runterzuladen und auf neuen Servern zu installieren). Wenn der Autor ein neues Medienobjekt (alles Mögliche von einem Text bis zu einem Musikstück) rauplädt, kann er festlegen, welche Modifikatio-

17. Siehe <http://www.opuscommons.net/main.php>.

nen durch andere erlaubt sind. Danach verfolgt die OPUS-Software jede neue Modifikation dieses Objekts.

Jedes Medienobjekt, das in OPUS archiviert, ausgestellt und für eine Veränderung zur Verfügung gestellt wird, enthält Daten, mit denen all die identifiziert werden können, die damit gearbeitet haben. OPUS ermöglicht also nicht nur eine Zusammenarbeit, sondern speichert auf jeder Entwicklungsstufe des Werkes auch die Identität der Autoren/Schöpfer (ganz gleich, wie groß oder klein ihr Beitrag auch sein mag).¹⁸

Das *Raqs Media Collective* hat den neuen Begriff »rescension« eingeführt, um diese neue Art von kollaborativer Autorschaft zu beschreiben.¹⁹ Meiner Meinung nach ist »rescension« ein geschickter Kompromiss zwischen den beiden extremen Ideologien der digitalen Autorschaft, die heute gemeinhin ins Feld geführt und benutzt werden: einerseits das völlig offene Modell, bei dem jeder alles modifizieren kann; andererseits eine genaue Kontrolle aller zulässigen Verwendungen eines kulturellen Objektes durch traditionelle Copyrightpraktiken.

Da die Verbreitung von Kultur (von Texten bis zu Musik und Videos) in zunehmendem Maße online geschieht, werden ökonomisch vorherrschende Ideen zur Autorschaft und zum Copyright in unserer Gesellschaft in die aktuelle Software implementiert, die

18. Siehe:

<http://www.opuscommons.net/templates/doc/manual.html>.

19. Siehe:

http://www.opuscommons.net/templates/doc/manual_left.htm.

kontrolliert, wer zu welchem Preis Zugang zu kulturellen Objekten haben und sie kopieren oder modifizieren darf. Während sich zum Beispiel die Medienformate von MPEG-1 bis MPEG-7 mit der »Kompression und Koordination von verschiedenen Medien-Tracks beschäftigten, bezieht sich der jüngste Vorschlag für MPEG-21 auf das Management digitaler Rechte.« Die Autoren des Vorschlags stellen sich ein künftiges »Multimedia-Framework« vor, bei dem »alle Leute auf der ganzen Erde an einem Netzwerk teilnehmen, das Provider, Value Adders, Software-Pakete, Service-Provider, Konsumenten und Wiederverkäufer umfasst.« Wie XML besteht MPEG-21 aus einer Reihe von einzelnen Komponenten, deren Bezeichnungen das Ziel haben, alle schwierigen Fragen der inhaltlichen Gestaltung und der Distribution in einer digitalen Netzwerkumgebung durch technologische Lösungen zu bewältigen: »Intellectual property Management and Protection«, »Rights Data Dictionary« und »Rights Expression Language«.²⁰ OPUS antizipiert diese Art von Zukunft, indem es ein intellektuell ausgefeiltes alternatives Paradigma kultureller Autorschaft und einen Zugang, der in die Software implementiert ist, zur Verfügung stellt.

9. Markennamen als Autor

Wer sind die Leute hinter Nike, Prada, Sony oder Gap? Markenzeichen von Konsumprodukten geben keine Auskunft über Design-Teams, Ingenieure, Stylisten, Schreiber, Programmierer und andere kreative Indi-

20. Siehe: <http://mpeg.selt.it/>.

viduen, die ihre individuellen Produkte und Product-Lines herstellen. Beim Wettbewerb im bereits übervölkerten semantischen Raum will die Firma, dass die Konsumenten sich nur an eines erinnern, nämlich an den Markennamen. Wenn man die Namen der Individuen, die an der Schaffung von Markenprodukten beteiligt sind (die sehr zahlreich sind und ständig wechseln), anführen würde, würde sich die Markenidentität auflösen. Man beachte, dass die Unternehmen nicht versuchen, diese Namen zu verheimlichen – wenn man will, kann man sie finden –, aber sie sind eben nicht Teil der Werbung für das Markenprodukt. Außer der beteiligte Name steht selber für ein Markenzeichen, wie Rem Koolhaas oder Bruce Mau. Koolhaas und Mau sind Markennamen, weil sie genauso funktionieren wie alle anderen Marken: sie haben große Teams, die an verschiedenen Projekten arbeiten, aber die Namen der individuellen Mitarbeiter werden nicht sichtbar gemacht. Ein Museum engagiert Rem Koolhaas, um ein Gebäude von Rem Koolhaas zu bekommen – und nicht, weil es das Fachwissen eines bestimmten Mediendesigners, Lichtdesigners oder Architekten, der für Koolhaas arbeitet, haben will. Das Gleiche gilt für die meisten bekannten Musiker, Künstler und Architekten. Im Gegensatz zu »Firmenmarkennamen« sind das »individuelle Markennamen«.

