

VIDEO – DAS UNSPEZIFISCHE MEDIUM

VIDEO—THE NON-SPECIFIC MEDIUM

Dieter Daniels / Professor für Kunstgeschichte und Medientheorie, Hochschule für Grafik und Buchkunst Leipzig
/ *Professor of Art History and Media Theory, Academy of Visual Arts Leipzig*

RÜCKBLICK

„Im Kunstbetrieb wurde mit der ‚Video-Kunst‘ eine neue Kunstgestaltung geschaffen, die zwar noch umstritten ist, sich aber in der Kunstszene immer mehr etabliert hat. Wenn Sie die Absicht haben, Ihre Video-Experimente zur Kunst zu erklären, wird Ihnen jedenfalls niemand widersprechen können. Die Bedeutung einer Video-Arbeit wird allerdings nicht dadurch erhöht, daß man sie willkürlich mit der Etikette ‚Kunst‘ versieht. Deshalb würde man eher zur Vorsicht raten, wenn dies allein der Sinn Ihres Tuns wäre. Das Recht, sich als Video-Künstler zu fühlen, kann Ihnen allerdings niemand absprechen – und wenn Ihnen dieses Gefühl Spaß macht, dann lassen Sie es ruhig zu.“¹ Mit diesem Zitat aus dem Begleitbuch zur Fernsehserie *Die Videomacher* begann ein Text, den ich 1988 über Videokunst in Nordrhein-Westfalen geschrieben habe.² Damals war es als ein skurriler Aufhänger gedacht, um über den Status von Videokunst Ende der 1980er Jahre zu reflektieren.

Aus heutiger Sicht zeigt das Zitat zweierlei: In den 1980er Jahren hat sich Video zu einem Massenmedium entwickelt, das neben den zuvor etablierten Medienformaten Fernsehen, Kinofilm und Amateurfilm ein neues Feld eröffnet hat. In diesem Medium entsteht eine damals neue Kombination aus der (Re-)Distribution vorhandener Medieninhalte (TV und Kino) mit der (Eigen-)Produktion von privaten, dokumentarischen und künstlerischen Inhalten. Diese Mischung von Kommerzialisierung und Kreativität, von Eigenem und Fremdem, ist insofern ein Novum, weil sie die Ordnung der Bilder und die bis dahin meist unhinterfragte Trennung von privaten und öffentlichen Medien ins Wanken bringt. Diese Sphären blieben auch in der Fotografie zuvor weitgehend separiert: hier das Familienalbum, die private Selbstvergewisserung im eigenen Schnappschuss – dort die professionelle Pressefotografie, getrimmt auf massenmediale Reproduktion und den „punctum“ (Roland Barthes) der Signifikanz des Moments.

Im analog-elektronischen Medium Video vermischen sich in den 1980ern diese Bildwelten. Auf dem gängigen VHS-Standard wurden sowohl TV-Sendungen privat mitgeschnitten wie Kinofilme verkauft und eben auch Videokunst sowohl produziert wie distribuiert. Insbesondere durch die Videokunst wurde dies auch explizit genutzt und thematisiert: die Montage von persönlichen, künstlerischen Bildern mit öffentlichen Medien (Ausschnitte aus TV und Kino-Material) findet sich bei zahlreichen Künstlern dieser Generation, die im Archiv des imai vertreten sind (Volker Anding, Dara Birnbaum, Klaus vom Bruch, Paul Garrin, Norbert Meissner, Marcel Odenbach, Ulrike Rosenbach), und auch schon in den 1970ern exemplarisch bei Nam June Paik. Diese neue Zwischenwelt kann aus heutiger Sicht als eine Vorschau der sogenannten Medienkonvergenz in den digitalen und vernetzten Medien gelten. Indem im analogen Video die Formatgrenzen fluide werden, werden die Effekte und Wirkungen der Digitalisierung vorweggenommen. In diesem Sinne schreibt Diedrich Diederichsen: „Video war immer schon digital ‚avant la lettre‘ und ‚avant la technologie‘.“³

In dieser Zwischenwelt entstanden auch neue Initiativen und Institutionen, welche sich der Vermittlung und Verbreitung von Videokunst widmeten. Dazu gehörten beispielsweise die Videokunstagentur 235 Media, welche 1982 begann und die Keimzelle für die heutige Stiftung imai war, und die ebenfalls bis heute weiter erfolgreiche Videonale Bonn, die 1984 vom Autor dieser Zeilen mitbegründet wurde. Das Vorwort zum Katalog der ersten Videonale bezeichnet Videokunst 1984 als „Versuch, Zeiträume und Vorstellungswelten neu abzugrenzen und darzustellen, d. h. mit dem Versuch, auch gegen-

über der allgegenwärtigen Macht des Mediums Fernsehen eine eigene Bildwelt zu schaffen“. Man könnte sagen, dass Initiativen wie diese daran mitgearbeitet haben, die „Systemdifferenzen“ zwischen Video als Kunstmedium und Video als Massenmedium abzutragen, indem Videokunst auch für ein nicht spezialisiertes Publikum zugänglich gemacht wurde. Beispielsweise wurde Videokunst für Fernsehsendungen oder für Programme auf internationalen Festivals und Präsentationen der Goethe Institute vermittelt. Wenige Jahre zuvor stand über dem Eingang zur *documenta 6* 1977 noch das Motto: VT ≠ TV. Statt einer radikaler Abgrenzung von den Massenmedien wurden in den 1980ern Modelle der Kooperation und der „Alternative“ mit Video ausgelotet. Dennoch blieb die ökonomische Basis oft fragil, und auch die Versuche, Videokunst auf VHS zu vermarkten, erreichten keine wirkliche Breitenwirkung.⁴ Deshalb sei es erlaubt, noch mal meinen Text von 1988 zu zitieren: „Die Video-Kunst hat aus der Reproduzierbarkeit ihres Mediums noch nicht die letzten Konsequenzen gezogen, es bleibt für den Künstler bei einem Zwiespalt der Gefühle, die Reproduktion seines Werks ist ihm zugleich Wunsch und Leiden.“⁵

