



„Staging Trust & Confidence“
2nd
Scenographers' Symposium
Dortmund 2009
Faculty of Design
University
of
Applied Sciences
and Arts
Dortmund
10.–13. 12. 2009

In alternation to the the Scenographers' Festival at Basel that will be dealing with the art and design of exhibitions in 2010, the section of the humanities at the department of design of the Dortmund University of Applied Sciences and Arts are hosting a Biennial Scenographers' Symposium in the fields of Staging, Designing, Scenography and Scenology. While at Basel the presentation of practices and projects stands in the center of interest, at Dortmund it is the conceptual dimension and the theoretical reflection of that scenographical practices. Yet at the same time, the scenological view may even look far further across the fields and fruits of conventional art, design and architecture. The theme of this year's program will be „Staging Trust and Confidence“. Or, to quote from a famous slogan of a wellknown Deutsche Bank trailer, „Trust is the beginning of all“. The speeches will be given in the main hall of the department of design at the Dortmund University of Applied Sciences and Arts, Max Ophüls Platz 2, from 10th to 13th December 2009.

In relation with Scenography the relevance of this specific topic remains in the fact, that staging trust and confidence refers not only to those medial presentations and practices that are explicitly occupied with winning trust. Trust in and on this and that. Confidence in democracy, in the economy, in finances, in the health industry, in labor, in one's own creativity and genius. Confidence in education, science, family, the next generation... confidence in confidence! With each single scenographical staging of those topics a special practice of designing and aestheticizing is involved.

The medium, form and function of scenographical practices have to stimulate and generate acceptance, where facts and arguments alone won't be able to convince. Representation has to become an event, a thoroughly satisfying and convincing experience, an effect of the process of staging trust that addresses all senses. Yet the scenological view won't consider in this only a manipulative, basically deceptive practice of seduction which would have to be revealed by the critical theory and the ideology of the Frankfurt School. Our focus is more on the truth of the appearance and the seeming, in which evidences of experiences take on intentions and representations. So scenographical design really has the chance to give back the question of trusting and staging into the matter of course of scenic social manners and relating lived experiences of evidence. The relevance of processing trust is situated in this for each single scenographical practice – even far over a specific staging of trust and confidence.

Below you will find three initial texts, written (in German) by each of the three hosts of this 2nd Scenographers' Symposium: Pamela C. Scorzin (Art History and Visual Culture Studies), Ralf Bohn (Media Studies) and Heiner Wilharm (Design Sciences, Media and Communication Studies). Their three abstracts, compiled under the theme „Staging Trust and Confidence... (I, II, III)“, intend to light up the facets of the theme of the second scenographers' symposium, in order to raise interest and kindly to invite to participate in the next Dortmund conference in December.

„Inszenierung & Vertrauen“

2.

Künstlerisch-
wissenschaftliches

Symposium zur
Theorie & Praxis
der

Szenografie

am Fachbereich

Design der

Fachhochschule

Dortmund

10.–13. 12. 2009

Alternierend zum Szenografiefestival in Basel, das im Jahr 2010 der Ausstellungsgestaltung gewidmet sein wird, veranstalten die Wissenschaftlichen Lehrgebiete des Fachbereichs Design der FH Dortmund ebenfalls alle zwei Jahre ein Künstlerisch-wissenschaftliches Kolloquium zum Kontext von Inszenierung, Gestaltung, Szenografie und Szenologie. Steht in Basel die Präsentation der szenografischen Projektpraxis im Mittelpunkt des Geschehens, so in Dortmund die konzeptionelle Dimension und die theoretische Reflexion auf diese Praxis. Dabei darf der szenologische Blick durchaus weiter schweifen als über die Felder und Früchte von Kunst, Design, Architektur. Im Jahr 2007 hieß das Thema des Kolloquiums „Theatralität, Intermedialität, Erweiterter Raum“. Die Ergebnisse liegen mittlerweile als Buch vor, erschienen unter dem Titel: Inszenierung und Ereignis. Beiträge zur Theorie und Praxis der Szenografie, hgg. von Ralf Bohn und Heiner Wilharm, Bielefeld (transcript) 2009.

Die Veranstaltung in diesem Jahr steht unter der Überschrift „Inszenierung und Vertrauen“. Die Veranstaltung findet vom 10. bis 13. Dezember am Fachbereich Design der FH Dortmund, Max Ophüls-Platz 2 statt.

Die besondere Bedeutung dieses Themas für die Szenografie liegt darin, dass die Inszenierung von Vertrauen nicht allein denjenigen medialen Präsentationen und Ereignissen vorbehalten bleibt, deren Botschaften aus inhaltlichen Gründen die Aufgabe haben, für eine besondere Form der Kreditierung mit Vertrauen