Wenn wir an diese individuellen Markennamen denken, denken wir in der Regel nicht an all die Leute, die an ihrer Schaffung beteiligt sind. Wir können hier sehen, dass die romantische Ideologie mit ihrer Begeisterung für das einsame Genie immer noch wirksam ist.

In gewisser Weise sind Firmenmarkennamen insofern »progressiver«, als sie nicht die Tatsache verbergen (wenngleich sie sie auch nicht in den Vordergrund stellen), dass alles, was sie verkaufen, von Kollektiven, die aus Individuen bestehen, geschaffen wurde. Und auch wenn im letzten Jahrzehnt eine Reihe von Künstlerkollektiven sich selber als kollektive Markennamen präsentiert haben, folgten ihre Maskeraden in den meisten Fällen eher den Konventionen der Kunstwelt als der kommerziellen Markenzeichenwelt. Als zum Beispiel vor einigen Jahren *jodi.org* mit ihrer Website in der aufblühenden Netzkunstszene auftauchten, machte die Tatsache, dass wir das Projekt zunächst nur unter dem Namen ihrer URL und nicht unter dem Namen der Künstler kannten, einen Teil seiner Anziehungskraft aus. Schließlich wurden die Namen der Schöpfer, Joan Heemskerk und Dirk Paesmans, aber doch bekannt. Und *Etoy*, das systematischste unter den Künstlerkollektiven, die sich hinter Markennamen verbergen, ist bei der Befolgung der Regeln der Unternehmensautorschaft dennoch nicht völlig konsequent. *Etoy* präsentiert sich selber als eine Firma, die aus einer kleinen Zahl von *Etoy*-Mitarbeitern besteht, welche mit ihren Vornamen genannt werden: *etoy.zak*, *etoy.zai*, etc. So stellt *Etoy* alle Individuen, die am Markenzeichen-Management beteiligt sind, in den Vordergrund, wenn auch mit halb-fiktionalen Namen.

Ich möchte hier weder *jodi* noch *etoy* kritisieren, sondern darauf hinweisen, dass die Hochkultur und die Konsumkultur sehr verschiedenen Modellen der Autorschaft folgen, was es auch den raffiniertesten Künstlern

schwer macht, das Unternehmensmodell voll und ganz nachzuahmen. Dennoch hat sich das Phänomen »Künstler-als-anonymes-Markenzeichen«, das es schon vor dem Internet gab, mit dem Web viel mehr verbreitet – mit vielen Künstlern, Designern und Design-Gruppen, die sich entschieden haben, deutlich sichtbar eher auf den Namen ihrer Site als auf ihre individuellen Namen zu setzen: von *jodi* und *etoy* zu *future farmers*, *unclickable.com*, *uncontrol.com* und vielen anderen.

Schlussfolgerung

Die allgemeine Verbreitung von Menuauswahl/Remixen/Sampling/Synthese/»Open Sourcing« in der heutigen Kultur ruft nach einem neuen kritischen Vokabular, mit dem man diese Operationen und ihre vielfältigen Variationen und Kombinationen adäquat beschreiben kann. Ein Weg zur Entwicklung eines solchen Vokabulars besteht darin, damit anzufangen, Begriffe miteinander in Verbindung zu bringen, die zwar bereits vorhanden, aber auf ein bestimmtes Medium begrenzt sind. Die Theorie der elektronischen Musik bringt die Analyse des Mixing, Sampling und der Synthese ins Spiel. Auch die akademische Literaturtheorie kann mit ihren Theoretisierungen des Intertexts, des Paratexts²¹ und des Hyperlinkings etwas dazu beitragen. Und die Anhänger der visuellen Kultur können ihre Auffassung von der

21. Zur Definition dieser Begriffe, die von Gerard Genette eingeführt wurden, siehe http://www.ht01.org/presentations/Session4b/dalgaard_HT01/html_with_notes/tsld006.htm.

Montage, Collage und Aneignung beisteuern. Ein kritisches Vokabular zu haben, das auf alle Medien angewandt werden kann, wird uns helfen, diese Operationen schließlich eher als legitime Fälle der Autorschaft und nicht als Ausnahmen anzusehen. Um noch einmal Poschardt zu zitieren: »Soviel auch zitiert, gesampelt und gestohlen wird – letztendlich sind es die alten Subjekte, die ihre eigene Modernisierung vornehmen. Auch der Blick auf Technik und Produktionsbedingungen rettet die Ästhetik nicht davor, letztendlich doch an den Autor glauben zu müssen. Er sieht einfach nur anders aus.«²²

22. Poschardt, a.a.O., S. 281.