VIDEOKUNST – EIN BEGRIFF IM FLUSS

Der Terminus „Videokunst“ hat sich seit den 1970er Jahren bis heute gehalten und scheint im Vergleich zu beispielsweise „Computerkunst“ oder „Konzeptkunst“ nicht auf eine spezifische Epoche oder künstlerische Methode festgelegt zu sein. Man könnte meinen, es handele sich um eine weitere Gattung, die sich einreicht in die Abfolge Malerei, Zeichnung, Skulptur und Fotografie. Doch dem ist nicht so, zumindest nicht im Sinne einer reibungslosen Fortschreibung des kunsthistorischen Evolutionsmodells. Zum einen werden auch die tradierten Gattungen in die von Rosalind Krauss 1999 beschriebene „post-medium condition“ hineingezogen: „The abandonment by contemporary art of the modernist emphasis on the medium as the source of artistic significance.“⁶ Andererseits entsteht in den 1990er Jahren der Begriff der „Medienkunst“, deren Kontext die jeweils einem spezifischen Medium gewidmeten Kunstformen Video-, Computer- und Netz-Kunst inter- und transmedial „wiedervereinigt“.⁷

In den 1970ern wurde für Videokunst noch eine Legitimation über ihre Medienspezifität gesucht. Beispielsweise in Rosalind Krauss' Text *Video: The Aesthetic of Narcissism*, welche das Closed-Circuit-Verfahren und die Video-als-Spiegel-Funktion einer psychologischen Deutung unterzieht: „It seems inappropriate to speak of a physical medium in relation to video. For the object (the electronic equipment and its capabilities) has become merely an appurtenance. And instead, video's real medium is a psychological situation (...).“⁸ Statt mit der Evidenz der Apparate befasst sich Krauss deshalb in diesem Text mit der Lacanschen Psychoanalyse des Spiegelstadiums. Die Selbstreferenzialität des Modernismus ihres Lehrers Clement Greenberg wird in Krauss' Begegnung mit dem Video also gerade nicht als technische Medienspezifität weitergedacht, sondern nur als psychologisierende Metapher. Dies ist ein früher Beleg für meine These, dass Video zumeist als unspezifisches Medium wahrgenommen wird.

Das Selbstverständnis und die Praxis der „Medienkunst“ entwickelten sich zeitlich parallel zu Krauss' Theorie der „post-medium condition“ in den 1990ern. Ähnlich wie in Krauss' Konzept der „differential specificity“ tritt für die Medienkunst an die Stelle eines technischen Formats die Spezifität ihres gesellschaftlichen und diskursiven Terrains. Die Medienkunst begründet ihre Spezifität in den utopischen Potentialen und der dystopischen Auswirkung von Medientechniken für die Gesellschaft und für Individuen, aber eben nicht in einer modernistischen Medienspezifität, wie sie Clement Greenberg apodiktisch zum Kriterium von künstlerischer Qualität erhoben hat.⁹ Medienkunst bezieht sich nicht mehr auf Einzelmedien und deren immanente Ästhetik oder formale Aspekte, sondern auf den techno-sozialen Kontext der Kommunikationstechnologien und ihre ökonomischen, politischen und kulturellen Effekte. Dadurch bewegen sich Inhalte und Methoden der Medienkunst nach wie vor in einem gewissen

Dissens zum Mainstream der Kunst, zur Kommodifizierung und Kommerzialisierung der „klassischen“ Gattungen.

Hingegen wird Krauss' ursprünglich kritisch gemeinte „post-medium condition“ heute unproblematisch ins Positive oder gar vereinfachend ins Positivistische gewendet.¹⁰ Ohne weiter auf medienspezifische Legitimationen angewiesen zu sein, gehört Video seit Ende der 1990er zu den anerkannten und im Kunstkontext etablierten Formaten. Insofern vertritt der folgende Text die These, dass die Bedeutung des Terminus „Videokunst“ sich von den 1970ern bis heute viel weitgehender verschoben hat, als die scheinbare Kontinuität seiner Verwendung suggeriert.

VIDEOTHEORIE?

Seit den 1980er Jahren verabschiedet sich die Videokunst von der Legitimation durch eine Medienspezifik, wie sie beispielsweise Rosalind Krauss mit Bezug auf das Closed-Circuit-Verfahren untersucht. Stattdessen wird die hier skizzierte neue Zwischenwelt zur eigentlichen Domäne einer *Unspezifik des Mediums*, die, wie später die digitalen Medien, alle vorhanden Formate integriert, adaptiert und zunächst unbemerkt, dann immer deutlicher auch transformiert. Dies gilt nicht nur für die Videokunst, sondern für die Verortung dessen, was in den 1980er als „Videokultur“ bezeichnet wurde.¹¹ Prototypisch sei das Musikvideo genannt: ein Hybridprodukt zwischen Musik und Film, zwischen Fernsehquote und Popindustrie, zwischen künstlerischem Anspruch und kommerziellem Auftrag, zwischen High und Low.

Statt der Medienspezifik des apodiktischen Modernismus' Greenbergs kann der transformatorische, relationale Medienbegriff von Marshall McLuhan hier als Leitmotiv dienen. Videokunst erweist sich damit als die exemplarische Kunstform der Postmoderne. In diesem Sinne wurde sie auch von Fredric Jameson Anfang der 1990er „entdeckt“.¹² In seinem Standardwerk *Postmodernism or, The Cultural Logic of Late Capitalism* widmet er ein ganzes Kapitel dem Video: *Surrealism without the Unconscious*. Sein besonderes Augenmerk hat dabei das in der Videokunstgeschichte sonst wenig beachtete Videotape *AlienNATION*, ein kollaboratives Werk von Edward Rankus, John Manning und Barbara Aronofsky Latham aus dem Jahr 1979.¹³ „What characterizes this particular video process (or 'experimental' total flow) is a ceaseless rotation of elements that change at every moment, with the result that no single element can occupy the position of 'interpretant' (or that of primary sign) for any length of time, but must be dislodged in the following instant, where it will be 'interpreted' or narrativized by a radically different kind of logo or image altogether.“¹⁴ Den freien Fluss der Signifikanten ohne jede fixierbare Referenten in diesem Video sieht Jameson als prototypisches Beispiel seiner allgemeinen These vom postmodernen Ende der „großen Erzählungen“: „We are left with that pure and random play of signifiers (...) which no longer produces monumental works of the modernist type but ceaselessly reshuffles the fragments of preexistent texts, the building blocks of older cultural and social production.“¹⁵

