

Das desinteressierte Publikum = Le public blasé = An uninterested public

Autor(en): **Kielmayer, Oliver**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Kunst = Art suisse = Arte svizzera = Swiss art**

Band (Jahr): - **(2004)**

Heft 2: **Here we are! : Kunst und Öffentlichkeit = Here we are! : art et public**

PDF erstellt am: **13.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-625414>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

DAS DESINTERESSIERTE PUBLIKUM

Oliver Kielmayer

Kunst im öffentlichen Raum charakterisiert sich weder durch einen primären Zusammenhang zu Raum und Architektur noch durch andere inhaltliche Merkmale. Eine durchgehende Besonderheit bilden vielmehr die Rezipienten der Kunstwerke, die ein durch jeweils verschiedene Gegebenheiten strukturiertes Publikum bilden, das vor allem eines gemeinsam hat: das fehlende Interesse an bildender Kunst.

Die Frage nach dem Verhältnis von Kunst und Öffentlichkeit stellt sich nicht nur dann, wenn Werke der bildenden Kunst weder in einem privaten Raum noch in einem Museum ausgestellt werden, sondern auch, wenn sie sich (in einem musealen oder gar privaten Kontext) mit Fragen und Problemen der Öffentlichkeit oder dem öffentlichen Raum beschäftigen. Bisweilen fällt auch beides zusammen, doch die Schlussfolgerung, dass Kunst im öffentlichen Raum mit Kunst gleichzusetzen sei, die sich mit Öffentlichkeit auseinandersetzt, ist keineswegs zwingend.

Lange Zeit bedeutete Kunst im öffentlichen Raum nichts anderes als das Aufstellen eines Kunstwerkes an einem öffentlich zugänglichen Ort. Das innerhalb der Kunst selber erwachende Interesse an Öffentlichkeit revolutionierte diese Praxis, denn während es zuvor um mehr oder weniger autarke künstlerische Setzungen ging, die auf die Umgebung keinerlei direkten Bezug nehmen mussten, so gab es plötzlich mehr und mehr Kunstwerke, die auf sozialgeografische Gegebenheiten reagierten und mit diesen zu arbeiten begannen. Land Art als ein Extrembeispiel für die Integration räumlicher Möglichkeiten fand sein sozialgeografisches Pendant (historisch später) in partizipativen Ansätzen, die Kunst im öffentlichen Raum als Möglichkeit zu einem sozialen Engagement verstanden. Beide Strategien sind mittlerweile zu eigentlichen Standards geworden, wobei dies keineswegs selbstverständlich ist: Sämtliche Formfindungen der bildenden Kunst haben ein Anrecht auf ein Dasein im öffentlichen Raum.

Heute können fast alle Aspekte der Öffentlichkeit in der Kunst thematisiert werden, umgekehrt tauchen auch immer mehr Aspekte der Kunst in der Öffentlichkeit auf. Mittlerweile gibt es eine kaum mehr überschaubare Anzahl von Kunstprojekten und -initiativen, die sich mit Öffentlichkeit auseinandersetzen und im öffentlichen Raum

stattfinden. Viele davon sind aus künstlerischer Perspektive ohne jeden Zweifel gelungen, doch vermisst man häufig eine kritische Beurteilung hinsichtlich des spezifischen Mehrwertes von Kunst im öffentlichen Raum. Die Vermischung von Kunst und Öffentlichkeit innerhalb der Kunstwerke selber hat wenigstens deutlich gemacht, dass ein Erfolgskriterium nicht in dadurch angeregten öffentlichen Debatten liegen kann.¹ Dann schon eher darin, inwiefern es der Kunst gelingt, ein neues Publikum für sich zu gewinnen.