um Vertrauen zu werben. Vertrauen in die Demokratie, in die Wirtschaft, in die Finanzen, in die Gesundheit, in die eigene Arbeitskraft, die eigene Kreativität, das eigene Genie. Vertrauen in Bildung, Wissenschaft, Familie, Kinder... Vertrauen in Vertrauen. Mit einer jeden szenografischen Aufbereitung solcher Themen verbunden ist zugleich die Aufgabe der ästhetischen Gestaltung. Die so kreierte mediale Form hat die Akzeptanz auch dahin, ja besonders dahin zu befördern, wo Fakten und Argumente allein nicht hinreichen. Was Darstellung ist, soll Ereignis werden, ein zufriedenstellendes Erlebnis, Effekt einer Vertrauensbildung, die nicht nur den Kopf anspricht. Doch sieht die szenologische Betrachtung hierin keine nur manipulative, grundsätzlich täuschende Praxis der Verführung, die mittels Ideologiekritik zu entlarven wäre. Vielmehr geht es um die Wirklichkeiten des Scheins, in denen Evidenzen der Erfahrung sich der Intentionen und Darstellungen annehmen. So hat der szenografische Entwurf die Chance, die Vertrauensfrage mit der Inszenierung zurück in die Selbstverständlichkeit szenisch sozialen Umgangs und entsprechender Evidenzerfahrungen lebendiger Akteure zu geben. Hierin liegt die Relevanz der „Vertrauensbildung“ für jedes szenografische Geschäft – auch über eine spezifische Inszenierung von Vertrauen hinaus. Die drei folgenden Initiativtexte wollen einige Facetten der Thematik beleuchten, um dafür zu interessieren und zum Mittun bei der Tagung im Dezember herzlich einzuladen.

Heiner Wilharm

I

Die derzeitige Finanz- und Konsumkrise zeigt, dass in der saturierten ‚westlichen‘ Gesellschaft die auf Vertrauen basierenden Kreditierungsformen gegenüber solchen des Beweises nicht ganz aufgegeben werden können. In einer Vertrauenskrise gilt es darstellbar zu machen, dass Kommunikation zwischen Menschen und Menschen und Dingen eine Ereignisform ist, keine Tauschform. Kommunikation ist, anders als (zahlenbasierte) Information, nicht reziprok. Wie in psychischen Erkrankungen sagt die Krise etwas über eine nicht gelungene Abwehr aus, zeigt unmaskiert die Frontalität der Welt dramaturgie. Die Deutung solcher Dramaturgie ist nicht auf den ‚sozialmedizinischen‘ Bereich beschränkt, sondern untersteht der Verantwortung derjenigen Professionen, die sich mit ästhetischer Urteilskraft beschäftigen. Die Krise ist das nicht aufgelöste Ereignis der Information. Entsprechend zeigt sie sich nicht als moralisches, sondern als Darstellungsproblem: Problem undurchschaubarer Produkte, Rechner gestützter Prozesse und astrologischer Wirtschaftswissenschaften, die eher symptomatisch mit dem Problem der Reästhetisierung von Prozessualität umgehen. Es fehlt zwar nicht an szenografischen Mitteln – dem Marketing entborgt – es fehlt an szenologischer Genese der zunehmenden Kluft zwischen den spezialisierten, ‚unsichtbaren Systemvorgängen‘ und den fetischisierten Dingresten, die pars pro toto auch im Bereich der Sinnendifferenzen das Problem der Übersetzung und Reduktion aufwirft. Die Vertrauenskrise als Ereignisform ist die Formulierung genau dieses Übersetzungsproblems von Kommunikation und Information. Man kann diese

These auch noch ein wenig weiter drehen: Erst die Krise ist das Rettungsmoment einer in Information erstarrenden Weltgesellschaft. Würden die Designprofessionen sich auf diesen Gedankengang einlassen, könnten sie sich, vor allem in einer szenografischen Soziologie neue Aufgabenfelder erschließen. In der Szene werden die Voraussetzungen der Kommunikation unter der Maxime der Unverletzlichkeit und Unteilbarkeit des Körpers durchgespielt und zwar so, als wären sie reversibel, indem sie den Körper als Archiv nutzen, das Archiv (Hort der Reproduktion) nicht zum abgelösten SchuldDingOrt wird.

Es fällt nicht schwer, eine historische Parallele zur derzeitigen Krise der ästhetischen Urteilskraft zu benennen. Es ist das Schelling zugeschriebene „Älteste Systemprogramm“, die Gründungsurkunde des Deutschen Idealismus. In ihm wird gefordert: „die Myth. muß philosophisch werden, und das Volk vernünftig, u. d. Phil. muß mythologisch werden, um die Philosophen sinnl. zu machen. Dann herrscht ewige Einheit unter uns. Nimmer der verachtende Blick, nimmer das blinde Zittern des Volks vor seinen Weisen u. Priestern. Dann erst erwartet uns gleiche Ausbildung aller Kräfte ... diese neue Religion unter uns stiften, sie wird das letzte, größte Werk der Menschheit seyn.“

Dass Schelling hier von Philosophen spricht, darf nicht stören, er meint die Wissenschaften insgesamt. Wesentlich ist deren Blick auf „Versinnlichung“ am Mittag der Französischen Revolution. Diesem Gespenst eines einmaligen gesellschaftlichen Ereignisses beizukom-

men, träumt Schelling wie später Schiller die poetische Weltgesellschaft. Poetisch meint hier die Kompetenz über die „Mythologien“ als unbewussten Genealogien der Darstellungs- und Inszenierungsformen gesellschaftlicher Selbstverhältnisse. Mindestens dieses Krisenszenario zeigt, dass es sich bei der Vertrauenskrise nicht notwendigerweise um eine Finanzkrise, sondern um eine ästhetische Krise handelt, in welcher dem Gespenst des Ereignisses das Gespenst des „Geistes“ entgegengesetzt wird.