Es mag überraschend sein, dass sich in einem spätmarxistischen Werk zur politischen Ökonomie des Spätkapitalismus ein solcher Ansatz zu einer „Videothorie“ findet, welche dem eingangs skizzierten Zwischenreich entspricht, in dem sich die Videokunst der 1980er bewegt und sich damit von der Medienspezifik verabschiedet. Doch noch überraschender ist, dass sich eigentlich kaum sonst irgendwo eine dem Phänomen angemessene Videothorie finden lässt. In der Tat scheint Video gerade wegen seiner Unspezifik auch der akademischen Analyse weitgehend entgangen zu sein. Weder in der auf das Digitale fixierten „German Media Theory“, wie Friedrich Kittler und seine Folgen im Ausland genannt werden, noch in den Visual Studies US-amerikanischer Prägung, noch in den Randzonen zwischen Foto-, Film- und Fernsehtheorie, und auch nicht im Iconic Turn der Kunstgeschichte lässt sich ansatzweise eine „Videothorie“ ausmachen. Auch Jean Baudrillards Simulationsthese springen meist direkt vom Fernsehen zur virtuellen Realität, einzig Vilém Flusser hat stellenweise einen Blick für die „spezi-

fische Unspezifik“ der Zwischenwelt des analogen Videos. Das Buch *Videophilosophie* von Maurizio Lazzarato ist hier zwar eine Ausnahme, sein Hauptanliegen ist jedoch eine spätmarxistische Analyse postfordistischer Arbeitsbedingungen. Ähnlich wie bei Jameson geht es Lazzarato nicht primär um das Videomedium, es ist ihm vielmehr das Symptom eines veränderten Zeitbegriffs. Im Unterschied zu Jameson bezieht er sich ausschließlich auf Texte von z.B. Nam June Paik, Bill Viola und Angela Melitopoulos, aber nicht auf konkrete Videos.¹⁶

Eine Google-Suche des Begriffs „Videothorie“ verweist vor allem auf die Serie der Videotapes des Künstlerduos Dellbrügge & de Moll *Video-Theorie I-IV* von 1992/93, welche auch im imai-Archiv vorhanden sind.¹⁷ In diesen vier Videos werden Passagen aus zeitgenössischen Texten zur Problematik der Akzeptanz, Produktion, Distribution und Präsentation von Video künstlerisch weiterverarbeitet (darunter auch ein Text des Autors dieser Zeilen). Die jeweils ganz andere Ästhetik der vier Teile thematisiert und belegt als künstlerische Praxis die hier behauptete Unspezifik von Video. Der Titel „Videothorie“ ist dabei durchaus ironisch zu verstehen, weil er genau dieses hier skizzierte Defizit an Theorie zum Thema macht.

In der Tat gibt es also keine der Videopraxis der 1970/80/90er entsprechende Videothorie in dem Sinne, wie es eine Radio-, Foto- oder Filmtheorie gibt. Video wird in den Künsten (d.h. im Kontext von bildender Kunst, Film, Performance, Theater) nicht als Medium dechiffriert, sondern meist mit seinen Eigenschaften als gegeben vorausgesetzt; ähnlich wie das Tonband und die Compact Cassette in der Musik, obwohl auch diese beiden Medien einschneidende Veränderungen für die Produktion und Distribution von Musik gezeitigt haben.¹⁸ Statt einer Theoriebildung zu Video gibt es in den 1980/90er Jahren zahlreiche Anthologien und Bestandsaufnahmen, die jedoch alle in gewisser Weise unspezifisch bleiben.¹⁹ Ausnahmen sind chronologisch eher vor dem Beginn des „Videobooms“ zu finden, z. B. Gene Youngbloods Referenzwerk *Expanded Cinema* (1969), für das der Titel „Video Utopia“ eigentlich passender gewesen wäre. Oder sie folgen mit einer Latenzphase erst, nachdem Video als eigenständiges Medienformat verschwindet. Das Medium VHS und sein sozialer Kontext werden zum Gegenstand der Sozialgeschichte und Medienarchäologie, wie es beispielsweise das Forschungsprojekt *Video Cultures* an der Birmingham City University zeigt.²⁰ Oder Videotapes werden als private Medienarchäologie inszeniert, wie in der von Thibaut de Ruyter 2012 in Berlin kuratierten Ausstellung *Ghosts Off The Shelf*.²¹ Auch im akademischen Feld zeichnen sich erst spät die Konturen einer „Videothorie“ ab. In der umfassenden Studie *Video. Das reflexive Medium* vertritt Yvonne Spielmann 2005 die These, dass Video nicht nur ein Zwischenstadium ist, das mit der Einführung digitaler Technologien obsolet würde, sondern ein eigenständiges Medium. Die Prozessualität von Video als „transformation imagery“ ist für Spielmann ein Argument für die bisher meist ignorierte Medienspezifität von Video. Doch während sich die Historisierung von Video rückblickend der technischen und kulturellen Spezifität des Mediums bewusst wird, ist das Konzept „Video“ in der aktuellen Situation mehr denn je unspezifisch.

WERTEWANDEL

Mit dem eingangs für die 1990er Jahre beschriebenen Weg aus dem Nischendasein und die Etablierung in der Welt der Museen, Biennalen und Galerien wird der Begriff „Videokunst“ zunehmend unscharf. Die historischen Ab- und Eingrenzungsbewegungen greifen nicht mehr; statt von einer eigenen Gattung ließe sich eher von einer hybriden Kunstform sprechen, in der Elemente aus Kinematografie, Fotografie und neuen digitalen Bildwelten zum Tragen kommen. Auch in technischer Hinsicht ist Video als Teil digitaler Multimedialität nur noch ein Dateiformat und kein Einzelmedium mehr. Deshalb wird der Terminus „Videokunst“ zunehmend als historischer Begriff verwendet und die/der so genannte „Videokünstlerin/Videokünstler“ scheint einer ausgestorbenen Gattung anzugehören.