Die Chance, neue Leute für die bildende Kunst zu begeistern, darf nicht als anbiedernde Geste missverstanden werden; es geht noch viel weniger darum, die Kunst den Erwartungen der Öffentlichkeit entsprechend zu gestalten. Kunst im öffentlichen Raum muss vielmehr als eine der ganz wenigen Chancen erkannt werden, den üblicherweise innerhalb eines interessierten Publikums stattfindenden Kunstdiskurs aktiv nach aussen zu tragen und jenseits des eigenen Systems vorzustellen. Das Publikum, das ungefragt mit Kunst konfrontiert wird (und dies keineswegs immer zu schätzen weiss), mag aus der Künstlerperspektive wohl eine erschwerende Bedingung sein, aus der Vermittlerperspektive verbirgt sich darin jedoch ein grosses Potenzial. Fragen der Vermittlung spielen in der Tat eine ausgesprochen zentrale Rolle; und schon scheint der typische Kunst-im-öffentlichen-Raum-Künstler jener zu sein, der sich gerne mit Fragen der Kunstvermittlung auseinandersetzt. Weil aber die Beschränkung auf Künstler mit einem solchen Interesse gerade dann, wenn es darum geht, für die Kunst insgesamt zu begeistern, zur fatalen Einschränkung würde, sind Kunstprojekte im öffentlichen Raum nicht bezüglich ihres Inhaltes zu beurteilen, sondern wie sie diesen Inhalt als künstlerische Formfindung vermitteln.



Baden in Milch und Honig, (Infolge 4),
 Jos Näpflin, 2000, Baden.
 Foto: Jos Näpflin

Die drei im Folgenden vorgestellten Projekte zeigen Ansätze, wie die Publikumsanalyse sowohl aus der Perspektive der Künstler als auch aus jener der Vermittler das Erscheinungsbild von Kunst im öffentlichen Raum beeinflussen kann. Thomas Hirschhorns „Musée Précaire Albinet“ in Paris liegt eindeutig ein künstlerisch motiviertes Interesse an Vermittlung zugrunde; bei Infolge, Daniel Robert Hunzikers Siegerprojekt in Zusammenhang mit den Umbauten am Bahnhof Baden, wird dann die Rolle deutlich, welche den Instanzen und Kommissionen der Vermittlung zukommt. Das Projekt „Vote 4 Art*“ von PricewaterhouseCoopers in Zürich ist schliesslich ein Versuch, die Publikumsanalyse vollständig in das von der Kommission vorgeschlagene Wettbewerbsverfahren zu integrieren und derart den KünstlerInnen die Art und Weise ihrer inhaltlichen Auseinandersetzung ganz und gar selber zu überlassen.

Thomas Hirschhorns künstlerisches Werk ist massgeblich von öffentlichen Auftritten geprägt. Bereits 1998 begann er mit der Installation von Kiosken und Altären an öffentlichen (Un-)Orten, in denen er von ihm verehrte Schriftstellerinnen oder Künstler vorstellte. 2002 wurde dieses Prinzip an der Documenta XI in Kassel noch einmal erweitert, indem er sein „Bataille-Monument“ mit Hilfe von jugendlichen Anwohnern aufbaute, die ansonsten desillusioniert und bisweilen gewalttätig in diesem Wohnquartier herumlungerten. Das „Bataille-Monument“ war ein Bild- und Textarchiv zum Philosophen und Schriftsteller Georges Bataille, ein Veranstaltungsort für Diskussionen sowie ein Vorführort eigener Videodokumentationen, gleichzeitig jedoch auch ein neuer Treffpunkt für die Leute des Quartiers. Auf den ersten Blick schien das „Musée Précaire Albinet“, 2004 in Paris initiiert, eine nur leicht veränderte Neuauflage dieses Konzeptes zu sein, denn wiederum ging es um ein Projekt auf Zeit, das in einem der heruntergekommene