Niklas Luhmann hat bereits 1968 darauf aufmerksam gemacht, dass nicht mehr ‚handelnde Personen‘, sondern ‚mediale Figuren‘ als Träger des Übergangs von Systemvertrauen in personales Vertrauen verantwortlich gemacht werden müssen. „Diesem Wandel entspricht, wenn man auf die inneren Voraussetzungen des Vertrauens erweises achtet, ein Übergehen von primär emotionalen zu primär darstellungsgebundenen Vertrauensgrundlagen.“ Die dritte Stufe nach der emotionalen und der darstellenden Epoche besteht darin, die zeitintensive Vertrauensinitiative als entkoppeltes Ereignisspiel dramatisch zu verdichten, um, kurz gesagt, die multimedialen Darstellungsformen selbst wieder an die Einheit des Körpers als Gedächtnis und Vertrauensort rückzubinden. Genau das aber heißt, in die Diskussion um die Frage des Selbstvertrauens und des Selbstbewusstseins einzusteigen, die der Deutsche Idealismus angestoßen hat. Wieder auf den allzeit unzuverlässigen Körper zu rekurrieren ist die Folge davon, dass die hedonistische Darstellungsformen der Medien keine Archive mehr bilden – und wenn sie welche bilden, ist, wie in Google, der Nachvollzug der Recherche genealogisch fragmentiert: informativ, aber nicht kommunikativ präsent.

Eine Krise ästhetischer Urteilskraft ist – nach Luhmann – dann zu konzedieren, wenn die Reduktions- und Verhüllungsinstanzen (Reklame und Design) nicht mehr in der Lage sind, die Spaltung zwischen Wissen und Glauben inszenatorisch zu maskieren, weil sie selbst zu

Agenten einer multimedialen Ausdifferenzierung geworden sind.

Es kann aber nicht einer Erneuerung der Religion das Wort geredet werden. Schelling bezieht sich denn auch harsch und kritisch auf das Christentum als „Afterglauben“ und die Analtäten des Geldes. Die „neue Religion“ versucht als Ästhetik kunstmäßig Wissen und Glauben im Vertrauen zu vereinigen. Im Vertrauensbegriff versteht Schelling den gleichermaßen positiven wie negativen Freiheitsbegriff, unter dem ein Volk überhaupt erst in Einheit aufgehen kann. Vertrauensverlust aktiviert als Angst die Unverfügbarkeit körperlicher Funktionen, die Unverfügbarkeit von Handlungsoptionen, die in Informationen wegdelegiert werden.

Inszenierung von Vertrauen meint dann die Techniken des Vergessens, Verdrängens, der Überblendung, Irritation und Verführung des Körpers in die gesellschaftlichen Handlungen so einzuführen, dass die Ambivalenz der Nothaftigkeit der Nichtwissbarkeit von Gedächtnisfunktion positiv als Freiheit erfahren wird. Diese positive Bestimmung von Freiheit und Ereignis wird, wenn sie erinnert wird, zum Ort der Phobie: Angst vor der Freiheit, Krise. Schlagwortartig formuliert: wir benötigen eine Kultur des Gedächtnisses und keine des Wissens – das aber setzt Vertrauen in die medialen Archive, ja erst einmal Archivierungsarbeit überhaupt voraus – also Verhinderung, dass sich die Ereignisse vollständig vom Körper ablösen und in den Raum explodieren.

Vertrauen ist demnach auch eine ontologische Kategorie, die als Operator der prinzipiellen Unmöglichkeit fungiert, gelebte Zeit reversibel verwenden zu können – das eben zu zeigen, bleibt Privileg szenisch-synchroner Präsenz. Es müsste auch tiefer noch ein Urmiss-Vertrauen als Sterblichkeitserfahrung angenommen werden, insofern der Tod nur als Erfahrung am anderen gemacht werden kann – der andere aber diese Erfahrung mir verweigert. Diese Verweigerung von Geburt und Tod als Ereignis ist Ursprung aller sadistischen Gewalt – aber auch die Quelle des Masochismus: der eigene Körper verweigert die Aufklärung über seine Gedächtnisfunktionen.

Die Kunstavantgarde hat dazu beigetragen, das Vertrauen ironisch zu destabilisieren, das die Naivität der Reklame mit soviel Fürsorge stabilisiert. Was sie allerdings immer versucht hat, war, in der Intimität von Künstler, Werk und Betrachter sinnliche Nähe zu suggerieren, um

in ihr Ent- und Verfremdungen lancieren zu können. In Design und Reklame dagegen sind ‚kreative‘ Sichtweisen gefragt, ohne dass die radikale Andersheit einer ‚Sichtweise‘ – die Blindheit – ins Blickfeld gelangt ist. Wie soll dagegen ein szenologischer Einwand greifen, wenn nicht eben als Reintegrationsfigur inflationärer Mediendiversifizierung? Selten, aber zunehmend wird in den Blick genommen, dass Differenz und Immanenz, diese dialektischen Systembegriffe ihre experimentelle Auszeit im Szenischen als solchem erfahren. Szenologie setzt eine Kenntnis der protomedialen Genesis technischer Ablösung (Produktion) inklusive deren Unablösbarkeitsmoment (Produktionsschuld – Medien) voraus. Die Szene ist die Darstellung ihrer selbst, sie gibt, was sie nicht hat – so schon die Formel für romantische Ironie. Sie ist performative, Opferlosigkeit simulierende Mehrfachbesetzung von Zeit-Räumen, mit der Pointe, dass es zu ihr keinerlei monomediale Überbietung gibt, weil sie ex negativo Medialität selbst kritisiert. Deswegen sind in jeder Szenografie die Eingangs und Ausgangsmomente von besonderer Bedeutung.