Wie deutlich sich seit den 1990ern eine Trennung von Videokunst und Medienkunst vollzieht, lässt sich auch an den Titeln von einschlägigen Buchpublikationen nachvollziehen. Die Basic-Art-Serie des Taschen Verlags enthält zwei Bände: Sylvia Martin, *Video Art*; Mark Tribe/Reena Jana, *New Media Art*. Die World-of-Art-Serie des Verlags Thames & Hudson enthält vier Bände: Michael Rush, *Video Art*; Michael Rush, *New Media in Art*; Christiane Paul, *Digital Art*; Rachel Greene, *Internet Art*. Vergleichbar zeigt sich eine Ausdifferenzierung in der Vermittlung und Vermarktung dieser Kunstformen. Während das „ikonische“ Medium Video in den Kunstkontext übergewechselt ist, bleibt die prozessuale, experimentelle oder partizipative Medienkunst mehr denn je eine künstlerische Spezialdisziplin. Videokunst wird, um es etwas salopp zu sagen, „tageslichttauglich“ (im wörtlichen Sinne vor allem durch die lichtstarken Videobeamer) und „salonfähig“. Das projizierte Kunstvideo steht heute in einer musealen Präsentation mit einer solchen Selbstverständlichkeit als Bild an der Wand neben anderen Bildern, wie es seinem neuen Status als gleichwertig zur Sammlung gehörendem Objekt entspricht. Bis in die 1980er Jahre hingegen waren Kunstvideos im Ausstellungskontext noch nicht konkurrenzfähig, denn sie wurden meist in einem abgedunkelten Sonderraum als Programm mit einer Abfolge von mehreren Beiträgen auf Monitoren gezeigt. Videokunst war ein Zwitter zwischen Exponat und Kino, mit einem eigenen Zeitplan, der oft nicht zu dem der normalen Besucher passte und deshalb letztlich wieder nur ein Spezialpublikum erreichte.

Unbestreitbar hat für den neuen „Ausstellungswert“ von Video der technische Fortschritt durch Lichtstärke und Bildgröße der Projektion eine wesentliche Rolle gespielt. Aber ein solcher Wechsel in der Anerkennung, wie ihn die Videokunst erlebt hat, lässt sich niemals rein technisch erklären. Er steht vielmehr für einen völlig veränderten Werkbegriff, der sich im Laufe der 1980er Jahre unter anderem durch die Videoinstallation und die schnell wieder vergessene Videoskulptur langsam vorbereitet hat, aber erst seit Mitte der 1990er Jahre Breitenwirkung zeigt. Der Trend zur räumlichen Installation kann dies jedoch nicht alleine erklären, denn auch Einkanalvideos haben als Exponate heute einen völlig anderen Status als in den 1980ern.

Im Vergleich zu den 1970ern und 1980ern behauptet sich die Videokunst heute im Kunstkontext im direkten Vergleich mit Malerei und Fotografie. Das deutlichste Symptom dieser Veränderung sind die Preise, die heute auf dem Kunstmarkt für Video erzielt werden. Von den 1980ern bis heute hat ein Sprung stattgefunden, der nicht mit einer normalen „Wertsteigerung“ zu begründen ist. Die bis zu sechsstelligen Summen, die mittlerweile für die limitierte Kopie eines Videos gezahlt werden, sind in keiner Weise mit den Standardpreisen zu vergleichen, die noch bis in die 1980er Jahre für unlimitierte Videotapes üblich waren.²² Dieser Wechsel von am technischen Format orientierten Standardpreisen zu am Marktwert eines Künstlers orientierten, frei verhandelbaren Preisen war noch Ende der 1980er keineswegs selbstverständlich. Dies mag ein letztes Zitat aus meinem Text von 1988 belegen: „Video war ein Mittel, der kommerziellen Verwertbarkeit von Kunst zu entkommen, es wurde verwendet gerade weil es für den Kunstmarkt unbrauchbar ist. (...) dies war ein wesentlicher Teil des Selbstverständnisses von Video-Künstlern. So faßt Marcel Odenbach noch Ende der 70er seinen Standpunkt mit folgenden Worten zusammen: ‚Warum ich mit dem Medium Video arbeite: ... da ich theoretisch einen größeren Rezipientenkreis als die Museumsbesucher ansprechen kann, da meine visuelle Darstellung nicht mehr als dekorativer und repräsentativer Wandschmuck verwertet werden kann, da die Kunst einen Teil ihres Charakters als Ware verliert.‘“²³ Diese ökonomische Situation hatte sich bis 1988 nicht wesentlich geändert, wurde nun aber angesichts der meinungsbildenden Macht des Kunstmarkts nicht mehr als zeitgemäß empfunden.

Der Anspruch, Video als ein dissidentes Medium gegen den elitären Status und die Marktabhängigkeit der zeitgenössischen Kunst einzusetzen, ist heute nur noch von retrospektivem Interesse. Weder die Veränderung des Kunstmarkts noch die der Videotechnik sind jedoch der entscheidende Faktor für den neuen Status von Video in der bildenden Kunst. Vielmehr könnte man sagen, dass sich die „Ideologie“ des

Mediums Video bzw. des Begriffs Videokunst seit seinen Anfängen immer wieder verändert hat.

Jacques Ranciere formuliert dies in dem Essay *Ist Kunst widerständig?* so: „Man muss also die Idee anzweifeln, die den neuen Techniken eine Macht der Unterbrechung der Paradigmen der Kunst zuspricht. Wenn Sie das Video und seine abgeleiteten Formen nehmen, können Sie konstatieren, dass sein Dispositiv sich allen möglichen Identifikationen angepasst hat. (...) Das Video hat so Teil an der Verwischung der Unterschiede zwischen den Künsten, die das ganze ästhetische Regime und keineswegs nur die kleine postmoderne Episode charakterisieren.“²⁴

AUSBLICK

Im Rückblick auf das Video der 1980er habe ich die Entwicklung einer neuen Zwischenwelt beschrieben, welche die Grenze zwischen offiziellen, fremdbestimmten und eigenständigen, selbst bestimmten Medien ebenso verwischt wie sie experimentell in der Montage inszeniert. Aus heutiger Sicht haben das Internet und die digitalen Video- und Fotoformate massive Auswirkungen auf die gesamte Sphäre des Öffentlichen und Privaten bzw. auf den Verfall dieser Trennung. Die Videokunst war mit dem programmatischen Anspruch angetreten, die Hierarchie der Bilder zu hinterfragen. Video galt als „Anti-TV“ und Strategie der Selbstermächtigung, wie sie schon Hans Magnus Enzensberger 1970 in dem viel zitierten und ebenso oft kritisierten Aufruf zu einem „emanzipatorischen Mediengebrauch“ in seinem Text *Baukasten zu einer Theorie der Medien* propagiert hat.²⁵