nen Stadtquartiere stattfand. Als Problem des Bataille-Monuments wurde häufig der eigentliche Inhalt bezeichnet, sprich Bataille selber. Viele von Hirschhorns Anliegen – das konstruktive Engagement für eine Sache, die befriedigende Tätigkeit des Handwerkens, der plötzlich existierende Mittelpunkt im Quartier (der immerhin mit dem Interesse der internationalen Kunstszene rechnen konnte!) – wurden zwar eingelöst, aber dass der eigentliche Kern der Sache, die Person und das Werk Batailles, den Jugendlichen derart näher kam, durfte angesichts der Komplexität von dessen Schriften in der Tat bezweifelt werden. Das Besondere am „Musée Précaire Albinet“ lag nun darin, dass eine Intervention der Kunst im öffentlichen Raum nicht mit einem bildungspolitischen (oder anderen) Inhalt aufgeladen war, sondern wiederum mit Kunst selber. Das Projekt sah den Aufbau eines temporären Museums im Quartier mit Hilfe ansässiger Jugendlichen vor, in dem anschliessend Ikonen der Kunstgeschichte vorgestellt und diskutiert werden sollten. Im Aufbau wurde – wie bereits beim Bataille-Monument in Kassel – ein schöpferischer Prozess nachvollzogen; der liegt aber jedem Kunstwerk zu Grunde und ist eine Quelle künstlerischer Befriedigung. Durch die anschliessende Nutzung der neuen Struktur für die Präsentation von Originalwerken von Malewitsch, Dalí, Le Corbusier, Mondrian, Léger, Duchamps, Beuys und Warhol wurde jedoch darüber hinaus eine gleichfalls der Kunst inhärente Qualität erfahrbar gemacht, nämlich die Macht des visuellen Erlebnisses und der damit verbundene ideelle Reichtum.² Im „Musée Précaire Albinet“ wurde die Kunst somit in keiner Weise mehr instrumentalisiert (um etwa einen sozialkritischen oder bildungspolitischen Inhalt zu vermitteln), sondern stand plötzlich selber im Mittelpunkt; sie konnte als echte Alternative vorgeführt und erlebbar gemacht werden. Der Mehrwert für die Anwohner im Quartier war nicht mehr zweigeteilt in die kreative Mitarbeit bei der

Schaffung eines andersartigen, inhaltlich positiven Treffpunktes einerseits und der Rezeption eines (philosophischen) Sachverhaltes andererseits, vielmehr entsprach die Aktivität der partizipierenden Bevölkerung exakt dem zu vermittelnden Inhalt selber. Hirschhorns Intervention in Paris führte nicht nur exemplarisch vor, wie ein desinteressiertes Publikum für eine Sache begeistert werden kann, sondern gleichzeitig, dass diese Sache die Kunst selber sein kann.

Desinteresse kann sich auf ganz unterschiedliche Weise äussern. Was für ein Stadtquartier in Paris gilt, in dem den Jugendlichen jede Zukunftsperspektive fehlt, muss für andere Orte natürlich nicht gelten. „Infolge“ hiess Daniel Robert Hunzikers Siegerprojekt eines Wettbewerbs, der 1998 in der Stadt Baden anlässlich der Umgestaltung des Bahnhofareals ausgeschrieben worden war, und das in ganz anderer Weise das Publikum einzubinden versuchte. Im Unterschied zu Hirschhorn war dieses Projekt eine durch einen Wettbewerb angeregte künstlerische Auseinandersetzung, die Realisierung verdankte sich deshalb auch massgeblich einem Juryentscheid. Gemeinsam mit Hirschhorns „Musée Précaire Albinet“ ist „Infolge“ der Eingriff auf Zeit und die Abkehr von der Vorstellung von Kunst im öffentlichen Raum als einem bleibenden Monument. Statt für das neue Bahnhofsareal ein Identität stiftendes Kunstwerk zu entwerfen, beschloss Hunziker, fünfzehn verschiedene Künstler einzuladen, um im jeweiligen Stadium der Umbauarbeiten eine künstlerische Intervention zu realisieren; dies konnten Performances ebenso gut wie Installationen auf Zeit sein. Die vollkommen andere Erscheinungsform von „Infolge“ gegenüber Hirschhorns „Musée Précaire Albinet“ verdeckt dabei den Umstand, dass der künstlerische Eingriff sich einer durchaus vergleichbaren Standortanalyse verdankt, nämlich dem Fokus auf das Publikum. Am Bahnhof Baden kann von herumlungernenden Jugendlichen höchstens in Ausnahmefällen die Rede sein, der Ort gehört ganz und gar den Pendlern, die so schnell wie möglich entweder zur Arbeit oder nach Hause gelangen wollen. Damit ist gleichzeitig gesagt, dass die Konfrontation der Benutzer des Bahnhofs mit Kunst geradezu unmöglich wird, denn hier ist beinahe jede Zeitverzögerung lästig. Ausserdem ist ein Bahnhofspublikum äusserst heterogen zusammengesetzt – hinsichtlich Alter, sozialer Stellung und auch persönlicher Interessen –, und nutzt den Ort über eine längere Zeit regelmässig. Die Installation einer Grossskulptur in der Manier eines Monuments hätte wohl mit einem erheblichen Interesse zu Beginn rechnen können, doch wäre sie durch die alltägliche Konfrontation sehr schnell zu einem Gegenstand geworden, an dem man achtlos vorübergeht.

