

Q D W R BLÄTTER :

SACHLICHE POLEMIKEN ZUR VOLKSAUFHETZUNG
REALISTISCHE WELTVERBESSERUNGSKONSTRUKTE
KETZERISCHE EINMENGUNGEN ZUR UMWÄLZUNG
ALLGEMEINVERSTÄNDLICHE AUFRUFE ZUM STREIT

66

NEU GEGEN ALT

OKT 2008

„Das Neue ist der Feind des Alten“, so lautet ein Leitspruch, höchst zeitgemäß. Zweifellos leben wir in einer Zeit, die vom Neuigkeitswahn geprägt ist. Die wesentlichen Gründe dafür liegen aber weniger im Menschen selbst begründet, als durch die Wirtschaft vorgegeben. Interessant ist die Entwicklung, wie Menschen mit dem uralten Gefühl, Sicherheit zu erlangen und bewahren zu wollen und damit auf Bewährtes zu setzen, auf das Idol umgepolt werden konnten, denn – auch wenn es wenig bewusst wird – das Neue bedeutet stets Verlust an Altem.

Die Überbewertung des Neuen lässt die Frage nach dem Verbleib des Alten wie dem echten Neuigkeitswert des Neuen aufkommen. Wenn das Neue wirklich der Feind des Alten ist, so wäre zu erkunden, was dann bei uns mit dem Alten geschieht. Wird es vollständig abgemurkst, in ein Indianerreservat zur selbständigen Entsorgung verdammt, großzügig toleriert oder doch heimlich hoch in Ehren gehalten? Bleiben nämlich noch Restbestände des Alten, so könnte doch die Gefahr der Infizierung des Neuen entstehen, was hieße, dass das Neue des Glanzes seiner Einzigartigkeit beraubt würde oder dass dieser doch mindestens eingeschränkt wäre.

Es sei dahingestellt, wie frühere Zeiten mit dem scheinbaren Gegensatz zwischen Neu und Alt ausgekommen sind. Soweit erkennbar, spielte die Gegensätzlichkeit eine geringere Rolle. Wie es allerdings heute damit bestellt ist, dürfen wir berechtigt zu hinterfragen suchen.

Sicherlich ist ein Etikett, das man unserer Zeit anheftet, das der Schnelllebigkeit. Adolf Loos hat dieses Phänomen nach seinem Amerikabesuch mit der Formulierung „Mensch mit modernen Nerven“ eingebracht. Wir selbst können allenthalben erleben, „wie schnell sich die Zeiten ändern“, nehmen das aber als gegeben hin und kaum zur Kenntnis. Am Beispiel der sogenannten „Kulturindustrie“, seitdem diese unter die Oberhoheit des Marktes geraten ist, ist leicht Aufschluss darüber zu erhalten, wie schnell das Nächstneue auf der Bildfläche erscheint und wie bald es auch wieder vergeht. Als die Fotografie aufkam, entstand die Furcht, die Malerei könnte Schaden nehmen. Die Malerei wandelte sich und blieb. Als die bewegten Bilder des Kinos die Menschen faszinierten, unkten manche, das sei das Ende des Theaters. Auch dies erwies sich als falsch. Hat Jazz die klassische Musik beeinträchtigt, die Gesamtheit der sogenannten Pop-Kultur die traditionelle Kultur? Wohl kaum.

Daraus ist abzuleiten, dass – jedenfalls noch heute – das Neue das Alte nicht vollständig ersetzt, sondern sich dem Alten zugesellt, oft dieses dadurch befruchtend und abwandelnd. Ganz deutlich wird dies in der abstrakten Malerei, die notgedrungen der Fotografie die Abbildung des Gegenstandes weitgehend überließ.

Sicherlich kann niemand sagen, welche Folgen und Einflüsse durch die neuen Medien zu erwarten sind. Mutmaßlich aber wird sich das Prinzip, dass diese sich neben das Bestehende setzen werden, auch hier wirksam

bleiben. So haben wir heute Fotografie (gelegentlich als „Kunst“) neben der Malerei, neben den Bildern der neuen Medien, und es ist eher eine Frage der Selektion für den Einzelnen, die daraus entsteht, als ein Verlangen nach Aus- und Abgrenzung.

Ob dies alles sozusagen unendlich so weitergehen kann, ist sicher eine Frage. Aus der Fülle und den immer kürzer werdenden Abfolgen des ständig neu Hinzukommenden entsteht nämlich das Problem der Akzeptanz einerseits und der Kraft, wirklich Neues zu schaffen, andererseits. So ist es erklärlich, dass man plötzlich im Neuigkeitsreigen nicht mehr mitmachen kann oder will. Die schöpferische Puste ist ausgegangen, und wir können nicht mehr Luft holen, als unsere Lunge dies zulässt. Solche aufkommenden Bedenken sind stets ein deutliches Zeichen für eine schwächelnde Zeit oder, um im Bild zu bleiben, für eine, die japst. Dann aber erhält das Alte plötzlich neuen Glanz. Man besinnt sich „ewiger Werte“ und Co. Was bleibt denen, die Gestaltung beruflich betreiben, anderes übrig, als plötzlich auf den guten Ruf des Bewährten zu setzen: Retro ist geboren.

Wir sind im Heute angelangt und haben es längst verstanden, uns in dieser Melange einzurichten, d.h. dem Neuigkeitswahn mit all seinen üblen Derivaten wie Wegwerf und Co. weiterhin huldigen zu können und die fehlende Kreativität durch Anleihen und Rückgriffe zu ersetzen:

: ANDERS SEIN + BESSER WERDEN

QUERLIEGENDE TEXTE GELTEN NUR ZUSAMMEN MIT QUERBLATT 1 • EINE 1-MANN-AKTION FÜR KRITISCHE GEISTER, FÜR LEMMINGE UNGEEIGNET
BEZUG: OT HOFFMANN IM BAUMHAUS, SCHLEIERMACHERSTRASSE 8, 64283 DARMSTADT, TEL: 06151 25980, FAX : 21622, OTHOFFMANN@GMX.DE, WWW.OTHOFFMANN.DE