Das Kolloquium unter dem Thema „Inszenierung und Vertrauen“ will aktuell im Wechselverhältnis von Kritik und Krise gerade auch solche szenografischen Konzepte thematisieren, die in der Krise sich mit der Renormierung beschäftigen: Kitsch, Sentimentalität, Stamm-tisch, Schlagwort, Rausch und Ritual: die Rhetorik der Beschwörung einer guten alten Zeit, also jener Zeitlichkeit des erinnerten, verlässlichen Gedächtnisvollzuges. In der Kunst das Ornament und die Dekoration – kurzum alles, was die kleinbürgerliche Behaglichkeit, die Heimat einer vorgetäuschten Autonomie Vertrauen nicht einer entfernten Kraft verantwortet. Vielleicht genügt es, eine Inszenierung des Vertrauens aus der Geschichte der Bankfassaden oder ihrer Schalterhallen abzuleiten.

Hierzu gehört die Funktion der Krawatte, des Einstecktuchs und der Manschettenknöpfe als bourgeoises Vertrauensornat – der sprichwörtliche Anzug des Sparkassenangestellten, der, so schon Kracauer, sich nicht mehr als Arbeitszeug ausgibt, weil er im ewigen Grau die Dauer der Welt manifestiert. Aber auch besonders Rituale des absoluten Vertrauens archivloser Gesellschaften, deren Pfand und Kredit unter den unveräußerlichen Werten von Ehre und Ruf fungiert, wären anzusprechen: die Mafia, die Sekte, der Aufsichtsrat. Alles funktioniert

hier automatisch, heilgeschichtlich programmiert und krisenfest, eben weil es keine einsichtbaren Archive und Ereignisreversionen, sondern nur Inszenierungs- und Ritualisierungsformen gibt. Wir müssten uns den Indizes der Kursverläufe widmen, ihrer Diagrammatik und Rhetorik – etwa im Vergleich zum Wetterbericht oder der Bundesligatabelle, also den Werten auf die Zukunft, zu denen auch, so Sloterdijk, die ganze Gemeinde der Betriebs- und Volkswirte neigt – allesamt weniger Wissenschaftler, die mit Informationen Astrologie betreiben, also der unbewussten oder sogar szenografischen Vertauschung von innerem und äußerem Gedächtnis arbeiten. Kurz, es ist nicht die technische Ausdifferenzierung, die Vertrauen schafft, sondern es sind die alltäglichen Rituale – das, was sich nach einem Wort Freuds – dem einzigen Theoretiker des Vergessens – „von selbst versteht“. Nur die Gabe, die vergessen wird, so Derrida, ist echt. Was hieße das für die psychoanalytischen Gedächtnismodelle?

Wo beginnen Vertrauen, Vertraulichkeiten und Vertrautheiten? Bei der Fußmatte, dem Klingelknopf, dem Türspion oder den längst in die Privatsphäre eingedrungenen Interfaces? Gesundes Misstrauen, blindes Vertrauen – was sagt die Gesundheitsvorsorge, was sagen die Praxiseinrichtungen und Wartezimmer, deren Geschäft mit der Angst als vertrauliche Vorsorge unter die Haut geht? Je mehr Wissen desto weniger Vertrauen? Wie ist das Verhältnis von Vertrauen und Schuld in mafiösen Organisationen, wie in der Parteiendemokratie geregelt? Gibt es szenografische Techniken der vorbereitenden Vertrauensbildung? Zählt darin nur die Dicke der Teppiche, die historische Bewährung oder auch die versachlichte Kompetenz informationeller Vernetzung, der Tiefenraum historischer Erfahrung oder der virtuelle Raum allgegenwärtiger Präsenz? Wie bildet sich aus Vertrauen Autorität und Kompetenz?

Wenn wir für Vertrauen und nicht zuletzt Finanzierung und Besuch unseres Kolloquiums werben müssten, könnten wir den Spruch einer bekannten Bank, deren Image gerade im Keller ist, zitieren: „Vertrauen ist der Anfang von allem.“ Die Beweisführung dieser Aussage steht ebenfalls im Kolloquium als Inszenierung von „Inszenierung und Vertrauen“ an.