Heute sind wir Zeugen einer „Entideologisierung“ der Medientechniken und der gleichzeitigen „Kapitalisierung“ ihrer zuvor als gesellschaftlich revolutionär vermuteten oder erhofften Eigenschaften. „Broadcast yourself“ könnte das Motto einer Gruppe von Videoaktivisten der 1970er sein, ist aber der per Trademark geschützte Slogan von YouTube. Das man einen solchen Satz überhaupt rechtlich „besitzen“ kann, ist schon ein Paradox. Doch welches Geschäftsmodell steht hinter diesem Spruch? Es geht Google, dem Besitzer von YouTube um „user generated content“. Es geht darum, dass möglichst viele Nutzer Videos auf YouTube hochladen – dass sie es überhaupt tun, und dass sie es nicht bei der Konkurrenz wie z. B. bei Vimeo tun. Die reinen Zahlen sprechen dabei für das immense Bedürfnis, dem Slogan „broadcast yourself“ zu folgen.

„Zugriffe: Jede Minute werden 60 Stunden Videomaterial auf YouTube hochgeladen. Das entspricht 1 Stunde Videomaterial pro Minute. Täglich werden mehr als 4 Milliarden Videos aufgerufen. Jeden Monat besuchen mehr als 800 Millionen einzelne Nutzer die YouTube-Website. Jeden Monat werden auf YouTube mehr als 3 Milliarden Stunden Videomaterial angesehen. In einem Monat werden mehr Videos auf YouTube hochgeladen als von den drei großen amerikanischen Sendern in 60 Jahren erstellt wurden. 2011 verzeichnete YouTube mehr als 1 Billion Aufrufe. Das entspricht fast 140 Aufrufen für jeden Mensch auf der Erde.

Monetarisierung: Auf YouTube werden weltweit mit über drei Milliarden Videoaufrufen pro Woche Umsätze generiert. 98 der 100 Top-Werbetreibenden von AdAge haben Kampagnen auf YouTube sowie im Google Display-Netzwerk geschaltet.“

Quelle:
http://www.youtube.com/t/press_statistics
(Stand 10. April 2012)

Zumindest sprechen diese Angaben eine klare Sprache: „user generated content“ ist ein Euphemismus für „consumer generated capital“. Das Ziel ist die Wertschöpfung durch Kapitalisierung der Ökonomie der Aufmerksamkeit. Der „user generated content“ wird, auch wenn er kostenfrei zur Verfügung steht, letztlich über die darauf aufsetzende Werbung an die User zurückverkauft. Das Ganze funktioniert wie kommerzielles Fernsehen, nur ohne Kosten für das Programm. Durch ihre Mikroarbeit am Content und ihre Rezeption dieses Contents finanzieren die „Prosumer“ die Cash-Gewinne der Aufmerksamkeitsökonomie. Andererseits entsteht durch die Blogosphäre und in den sozialen Netzwerken unbestreitbar eine Gegenöffentlichkeit zu den „offiziellen“ Massen-

medien, von der die Videoaktivisten der 1970er ebenso wie die Netzaktivisten der 1990er träumten. Insofern können YouTube und Facebook (noch) auch für Zwecke eingesetzt werden, die nicht mit der Konzernstrategie übereinstimmen, ihr eventuell sogar zuwiderlaufen. Im Kontext der Arrabellion kamen diese Firmen deshalb zeitweise ohne ihr Zutun in den Genuss eines revolutionären Imagegewinns.

Das Konzept des „Prosumer“ (als Kombination der Begriffe Producer oder Professional mit dem Begriff Consumer) wurde schon 1980 von dem US-amerikanischen, liberal-konservativen Futurologen Alvin Toffler (*The Third Wave*) geprägt für die post-industrielle Hybridisierung von Konsumenten und Produzenten. Es hat sich aber weniger bei den Konsumgütern („mass customization“) als vielmehr in der Produktion und Distribution von Informationen realisiert. Die Videokünstler der 1970/80er waren in diesem Sinne vielleicht die Peer Group dieses Konzepts.

Es passt deshalb ins Bild, dass YouTube seit kurzem auch die Videokunst für sich „entdeckt“ hat. Auf der deutschen Startseite von YouTube findet sich unten zwischen „Urheberrecht“ und „Werbung“ explizit ein Button für „Videokünstler und Partner“ (englisch heißt es ohne deutschen Kunstanpruch nur „creators“). Damit sind natürlich nicht die Partner der Videokünstler gemeint, sondern die Videokünstler als Partner von YouTube:

„Willkommen auf der neuen Plattform für YouTube-Partner und -Videokünstler! Hier findest du aktuelle Informationen sowie Tipps und Tricks rundum die Videoproduktion und kannst dich mit anderen Videokünstlern austauschen.“

Quelle:
<http://www.youtube.com/creators/de/>
(Stand 10. April 2012)

Ein weiteres Beispiel ist die strategische Partnerschaft von YouTube und dem Guggenheim Museum. Mit den Sponsoren Hewlett-Packard und Intel lancierten sie 2010 den Wettbewerb „YouTube Play: The Biennial of Creative Video“. „Do you ever look at a YouTube video and think, ‘That’s a work of art?’ Yep, so do we — and now, so does the Guggenheim“ heißt es im begleitenden Blog.²⁶ Das Guggenheim Museum gibt dem Projekt die kulturelle „Credibility“ und YouTube/Google die massenmediale „Visibility“.