Was die Pendler auf ihrer Reise wirklich beschäftigt sind, die Schlagzeilen von Tages- respektive Gratiszeitungen; die am besten gelungenen künstlerischen Eingriffe von „Infolge“ reagierten auf diesen Umstand. Ein gutes Beispiel war Jos Näpflins Installation „Baden in Milch und Honig“, ein Bretterverschlag mit zwei Fensteröffnungen, in die

Fenstermonitore eingelassen waren. Die Anordnung der Bildschirme, analog zu den Positionen der Kameras, mit denen die von Schauspielern dargestellte Szene aufgezeichnet worden war, ergab die Illusion, dass im Innern der Hütte ein Paar wohnte und die Passanten an ihrem Leben teilhaben liess. Näpflin inszenierte derart ein wunderbares Trompe l'œil und paraphrasierte gleichzeitig das Verhältnis von öffentlich und privat; und dies exakt zu einer Zeit, in der die Pendler jeden Tag mit trivialen News aus dem Big-Brother-Container gefüttert wurden.

Die fünfzehn Projekte von „Infolge“ waren durchaus verschieden und den wenigsten war ein sozialkritischer Anspruch inhärent. Die Art und Weise des künstlerischen Eingriffs wurde den einzelnen KünstlerInnen freigestellt, „Infolge“ beschränkte sich darauf, eine Rezeptionsinfrastruktur für (verschiedene) Kunstprojekte bereitzustellen, die von den Kunstschaaffenden genutzt werden konnte. In diesem Sinne ist Hunzikers Projekt zu vergleichen mit jenem von Hirschhorn, denn beiden ging es um das Schaffen von Bedingungen, unter denen Kunstrezeption möglich wird. Weder geht es bei Hirschhorn um Arbeitsbeschaffung für Jugendliche noch um kritische Diskussionsangebote für Pendler bei Hunziker: Es geht um die Begeisterung für etwas nicht Alltägliches und Faszinierendes, um die Begeisterung für Kunst.

Sowohl Hirschhorn als auch Hunziker sind Künstler, die sich für einen vermittlungsorientierten Ansatz interessieren. Vergewärtigt man sich, dass es sich bei „Infolge“ im Unterschied zum „Musée Précaire Albinet“ um das Siegerprojekt eines Wettbewerbs handelte, wird gleichzeitig deutlich, dass bei den Wettbewerbskommissionen eine erhebliche Verantwortung liegt: Sie sind ja überhaupt erst in der Lage, ein solches Projekt jeweils zur Realisierung vorzuschlagen. Der kürzlich ausgeschriebene Wettbewerb von PricewaterhouseCoopers in Zürich ist ein Beispiel dafür, wie die Publikumsanalyse bereits ins Wettbewerbsverfahren selber integriert werden kann; er stellt den partizipativen Ansatz quasi auf den Kopf und fordert die Mitarbeiter nicht nach der Realisation zur Auseinandersetzung mit Kunst auf, sondern zuvor.