III

In der Tat: „Vertrauen ist der Anfang von allem“. Die allenthalben zitierte Werbebotschaft der Deutschen Bank aus dem Jahr 1996 darf als beispielhafte Metaszenografie für die Inszenierung von Vertrauen gelten. Und sicher nicht der Slogan, sondern erst der Spot zum Claim vermittelt die Message zum Medium. Die Bank gab sich darin optimistisch. Offenbar mochte sich zu dieser Zeit niemand vorstellen, dass die Selbstinszenierung eines Kreditinstituts einmal nicht mehr auf die soziale Evidenz der Kreditierung durch Vertrauen würde vertrauen dürfen. Zu Recht, wie man heute sagen kann. Das sollte nicht überraschen. „Aus dem Nichts wieder aufgebaut. Geteilt und zusammengefunden. Viel erlebt und viel erreicht – und gut gerüstet für die Zukunft“. In diesem Sinne gratuliert die Deutsche Bank sich selbst Mitte Mai 2009 zum 60sten Geburtstag der Bundesrepublik. Mitten in der „tiefsten Rezession seit dem Zweiten Weltkrieg“ sind die Börsenkurse der Bank mit dem Namen dieser Republik im Laufe dreier Monate um 140% gestiegen. Ist man, geschockt von der so genannten Finanzkrise, in Kritiker wie Analytikerkreisen geneigt zu behaupten, dass Kreditierung sich nicht im Himmel sondern auf der Erde gesunder Absicherung durch die „Realwirtschaft“ abspielen müsse, wenn solche „Fehlentwicklungen“ verhindert werden sollen, zeigen Kurs, Kredit und Schulden doch schlagend, dass im Gegenteil solch materialistische Überzeugung die Mystifikation darstellt. Eine systematische Verkennung. Bestechend indes, dass weder die gegenwärtig grassierenden Diagnosen noch die damit einhergehenden Ratschläge zur Krisenbewältigung ernsthaftes Interesse an der Realität des Phantasmas indizieren. Statt dessen wird die durch nichts zu begründende Hoffnung genährt, dass solcher Fetischismus nur zeitweilig und quasi aus Versehen zum Zuge gekommen sei und alles schnell wieder in Ordnung komme, wenn der Kredit nur an die Reichtumsproduktion in Gestalt realer Güter gebunden werde.

Früher schon als die derzeit weltweit galoppierende „Neuverschuldung“, die die Krisenanalysen karikiert, hätte der Dreißigsekünder der Deutschen Bank aus den 90er Jahren aus eines Besseren belehren können.

Es handelt sich offensichtlich nicht um eine neue Verschuldung. Denn Vertrauen ist der Anfang von allem. Die Geschichte führt uns zwei wichtige Dinge vor Augen. Zum einen werden wir darauf hingewiesen, dass in Ereignis und Erleben wenig Platz ist für 'inszeniertes' Vertrauen, also auch nicht für Kalkulationen und Risiken, soweit sie zu ihm zu gehören scheinen. Dort, wo wirkliches Vertrauen herrscht, muss und soll dies immer das ganze Vertrauen sein, dasjenige das als emotionale wie rationale Befindlichkeit gerade notwendig und hinreichend ist, Handlung und Urteil zu bemessen. Deshalb muss es immer den gesamten Vertrauensvorrat einer Person ausschöpfen. Ob in persönlichen Verhältnissen oder unter den Bedingungen geforderten „Systemvertrauens“ (Luhmann). Niemand kann ein bisschen vertrauen; dies hieße nichts anderes als zu misstrauen, mit allen Folgen. Zum anderen wird uns gezeigt, dass solche Empfindungs- und Überzeugungsbefindlichkeiten wie Vertrauen nicht nur als uns anstehend zu gelten haben – denn nichts entbindet die Akteure im gesellschaftlichen Verkehr davon sich vertrauenswürdig zu geben –, sondern ebenso als bildbar, herbeiführbar. Die Dialektik von Vertrauensweis und Vertrauensbildung besteht nun gerade darin, die Bildung auf dem Weg der Gestaltung von Evidenzen des Erweises zu betreiben. Wir lernen, dass die eingesetzten Darstellungs- und Überzeugungsmittel sowohl beispielhaft sind als auch selbstbezüglich. Denn die Aufführung passender Szenen zeigt sich nicht nur im Bildraum exemplarischer Inszenierung. Die Inszenierung betrachtet die von ihr verantwortete Aufführung nicht allein als Projektion einer für die Zukunft erwarteten Wiederholung in die Vergangenheit gegenwärtig erlebter Vertrautheit im phantasierten szenischen

Raum einer familiären Bindung mit dem Vater als erstem Signifikanten. Die paradigmatische Ordnung der Familie, inszeniert als Evidenz sozialer Systembeziehungen nicht weniger denn als Evidenz kreditierter Kredit- und Schuldbeziehungen, empfiehlt als passende Haltung ein Zugleich von Regression und Sublimation. Der Vater, der die Mutter verbietet, will den Söhnen weismachen, dass es nichts aufzurechnen gäbe, dass alles Gabe sei. Sie sollen sich fühlen wie die Säuglinge und handeln wie die Nachfolger, die ins Geschäft der Erwachsenen eintreten. Als Kind gleichsam soll der Konsument zugleich die Rolle des verantwortlichen Partners geben, um sich dann wiederum wie ein Kind dem naiven Vertrauen gegenüber den Phantasmen des Kapitals zu überlassen. Die mediale Demonstration ist hier wie sonst zugleich inszenierte Praktik, Praxis einer Inszenierung, in diesem Sinne Manifestation, die als solche immer ein massives performatives Interesse am tätigen Vertrauen aller Beteiligten geltend macht. Echtem Vertrauen. Hierfür stet die Szene des Anfangs. Das Bild des Vaters, der mit dem Sohn an der Hand durch den sonnendurchfluteten Hochwald wandert, transportiert alle Evidenzen eines Claims, die dieser selbst mit der Unzulänglichkeit eines jeden Satzes verliert. Das Kind hängt an den Lippen des Vaters. Der Vater erklärt ihm die Welt. Das Vertrauen ist eines von Anfang an, ursprünglich, ungetrübt, natürlich. Vor jeder Anstrengung der Semiose, vor jeder Gefährdung durch Objekt und Symptom. Die Inszenierung, zu der die Szenografie hier bestimmt, gilt einer Szenifikation, die ganz bei sich ist, die nur diejenigen, die der Szene beiwohnen, interessiert und die alles andere vergessen macht. Keine Gedanke an dramaturgische oder medientechnische Effekte, manipulative Absichten. Sichanvertrauen in diesem Sinne heißt auch zuzugeben, dass das alles so passt, wie es mir erscheint, vielmehr passte, wie es mir erschien. Zweifellos lässt sich das nur in einer Ersten Person sagen, später. Es ist das Identifikationsmerkmal dieses Vertrauens, dass es, einmal gefasst, das vage Bewusstsein einer veranlassenden Szenografie, die damit möglicherweise einhergehende Skepsis gegenüber der Herstelltheit des Erlebnisses, gar ihren Zwecken, zugunsten der szenischen Performativität des Ereignisses hic et nunc vergessen macht. Die Zeit ist außen vor und mit ihr das Risiko. Vergessen im Maße der sinnlich emotionalen und sachlichen Überzeugungskraft dessen, was gerade ist, gespielt wird, mir widerfährt. Und deshalb ist ein Bewusstsein von Intendiertem, fremden oder eigenem, dort nicht anwesend. Und wenn es sich meldet, liegt regelmäßig der Grund vor, dass es nach seiner Berechtigung fragt, mithin eine Störung anzeigt. Wir haben es mit der Tatsache eines 'Phänomens' zu tun, dessen Phänomenalität in seinen Effekten liegt, zu denen gehört, im Ereignis selbst nicht zu erscheinen.