Bezeichnenderweise passiert all dies, während in der Kunstwelt der Begriff „Videokünstler“ völlig aus der Mode gekommen ist. Umgekehrt hatten natürlich Künstler schon zuvor YouTube und verwandte Portale strategisch und experimentell für ihre Arbeit eingesetzt. Von manchen Künstlern werden Online-Videos ganz simpel als Werbung für ihre Arbeit eingesetzt, von einigen aber auch inhaltlich thematisiert und methodisch instrumentalisiert. Beispielsweise ist das Video *We, TechnoViking* von Matthias Fritsch (2010) ein Remix von Videoantworten, Remakes und Parodien seines eigenen Videos *Kneecam No.1*, welches er 2000 auf der Fuckparade in Berlin gedreht hat und das ab 2007 unter dem Titel *Technoviking* zu einem der bekanntesten Internet-Meme wurde, nachdem es ein Jahr zuvor von einem unbekanntem User auf YouTube gepostet worden war.²⁷

Videokunst führt also derzeit eine Art Doppelleben – online und im Kunstkontext. Bisher noch selten und umso wichtiger sind Initiativen wie imai, die mit ihrem Online-Katalog an der Schnittstelle zwischen diesen beiden Welten arbeiten. Die in diesem Text untersuchten Videos sind beispielsweise nur bei solchen kulturellen Videoarchiven zu finden, *AlienNATION* bei der Video Data Bank Chicago und *Video-Theorie* bei imai. Im Unterschied zu den kommerziellen Online-Video-Portalen zeigt sich hier die Bedeutung von Archiven wie imai, die sich der Erhaltung des kulturellen Erbes verpflichten. Sie leisten damit eine wesentliche Basis für das historische Verständnis von Videokunst, wie es beispielsweise in diesem Text für die Wandlung des Begriffs vorgeschlagen wird. Die Institutionen, die sich heute der Vermittlung von Video- und Medienkunst widmen, sind dabei notwendigerweise ebenso unspezifisch wie ihr Gegenstand. So ist imai beispielsweise ein Hybrid aus Vertrieb, Archiv und Kurator, zu den Aufgaben gehört die Erhaltung ebenso wie die Präsentation und Ausstellungsorganisation. In diesem Sinne lautete das Motto der transmediale 2012 auch „in/compatible“.

Video als technisches Medium und Videokunst als Genre, Gattung, Methode oder wie immer man es nennen mag, bleiben damit nach wie vor völlig unspezifisch. Und dies ist ein wesentlicher Garant für ihre Zukunftsfähigkeit, jenseits aller Versuche zu einer Kategorisierung oder Kanonisierung. In diesem Sinne schreibt Nathan Lee 2010 in einer Review von Rosalind Krauss' gesammelten Schriften und mit Rückbezug auf ihren mittlerweile kanonischen Text *Video: The Aesthetic of Narcissism*: "Billions of videos, hundreds of platforms, and much theorizing later, the uncertainty of video as form is no closer to resolution, and artists continue to mine the self-reflexive, performative strategies employed by the first generation of video artists. Nothing Krauss wrote in 1976 feels out of place when applied to, say, the YouTube hissy fits of Ryan Trecartin. What has changed is the desire to locate an inviolable set of rules, formal or otherwise, underpinning the practice of such an artist."²⁸

¹⁾ Adrian Bänninger, *Die Videomacher*, Köln 1984, Begleitbuch zur gleichnamigen Fernsehserie; S. 219.

²⁾ Dieter Daniels, „Kunst und Video-Kunst und Video“, in: *Videokunst in NRW*, hrsg. v. Sekretariat für gemeinsame Kulturarbeit NRW, Köln 1988, S. 135–140.

³⁾ Diedrich Diedrichsen, „Kunstvideo versus Videoclip: Eine Musik, die ohne Bilder nicht leben kann“, in: Ulf Poschardt (Hg.), *Video – 25 Jahre Videoästhetik*, Ostfildern 2004 (Ausstellung NRW-Forum Kultur und Wirtschaft, Düsseldorf) S. 76.

⁴⁾ Vgl. zum Vertrieb von Videokunst auf VHS die Beiträge von Lori Zippay, Axel Wirths, Christian Holten und Heiner Holtapples in: *Kunst – Video – Gesellschaft*, Media Art Produktion e.V., Köln 1991/1992, Reader zur Tagung 1989.

⁵⁾ Wie Anm. 2.

⁶⁾ Rosalind E. Krauss, *Perpetual Inventory*, MIT Press: Cambridge Mass. 2010, Klappentext. Das Konzept der *Post-Medium Condition* entwickelt Krauss anhand von Marcel Broodthaers zuerst in: *A Voyage on the North Sea: Art in the Age of the Post-Medium Condition*. London: Thames & Hudson, 1999. Sie entwickelt es mit Bezug auf Videokunst weiter in: „Two Moments from the Post-Medium Condition“, in: *October*, Spring 2006, No. 116, S. 55–62.

⁷⁾ Vgl. dazu Dieter Daniels, „Was war die Medienkunst?“ in: Claus Pias (Hg.), *Was waren Medien?*, Diaphanes, Zürich/Berlin, 2011, S. 57–80.

⁸⁾ Rosalind Krauss, „Video: The Aesthetic of Narcissism“, in: *October*, Vol. 1 (Spring, 1976) S. 57.

⁹⁾ Der kanonische Text ist: Clement Greenberg, „Avant-Garde and Kitsch“, zuerst 1939 in der *Partisan Review* publiziert.

¹⁰⁾ Für eine Kritik an Peter Weibels positivem Missverständnis von Krauss siehe: Max Hinderer, „Unwanted positivism. On the term 'post-medium condition' in the work of Rosalind Krauss“, in: *Springerin*, Heft 1/2009.

¹¹⁾ Vgl. John Hanhard (Hg.), *Video Culture. A critical investigation*, New York, 1987.

¹²⁾ Vgl. dazu auch: Diedrich Diedrichsen, wie Anm. 3, S. 78 f.

¹³⁾ Siehe zu dem Video *AlienNATION*: <http://www.vdb.org/node/1559>

¹⁴⁾ Fredric Jameson, „Surrealism Without the Unconscious“, in *Postmodernism or, The Cultural Logic of Late Capitalism*, Durham, N.C.: Duke University Press, 1991, S. 67–96. Eine frühere Fassung ist: Fredric Jameson, „La lecture sans l'interprétation“, in: *Vidéo, Communications*, 48, 1988, hrsg. v. Raymond Bellour, Anne-Marie Duguet, S. 105–120.

¹⁵⁾ Ebd. S. 96.

¹⁶⁾ Maurizio Lazzarato, *Videophilosophie. Zeitwahrnehmung im Postfordismus*, Berlin 2002 (zuerst 1997), S. 70–81.