Im Zuge der Vorabklärungen zu einem Kunst-und-Bau-Konzept für den Neubau des Schweizer Firmenhauptsitzes von PricewaterhouseCoopers sah man sich mit dem Umstand konfrontiert, dass die Mitarbeiter dem Neubau äusserst kritisch gegenüberstanden. Dies vor allem deshalb, weil die über die vergangenen Jahrzehnte in der Zürcher City gewachsene, kleinteilige Bürostruktur zeitgemässen, offenen Büroräumen geopfert werden sollte, die das Firmencredo von Transparenz und Offenheit angemessen reflektieren würde. Ähnlich wie die Passanten am Bahnhof Baden würden auch die Firmenmitarbeiter täglich mit Kunst konfrontiert werden, was wiederum einen raschen Abnutzungseffekt zur Folge hätte. Zudem musste man damit rechnen, dass die Mehrheit, die den Umzug in den neuen Bürokomplex nicht wirklich ersehnte, einem letztlich vom Management bestimmten Kunstwerk alles andere als wohlwollend begegnen würde.

Die auf die Ausschreibung hin eingehenden Dossiers wurden deshalb an einem allen Mitarbeitern zugänglichen Ort gesammelt, gleichzeitig wurde über firmeninterne Newsletters sowie der im Rahmen des Neubaus produzierten Firmenzeitung auf das Kunstprojekt und sein besonderes Auswahlverfahren hingewiesen. Die von der Kunstkommission festgelegte Auswahl von KünstlerInnen wurde mit der Ausarbeitung eines Grobkonzeptes beauftragt, woraus die Angestellten mittels eines firmeninternen Fragebogens eine kleinere Anzahl Finalisten auswählen können, die anschliessend einen detailliert ausgearbeiteten Vorschlag wiederum den Mitarbeitern zur Abstimmung vorlegen. Die Arbeit der Kunstkommission beschränkt sich auf die Vorauswahl im Sinne einer Qualitätssicherung sowie der Schaffung eines Verfahrens, das eine Maximierung der Auseinandersetzung mit Kunst innerhalb der Belegschaft gewährleisten soll. Wie gut ein solches, in einem ganz anderen Sinne partizipatives Modell funktionieren wird, bleibt vorerst abzuwarten. Zum einen wird interessant sein zu

beobachten, wie stark das Interesse seitens der Angestellten sein wird, zum anderen, ob die Laienjury am Ende ein Projekt zur Realisierung vorschlagen wird, das dem Wunsch der Fachleute zuwiderläuft. Sollte Letzteres geschehen, so könnte die Überraschung freilich auch daraus bestehen, dass am Ende ein Kunstwerk realisiert wird, das der Jury, in ihrem unmittelbaren Kontakt zum Management, zu gewagt erschienen wäre.

¹ Ein gutes Beispiel für eine öffentliche Diskussion, die durch eine Museumsausstellung angeregt wurde, war das Projekt von Gianni Motti und Christoph Büchel im Helmhaus Zürich 2002. Sie beabsichtigten, einen Gutschein im Wert von SFR. 50 000 im Museum zu verstecken und den Besuchern der Ausstellung zu erlauben, diesen (mit Werkzeugen) zu suchen. Infolge der Angst über zu grosse Schäden, aber vor allem wegen des absehbaren Vorwurfs, hier Steuergelder zu verschleudern (das Helmhaus wird von der Stadt Zürich finanziert), wurde die Ausstellung am Abend der Vernissage vom Stadtpräsidenten geschlossen (s. auch Schweizer Kunst 2002.2).

² Die Kunstwerke stammten aus den Beständen des Centre Pompidou, des Musée National d'Art Moderne und dem Fonds National d'Art Contemporain.

Gemeinsame Mahlzeit, Musée Précaire Albinet, 2004, Aubervilliers.
 Courtesy: Thomas Hirschhorn/Les Laboratoires; Courtesy Susanna Kulli, Zürich



LE PUBLIC BLASÉ

Oliver Kielmayer

La question du rapport entre art et public ne se pose pas uniquement quand les œuvres d'art sont exposées dans un espace public, mais aussi lorsqu'elles abordent des questions touchant l'opinion publique ou l'espace public. Pour le moment, les deux vont ensemble, mais ce n'est absolument pas obligatoire: toutes les formes prises par les arts visuels ont un droit à une existence dans l'espace public. Or les récipiendaires des œuvres d'art, qui forment un public structuré par diverses données, constituent un cas particulier permanent. Ce public a surtout un dénominateur commun, ce lui de manquer d'intérêt pour les arts visuels.