Die Inszenierung von Vertrauen, die auf diese Weise nun aber offenkundig in Szene gesetzt wird, erweist zugleich mit der Etablierung einer Möglichkeit szenischen Erlebens die damit verbundene Notwendigkeit der Erzeugung von Vertrauen in die Inszenierung und die Szenografie desselben. Die Evidenz der Bildkraft ist einer der Effekte dieses Phänomens, das sowohl Resultat ist der Ästhetisierung der Botschaft im Entwurf als auch der Reästhetisierung der Inventio in der gelebten Praxis der Szene. Letztere aber entscheidet allein über das, was sie ist und aus ihr wird, ihren 'Erfolg'. Zwischen beiden aufgespannt sind Raum und Zeit, weswegen Topologie und Geschichte beitragen müssen, die Verhältnisse zu entwirren. In der Varianz des Signifikanten taucht das Phänomen, das selbst nicht erscheint, auf als ein Effekt der Evidenz solchen Ereignisses und Erlebens am Ort des Ereignisses. Darum ist „Vertrauen der Anfang von allem“. Am Ende des Spots, die Bilder sind gegangen, denn die Realität des Geldes ist abstrakt, bleibt davon nur ein Satz, ein Wort. Doch ist das Menetekel noch nicht ausgesprochen und nicht an die Wand geschrieben, da ist es schon verblasst, verschwunden und an seiner Stelle erscheint das Bild des Anfangs, der ursprünglichen Szene des Vertrauens, welche die Wahrheit des Wortes ist, notwendig ein Schein. Am Anfang war das Bild.

Zwischen diesem Anfang und jenem Ende, das sich nur vom Anfang her versteht, finden wir die Variationen und Gestalten des Vertrauens, die zu erörtern das Symposium sich vorgenommen hat. Betonen wir das Vertrauen mehr und weniger die Offensive einer Vertrauensoffensive, besagt das 'Gesetz des Vertrauens' – so zeigt es die Deutsche Bank –, dass Vertrauen nicht mit Vertrauensbildung sondern mit Vertrauenserweisen zu beginnen habe, quasi mit einer Demonstration, zur Gemeinschaft der Zivilisierten zu gehören – auf die man vertrauen. Man kommt quasi nur zu Besuch, teilt höflich Präsenten aus und darf erwarten, dass sich die Beschenkten anständig, des Vertrauens

„würdig“ benehmen. Schließlich haben sie es gelernt und sind es gewohnt. Wann immer sich Gelegenheit findet wird, das Präsent als Surplus in Rechnung zu stellen, wird, wer früh beginnt, die Posten zu sammeln, befriedigt feststellen können, dass er vordem zu Recht auf die Zukunft setzte. „Die „rituellen Gaben nämlich sind bereits Symbole in dem Sinne, indem 'Symbol' einen Vertrag bedeutet [...], nicht für den Gebrauch bestimmt“. (Lacan) Was jeder weiß, der sich des medialen Überangebots an „Werbegeschenken“ bald nicht mehr erwehren kann. Aber fürs zukünftige Geschäft, das erst einmal kreditiert werden will, zählen sie doch. Und der Anfang von allem ist – Vertrauen. So setzt die Gabe einen Anfang, damit die Offensive beginnen kann. Denn Vertrauensoffensiven sind eben auch Offensiven. Und da hat der Kredit, vorübergehend objektiviert in einem Symbol vermeintlichen Tauschs, am Ende den Kreditnehmer auf der Rechnung. Nicht der Gegenstand der Verhandlung, vermeintliches Geschenk, dann aber doch Ware, ist Opfer, sondern der Partner im Vertrag kann leicht dazu werden.