¹⁷⁾ Vgl. dazu ausführlich: <http://www.nrw-museum.de/video-theorie-i-iv.html>

¹⁸⁾ Vgl. z. B. für den Sonderfall der DDR: Alexander Pehlemann, Ronald Galenza (Hg.), *Spannung. Leistung. Widerstand: Magnetband-Kultur in der DDR 1979–1990*, Berlin, Verbrecher Verlag, 2006.

¹⁹⁾ Siehe beispielsweise: John Hanhard (Hg.), *Video Culture. A critical investigation*, New York, 1987; und: Themenheft *Video, Communications*, 48, 1988, hrsg. v. Raymond Bellour, Anne-Marie Duguet; und: Siegfried Zielinski (Hg.), *Video – Apparat, Medium, Kunst, Kultur: Ein internationaler Reader*, Frankfurt/Main: Peter Lang, 1992.

²⁰⁾ „A research project looking at the history and cultural significance of the medium of video with an emphasis on the sale, rental and collecting of video formats. Developed by Dr Simon Barber and Oliver Carter, researchers from the Birmingham Centre for Media and Cultural Research at Birmingham City University, the project will initially gather oral histories from video shop owners, collectors, industry professionals and the general public. This research will then form the basis of a published academic work and subsequent documentary film about video shop culture in the UK.“ <http://videocultures.org/pages/about-1972>

²¹⁾ „Ghosts Off The Shelves is about the slow disappearance of VHS, S-VHS, VHS-C, Video 8, Hi-8, Betamax, Betacam and other lesser-known analog video formats that use magnetic tape. We all still possess a few of those objects, and because we no longer have the relevant equipment, we can't see (or even know) what's on those recordings.“ Ankündigung des Club transmediale, <http://www.ctm-festival.de/index.php?id=10018>

²²⁾ Vgl. dazu ausführlicher: Dieter Daniels, „Video/Kunst/Markt“, in: Rudolf Frieling, Wulf Herzogenrath (Hg.), *40jahrevideokunst.de – Teil 1, Digitales Erbe: Videokunst in Deutschland von 1963 bis heute*, Hatje Cantz Verlag, Ostfildern 2006, S. 40–49.

²³⁾ Wie Anm. 3; und: Marcel Odenbach (1977–79), in: Wulf Herzogenrath (Hg.), *Videokunst in Deutschland 1963–1982*, Köln 1982, S. 222.

²⁴⁾ Jacques Ranciere, *Ist Kunst widerständig?*, Berlin: Merve, 2008, S. 54 f.

²⁵⁾ Zuerst in: *Kursbuch*, Heft 20, 1970, S. 159–186.

²⁶⁾ Broadcasting ourselves; The Official YouTube Blog, Montag, 14. Juni 2010

²⁷⁾ Siehe <http://technoviking.tv/> In der Ausstellung *based in Berlin* (2011) hat Matthias Fritsch die beiden Videos gegenübergestellt.

²⁸⁾ Nathan Lee, „Medium's Message“ (Besprechung von Rosalind Krauss, *Perpetual Inventory*), April/Mai 2010, http://www.bookforum.com/inprint/017_01/5376

REVIEW

“Video art’ represents the creation of a new artistic style within the hustle and bustle of the art world, which, although it is still controversial, has nevertheless become increasingly established within the art scene. If you intend to declare your video experiments as art, well, nobody is going to contradict you. The meaning of a video work is not elevated simply because of the arbitrary use of the label ‘art’. Therefore one ought to advise caution if this alone was the point of your activity. The right to feel that one is a video artist cannot be denied in your case—and if this feeling is fun in itself, then just let it be.”¹ I began a text that I had written in 1988 about video art in North-Rhine Westphalia with this quote from the book accompanying a TV series for amateur video makers.² At that time, I merely thought of it as a quirky, whimsical tag with which to reflect upon the status of video art at the end of the 1980s.

From today’s vantage point, this quotation tells us two things: during the 1980s, video had developed into a mass medium that opened up a new field alongside the previously established media formats of television, feature film and amateur film. In this particular medium, a new combination for the time developed out of the (re-)distribution of existing media content (TV and cinema) with the (individual) production of private, documentary and artistic content. The blending of commercialisation and creativity, of individual and extraneous material is, in this sense, innovative because it destabilises the prevailing order of images and the separation of private and public media which, up until that point, had been predominantly left unchallenged. These spheres had also been separated within photography to a great extent: the family album, the private, self-assuring personal snapshot—as opposed to the professional press photography geared towards mass media reproduction and the “punctum” (Roland Barthes) of the significant moment.

These pictorial worlds coalesced in the analogue-electronic video medium during the 1980s. TV programmes were privately recorded and feature films sold using the current VHS standard format, as indeed it was used to produce and distribute video art. This aspect was also explicitly used and focused upon thematically by video art: the montage of personal, artistic images with public media (excerpts from TV and cinematic material) can be found in the works of several artists from this generation held in the imai archive (Volker Anding, Dara Birnbaum, Klaus vom Bruch, Paul Garrin, Norbert Meissner, Marcel Odenbach, Ulrike Rosenbach), and also in exemplary fashion by Nam June Paik during the 1970s. From today’s point of view, this new, interstitial world can be regarded as a preview of the so-called convergence of media within digital and network media. The increasing fluidity of the boundaries between the technical and cultural formats in the analogue video medium effectively prefigured the consequences and influence of digitalisation. Diedrich Diedrichsen writes in this context: “Video was always ever digital ‘avant la lettre’, ‘avant la technologie’.”³

New initiatives and institutions came about within this liminal world devoted to the communication and distribution of video art. Among its number, for example, was the video art agency 235 Media that started up operations in 1982 and was the seed for today’s imai foundation as well as the Videonale Bonn which has likewise continued to be successful and which was co-founded by the author of this essay in 1984. The foreword to the catalogue of the first Videonale describes video art as an “attempt to re-demarcate and re-depict temporal space and worlds of imagination, i. e., create an individual, pictorial world in contrast to the ubiquitous power of television”. One might say that initiatives like these have collaborated in the erosion of the “systematic differences” between video as an artistic medium and video as a mass medium by also making video art accessible for a non-specialised audience. For example, video art featured in TV programmes or for programmes at international festivals or presentations by the Goethe Institute. A few years earlier, the slogan VT ≠ TV was placed above the entrance to documenta 6 in 1977 for all to read. Instead of a radical demarcation, media-specificity and self-referentiality in the modernist sense, collaborative and “alternative” models using video as a mass medium were duly examined during the 1980s. Nevertheless, the economic basis often

remained fragile and attempts to market video art on VHS did not have real mass appeal.⁴ Allow me, therefore, to quote from my text from 1988 once more: "Video art has not finally followed through on the logical conclusions of the reproducibility of its medium; a kind of emotional dilemma remains for the artist: reproduction of his work is simultaneously desirable and the source of suffering."⁵