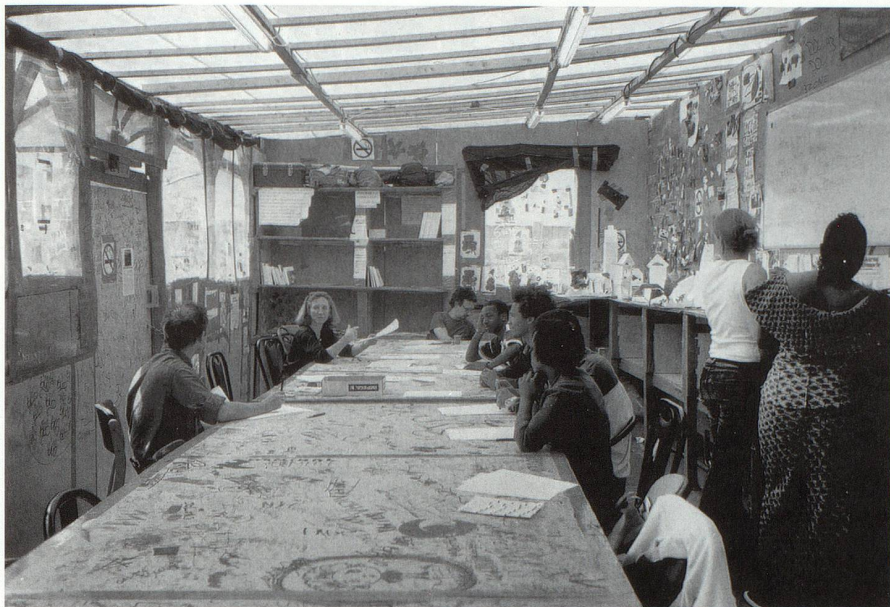
Du point de vue de l'artiste, le public confronté à l'art à brûle-pourpoint peut constituer une difficulté supplémentaire, mais du point de vue des diffuseurs, c'est au contraire une occasion de manifester à l'extérieur un discours sur l'art qui n'a lieu habituellement qu'au sein d'un public intéressé, et de le présenter en dehors de leur propre système. Les questions de diffusion jouent un rôle central dans le placement d'une œuvre d'art dans l'espace public, et il semble déjà que l'artiste idéal pour l'art intégré soit celui qui se préoccupe volontiers de questions de diffusion artistique. Mais comme la limitation aux artistes ayant un tel intérêt est justement fatalement restrictive lorsqu'il s'agit de sensibiliser à l'art globalement, les projets d'art intégré ne doivent pas être évalués par rapport à leur contenu, mais selon la mesure dans laquelle ce contenu peut être diffusé comme une création de forme artistique.

L'analyse du public peut influencer l'image de l'art intégré tant du point de vue des artistes que de celui des diffuseurs. Le „Musée Précaire Albinet" de Thomas Hirschhorn, lancé à Paris en 2004, était basé par exemple sur un intérêt artistique pour la diffusion. Au premier abord, cela semblait une réédition à peine modifiée des „Monuments" de Bataille, présentés en 2002 à la Documenta de Kassel, car là aussi, il s'agissait d'un projet de durée déterminée réalisé dans un quartier urbain à problèmes. Mais la particularité du „Musée Précaire Albinet" réside dans le fait qu'une intervention de l'art intégré n'était pas chargée d'un contenu de politique de la formation (ou autre), mais portait sur l'art lui-même. Le projet prévoyait la construction d'un musée temporaire dans le quartier avec l'aide des jeunes habitants, où devaient être présentées et discutées les icônes de l'histoire de l'art. Dès la construction, on a suivi un processus créatif, mais en outre, l'utilisation consécutive de la nouvelle structure pour la présentation de chefs d'œuvre des collections des musées parisiens a rendue