Je nach dem, ob „Offensive“ die Metapher und „Vertrauen“ die gemeinte Haltung bezeichnet oder „Offensive“ die gemeinte Haltung apostrophiert und Friede zur Metapher wird, changiert die Oberfläche der medialen Strategie. Zusammengenommen erscheint ein Paradox, ein realistisches Paradox allerdings. Denn es beschreibt nichts als die Wirkung eines realen Scheins: dass die Handlungszwecke des Szenografen wie seiner Auftraggeber nur erreicht werden, wenn sie verborgen bleiben, und statt des intendierten Gewinns die eigene Verausgabung erscheint. An der Erfindung solchen Scheins, offenbar Bedingung eines „reflektierten Sicheinlassens auf Fiktionen“ (Luhmann), kann die Inventio die Szenografie niemals sparen. Schon fürs eigene Vertrauen ins „System“ braucht sie ihn.

Schaut man auf einen Anfang, der zugleich Ende ist, ein Ereignis medialer Präsenz und Performanz, mag sich die

Unterhaltung für einen Augenblick tatsächlich als Verausgabung brüsten. Schließlich kostet die Produktion. Das in einer Darstellung hingegen mit jedem „Anfang“ hypostasierte „Ende“ erweist derartiges 'Opfer' schon als auf Dauer intendiertes Verhältnis – friedlicher oder weniger friedlicher Art, berechenbare Regelungen antizipierend, gewaltsame Austragung aber keineswegs ausschließend. Denn „zwischen gleichen Rechten entscheidet die Gewalt“. (Marx)

Deshalb zu glauben, die Wahrheit eines jeden Geschenks wäre seine Waffe, verkennt wiederum die Struktur des Signifikanten. Es zählt die Realität des Scheins, nicht die Kritik der Täuschung. Will man von Anfang an nur Kalkül sehen, wo normalerweise zu kalkulieren noch gar kein Grund besteht, wird man wie Luhmann davon sprechen, dass der Vertrauende dem Partner, den er gewinnen möchte, immer eine „riskante Vorleistung“ (Luhmann) entgegen bringen muss. Doch derart eigensinnig werden wir keinen Zugang zum Vertrauen finden. Denn zu vertrauen heißt ohne Zweifel allererst: keine Kalkulation, keine Bilanz, kein Risiko. Dafür leibliche Präsenz ohne Schuld oder Verschuldung. Indes, szenisch leibliche Präsenz bedeutet nicht, dass Verletzung ausgeschlossen wäre. Im Gegenteil. Aber es bedeutet die Möglichkeit, sie zu überstehen. Des Vertrauens wegen. Wenn ohnehin nur Verlust und Gewinn, Kalkulation und Bilanzierung auf der Agenda des Vertrauens stünden, warum dann der inszenatorische Aufwand für die szenische Performanz „spontanen Vertrauens“? Warum nicht dann nur überzeugende Rechenbeispiele? Weil die Szenografie des Vertrauens weiß, was jede Szenografie eines Ereignisses weiß, dass sich im Ereignis entscheidet, was ihr Effekt ist. Was zu begründen vermag, dass die Strategie zu vertrauen ihr Vertrauen besitzt, um vertrauen zu machen. Vertrauen ist der Anfang auch von Vertrauen. Und nur deshalb ist die Figur so bedeutsam für das Geschäft der Inszenierung und eine Szenografie des Vertrauens, die solche Geheimnisse wirken lassen kann und will, ohne sie zu verheimlichen. Und zweifellos auch damit Vertrauen schafft.

Wie kann es sein, dass das Vertrauen ins Vertrauen für den Zusammenhalt der Systeme so bedeutsam werden kann – so bedeutsam, dass unter diesem Gesichtspunkt überhaupt nur noch die Vertrauensbildung und die damit einhergehenden Wetten und Berechnungen ins Gewicht einer systemischen Soziologie fällt –, ohne dass die Verdrängung der Gründung desselben im naiven 'Vertrauen der Schwäche' zu entsprechenden individuellen und sozialen Neurosen führt? – Auch dass sollte eine Dimension der Diskussion des Kolloquiums sein.

Heiner Wilharm

III

In der Sektion ‚Kunst, Design und Architektur‘ möchte das Szenografie-Kolloquium auf die Bildenden Künste fokussieren, um darzulegen, wie einerseits allgemein Vertrauen in diese gesellschaftlichen Subsysteme und andererseits in deren jeweilige Systemkomponenten, z. B. in die sichtbaren künstlerisch-gestalterischen Artefakte, prozessiert wird. Wie mit künstlerisch-gestalterischen Interventionen und Interventionen Vertrauen in unserer Lebenswelt kultiviert wird. Davon ausgehend, dass die derzeit virulenten Diskussionen über diverse Vertrauenskrisen in der Gesellschaft eigentlich eine grundsätzlichere Krise der Kompetenzen verdeckt, soll eruiert werden, welche Voraussetzungen, Fähigkeiten und Fertigkeiten daran mitbeteiligt sind, um zwischen unterschiedlichen Kommunikationspartnern eine atmosphärische Szene des ‚totalen‘ Vertrauens aufzubauen. Vertrauen müsste damit als etwas definiert werden, dass nicht per se besteht, sondern sich immer erst zwischen Partnern entwickelt und ereignet. Es hat für alle Seiten eine performative Qualität. Denn alle Dialogpartner sind mit ihren jeweiligen Erwartungen und Haltungen als maßgebliche Akteure an dem Aufbau einer Bühne konstitutiv beteiligt, auf der als Auftakt eines zukünftigen Schauspiels als erster Akt Vertrauen in der ‚Gegenwärtigkeit‘ totaler Sichtbarkeit mit mehr oder weniger bewussten szenografischen Mitteln aufgeführt wird.