perceptible une qualité inhérente à l'art, le pouvoir de l'expérience visuelle et de la richesse d'idées liées à celle-ci. C'est ainsi que l'art est soudain devenu le centre des préoccupations, il a été présenté comme une réelle alternative et rendu perceptible, sujet d'une expérience. La plus-value pour les riverains du quartier n'était plus divisée en collaboration créative à la création d'un lieu de rencontre d'un autre genre, positif par son contenu d'une part et la réception d'un contenu (philosophique) d'autre part, mais l'activité de la population participante correspondant exactement au contenu à diffuser lui-même.

„Infolge", projet de Daniel Robert Hunziker dans le contexte de la transformation de la gare de Baden, s'est efforcé d'impliquer le public d'une toute autre manière. Hunziker a décidé d'inviter divers artistes en 15 projets sectoriels afin d'opérer une intervention artistique à chacun des stades de la transformation; il pouvait s'agir de performances aussi bien que d'installations pour une période déterminée. La forme entièrement différente de 'Infolge' par rapport au „Musée Précaire Albinet" de Hirschhorn voile d'une certaine manière le fait que l'intervention artistique procède d'analyses de situation tout à fait comparables, à savoir l'accent mis sur le public. La gare de Baden appartient entièrement aux navetteurs, absorbés par les manchettes des quotidiens ou des journaux gratuits; „Infolge" a été axé sur ce changement constant. Le mode de l'intervention a été laissé libre à chacun des artistes, et l'on s'est contenté de mettre à disposition une infrastructure de réception pour (divers) projets artistiques, utilisable pour chacune des intentions artistiques. En ce sens, le projet de Hunziker est tout à fait comparable à celui de Hirschhorn, car tous deux tenaient à créer des conditions dans lesquelles la réception de l'art soit possible. Il s'agissait de l'enthousiasme pour quelque chose d'inhabituel et de fascinant, de l'enthousiasme pour l'art.

La récente mise au concours, „Vote 4 Art*" de PricewaterhouseCoopers à Zurich est un exemple d'intégration de l'analyse du public dès la procédure de concours. D'une part, l'approche participative y a été bouleversée en ce que les collaborateurs n'étaient plus invités à la confrontation avec l'art après la réalisation, mais auparavant, d'autre part, l'intégration de l'analyse du public dans la procédure de concours a laissé les artistes entièrement libres d'organiser leur confrontation conceptuelle. Comme les collaborateurs envisageaient avec un certain scepticisme l'emménagement dans les nouveaux locaux de la société, il fallait s'attendre à ce qu'une œuvre d'art choisie en dernière instance par la direction ne soit pas l'objet d'un enthousiasme absolument frénétique. C'est pourquoi le jury a développé une procédure de sélection démocratique qui donnait aux collaborateurs la possibilité de choisir l'œuvre eux-mêmes. Le travail de la Commission artistique se limitait à une présélection de 20 artistes et restreignait son influence à la garantie de la qualité et à la création d'une procédure qui devait garantir un maximum de confrontation avec l'art au sein du personnel.



Schreibwerkstatt Le Corbusier,
Musée Précaire Albinet, 2004,
Aubervilliers.
Courtesy: Thomas Hirschhorn/
Les Laboratoires; Courtesy Galerie
Susanna Kulli, Zürich

AN UNINTERESTED PUBLIC

Oliver Kielmayer

The relationship between art and the public is of significance not only with respect to the display of art works in public space, but also as regards the questioning of the public and public space that art works may entail. Display and questioning may come together, but not necessarily: All kinds of formal inventions in the visual arts are entitled to exist in public space. Admittedly, though, the people addressed by such works – a public structured by a diversity of backgrounds – do have mainly one thing in common, and that is their lack of interest in the visual arts.