Vertrauen ist somit gleich in mehrfachen Sinne ein szenisch dichtes Präludium für den weiteren Gang eines Versatzstück und dialogreichen, aber völlig offenen Schauspiels, das die Zukunft zu antizipieren hofft und Erwartungen an sie letztlich zu aller größter Zufriedenheit erfüllen soll. Zum glücklichen Ende rechnen dann auch Bestätigung, Gewinn und Glück – sie sind schließlich der zentrale Motor für risikoreiche Investitionen der Gegenwart in eine nicht mit voller Sicherheit zuverlässig

prognostizierbare Zukunft. Denn wäre diese absolut vorhersehbar, bedürfte es schließlich auch nicht der Etablierung einer Szene der Atmosphäre von Vertrauen, sondern eine des rein nüchternen Evidenzbeweises. Man würde logisch, objektiv und rational operieren, und sich nicht der überschwänglichen Poesie von Sinnlichem bedienen und auf eine irrationale Intuition setzen.

Gleichwohl gehört es zu den Charakteristika einer mit szenografischen Mitteln bestückten Aufführung, dass ihre elaborierte Bühnenszenierung generell den Blick hinter die Kulissen verwehrt. Die Sicht hinter die Fassaden der szenografischen Aufbauten und sichtbaren Ästhetiken muss verwehrt bleiben, um das Moment der gemeinsamen Täuschung für alle Akteure, den Performern wie dem Publikum gleichermaßen, im Spiel zu halten. Im Regieplan der Akte der (Auto-) Suggestion sind Enttäuschungen bis zum letzten Vorhang nicht vorgesehen. Konkret und überspitzt formuliert, ist es für die Inszenierung von Vertrauen wirklich nicht von Frage, ob hinter jeder Performanz auch lauter lautere Absichten stecken. Wer vertraut, der weiss immer auch um die Möglichkeit der Täuschung und des Betrugs – allein alle beteiligten Parteien sind um die Reduktion dieses Einstiegrisikos, der Ungewissheit und der Nicht-Garantien, sowie des damit zusammenhängenden potentiellen Verlusts bemüht.

Vertrauen ist in den verschiedensten Milieus unserer Kultur immer ein in höchstem Maße emergentes Phänomen von Systemen; das heißt, es wird aus der internen Kommunikation einer Gruppe heraus, zum Beispiel der des Kunstsystems mit seinen unterschiedlichen Rollenakteuren, konstruiert. In ihm synthetisieren sich auch Werturteile, Normen, Meinungen und Haltungen, die die Gruppe stillschweigend miteinander teilt und systemisch zusammenhält. Nicht immer zu voller Gänze miteinander

geteilt werden können allerdings Fähigkeiten, Fertigkeiten und die Verwirklichung diesersam verfolgten Kompetenzen, weshalb diese auch auf Zeit delegiert werden. Vertrauen gibt es schließlich immer nur, wenn der Vertrauende auch sein zu Vertrauendes findet.

In den Bildenden Künste möchte man dabei indes den Akteuren heute immer auch den bekannten Werbeslogan nachrufen: ‚Vertrauen Sie nicht nur auf ihr Talent! Entwerfen Sie kongeniale Codes für Ihr Genie!‘ Die Delegation der Kompetenzen möchte frühzeitig ihre (Rück-) Versicherung und Bestätigung finden. Authentizität, Glaubwürdigkeit, Personalisierung, Wahrhaftigkeit, Verlässlichkeit und Verbindlichkeit sowie Stringenz usw. sind hier die Schlüsselwörter szenografischer Praktiken im Dienste der Demonstration von Kompetenz.

Wie werden also künstlerisches Talent, designerische Qualität oder entwerferische Sicherheit als szenografische Codes mitreflektiert und bereits im Produkt/Artefakt inszeniert? Erklärt sich so das Phänomen Meta-Referenz? Welche Rollentypen werden dafür ferner ins Spiel gebracht? Welcher Vertrauen weckender Szenarien bedienen sich dabei die offiziellen Institutionen und privaten Organisationen der Präsentation und Vermittlung, u. a. die Galerien, Ausstellungshallen, Museen, Auktionshäuser, Messen, Märkte, Magazine und Medien, um für eine Investition (ideell oder monetär) in die Künste aktiv zu werben. Und welchen Bonus und Profit nehmen danach, die voll auf Kunst, Design und Architektur vertrauensvoll Investierenden (Spekulierenden?), etwa die Sammler, Kuratoren und Auftraggeber, wiederum umgekehrt davon an Vertrauen für ihr soziales Ansehen in unserer Kultur mit? Gibt es dabei im Zeitalter so genannter inszenierter Lebenswelten heute gravierende Unterschiede zur Geschichte und Tradition zu beobachten? Auch die Kunstszene scheint in Damien Hirsts 99 Millionen Pfund teurem Diamantenschädel ‚For the Love of God‘ in diesen Tagen immerhin auch ihr eigenes spektakuläres Krisen-Erlebnis zu erfahren. Kunst – also schon immer nicht nur eine Frage des (guten) Geschmacks, sondern vielmehr des Vertrauens? Wir werden sehen! Und dabei vermutlich endlich deutlich vor Augen erkennen müssen, dass auch die Ästhetiken der szenografischen Praktiken hier ein unheimlich Alles durchdringendes Regime von versteckten Überredungskünsten, Überzeugungsstrategien und Handlungsanweisungen an ihre Adressaten sind.