Confronting a public with unsolicited art represents a difficult challenge, seen from the artists' point of view. To those who would promote art, on the other hand, it represents an opportunity to actively expand the artistic discourse – generally confined to a public whose interest is already engaged – beyond the established visual arts system. Questions of art promotion play a major role when it comes to artistic interventions in public space. Indeed, your typical art-in-public space artist seems to enjoy dealing with the issue of promoting art. Nonetheless, when it comes to arousing enthusiasm for art in general, restricting ourselves to artists with such an interest would be like shooting ourselves in the foot. Therefore, art projects for public space should not be judged on their content but rather on the degree to which that content can be promoted as a formal artistic creation.

An analysis of the public being targeted – from the artist's point of view as well as from that of furthering the cause of art – can greatly influence the kind of art project chosen for a public space. For example, a clear interest in promoting art appreciation lay at the heart of Thomas Hirschhorn's 2004 „Musée Précaire Albinet" Paris project. At first glance, the latter might have been taken for but a slightly modified remake of his „Bataille Monument" for the 2002 Kassel Documenta, since both projects extended over a period of time and were rooted in an underprivileged district of the city. However, what made Hirschhorn's „Musée Précaire Albinet" special as an artistic intervention in public space is that it had no politico-educational (or other) overtones but, instead, was totally art-oriented. The project involved erecting a temporary museum in the district, with the help of the neighborhood youths. Here the icons of art history were to be set on display and discussed. The construction of the venue in itself was a manner of reconstructing the creative process. Yet it was the subsequent use of the new structure to show masterworks from the collections of several Paris museums that had the greatest impact, convincing the new-found public of a quality inherent in all art, namely the power of the visual experience and its concomitant, the realm of the ideal. Art itself was thus thrust into the limelight, presented and able to be experienced as a genuine alternative. The benefit for the inhabitants of the neighborhood was no longer divided into two, between their creative collaboration in building up a venue of a different kind with positive contents on the one hand and their adoption of a (philosophical) state of affairs on the other. Instead, and far more precisely, by their active participation the population interrelated with the content whose appreciation the project sought to further.

The „Infolge" (Following) project, conceived by Daniel Robert Hunziker in connection with the renovation of the Baden railway station, sought to involve the public in a totally different way. Instead of endowing the new railway station



Impacts (Infolge 10), Nika Spalinger & Jean-Damien Fleury, 2002, Baden. Photo: Christina Hemauer

with a signature artwork of his own, Hunziker divided the commission up into 15 subprojects, inviting different artists to intervene artistically at various stages of the renovation. Interventions could be one-off performances, but also installations set up on a longer term basis. The great difference in form between „Infolge" and Hirschhorn's „Musée Précaire Albinet" masks the fact that both artistic interventions are based on a totally comparable position, namely the focus on the public. The Baden railway station belongs entirely to the commuters; the latter's main interest is in the headlines of the official dailies or free press handouts. This topos of change is the guiding idea behind „Infolge." It was left to the artists themselves to decide on the form and means of their artistic intervention: All that was provided was the infrastructure for viewing different kinds of works, in accordance with the desires of each contributing artist. Clearly, then, Hunziker's project is altogether similar to Hirschhorn's, since both put the focus on providing the requisites for viewing art. Likewise, both direct their enthusiasm not at anything commonplace or fascinating, but at art itself.

Finally, the „Vote 4 Art" competition recently set up by PricewaterhouseCoopers in Zurich serves to illustrate how an analysis of the public can already be integrated into the competition process itself. On the one hand, the call-for-entries process was totally reversed: The personnel was invited to discuss the sort of art they wanted before – rather than after – the project briefs had been submitted. On the other hand, having already integrated said analysis of the target public into the competition process, the content of the forthcoming projects was left entirely up to the artists themselves. Given the staff's highly negative attitude to the firm's transfer to new headquarters, it was hardly to be expected that they would look favorably on the management's recent choice of an art piece. Therefore the jury set up a democratic voting process giving the personnel the right to choose a work themselves. Drawing up a shortlist of 20 artists was the only task assigned to the art commission, whose role was thus reduced to ensuring the quality and development of a process intended to encourage the best possible enjoyment of art among the personnel.