VIDEO ART—A FLUID CONCEPT

The term video art has survived from the 1970s until this day, and by comparison to "computer art" or "conceptual art", for example, it doesn't seem to be fixed to a specific epoch or artistic method. One might almost think of it as another genre lined up in the series painting, drawing, sculpture and photography. However, this is not the case, at least not in the sense of a smooth continuation of the art historical evolution. For one, the traditional genres are also drawn into what Rosalind Krauss described in 1999 as the "post-medium condition": "the abandonment by contemporary art of the modernist emphasis on the medium as the source of artistic significance".⁶ On the other hand, during the 1990s, the term Media Art was coined, the context of which "reunited" specific media such as video, computer and Internet art both intermedially and transmedially.⁷

During the 1970s, legitimacy was sought for video art via its media-specificity. For example in Rosalind Krauss' text Video: The Aesthetic of Narcissism which subjects the closed-circuit process and the video as a mirror function to a psychological interpretation: "It seems inappropriate to speak of a physical medium in relation to video. For the object (the electronic equipment and its capabilities) has become merely an appurtenance. And instead, video's real medium is a psychological situation (...)"⁸ Instead of dwelling on the evidentiality of the equipment and its potential, Krauss therefore bases her argument on the Lacanian psychoanalytical concept of the mirror stage. The self-referentiality of modernity propounded by her teacher, Clement Greenberg, is not perpetuated in Krauss's encounter with video as a form of technical media specificity, but only as a psychologising metaphor. This is early proof for my thesis that video is mostly perceived as a non-specific medium.

The self-perception and practice of Media Art burgeoned and developed in parallel to Krauss's theory of the "post-medium condition" during the 1990s. In a similar way to Krauss's concept of "differential specificity" for Media Art, the specificity of its social and discursive terrain takes the place of a technical format. Media Arts specificity resides in the utopian potential and dystopian effect of media technology on society and individuals, though precisely not in the kind of modernist media-specificity that Clement Greenberg elevated apodictically as the sole criterion of artistic quality.⁹ Media art no longer refers to individual media and their formal aspects, but to a techno-social context of communication technologies and their economic, political and cultural effects. As a result, the content and methods of Media Art operate in a form of dissent to the arts mainstream, to the commodification and commercialisation of "classical" genres.

By contrast, Krauss's original, critically intentioned "post-medium condition" is turned unproblematically into the positive or even simplified into out-and-out positivism.¹⁰ By the close of the 1990s and without being dependent on media-specific legitimations, video can be numbered among the most recognised and established formats in the art context. In this sense, the following text proposes that the meaning of the term 'video art' has shifted to a much greater extent from the 1970s to the present day than the apparent continuity of its usage would suggest.

VIDEO THEORY?

From the 1980s onwards, video art relinquishes its legitimation via media-specificity, as analysed by Rosalind Krauss, for example, with reference to the closed-circuit technique.

Instead, the new interstitial world delineated above becomes the actual domain of a non-specificity of the medium which, as later within digital media, integrates, adapts and—at first unnoticed and then more clearly—transforms all available formats. This not only applies to video art, but also for the localization of what would become known as ‘video culture’ in the 1980s.¹¹ The music video is prototypical of this: a hybrid product between music and film, between television ratings and pop industry, between artistic aspiration and commercial contract, between high and lowbrow.

Instead of the media specificity of Greenberg’s apodictic modernity, Marshall McLuhan’s transformatory, relational concept of the media perhaps serves us better as a leitmotif. Video art proves to be the exemplary art form of postmodernism. In this sense, it was “discovered” at the beginning of the 1990s by Frederic Jameson.¹² In his textbook, Postmodernism or, The Cultural Logic of Late Capitalism, he devotes an entire chapter — Surrealism without the Unconscious—to video. He particularly singles out the video AlienNATION, a collaborative piece by Edward Rankus, John Manning and Barbara Aronofsky Latham from 1979¹³—a hitherto otherwise scarcely regarded work within video art history. “What characterizes this particular video process (or ‘experimental’ total flow) is a ceaseless rotation of elements that change at every moment, with the result that no single element can occupy the position of ‘interpretant’ (or that of primary sign) for any length of time, but must be dislodged in the following instant, where it will be ‘interpreted’ or narrativized by a radically different kind of logo or image altogether.”¹⁴ Jameson sees the free flow of signifiers without any definable referents in this video as a prototypical example of his general thesis of postmodern end of the “great narrative”: “We are left with that pure and random play of signifiers (...) which no longer produces monumental works of the modernist type, but ceaselessly reshuffles the fragments of pre-existent texts, the building blocks of older cultural and social production.”¹⁵

It might seem surprising that one should find such a “video theory” in a late-Marxist work on political economy from the late-capitalist era that actually corresponds to the interstitial realm cited at the outset, in which the video art of the 1980s operates and through which it relinquishes media-specificity. And yet it is all the more surprising that it is hardly possible to find a theory of video anywhere else that adequately addresses the phenomenon. Indeed, video seems to have largely escaped academic analysis precisely because of its non-specificity. Neither in the digitally-fixated “German Media Theory”, as Friedrich Kittler and his legacy are dubbed abroad, nor in Anglo-American Visual Studies, nor in the peripheral areas between photography, film and television nor indeed in the “Iconic Turn” of art history, is it possible to see even the beginnings or vestiges of a “video theory”. Even Jean Baudrillard’s simulation theses jump straight from television to virtual reality, and only Vilém Flusser has a partial view of the “specific non-specificity” of this interstitial realm of analogue video. True enough, Maurizio Lazzarato’s book Videophilosophie is an exception, however his main concern would seem to be a late-Marxist interpretation of post-Fordian labour conditions. Lazzarato, in a similar way to Jameson, is not primarily concerned with the medium video, but more in the symptom of an altered concept of time. By contrast to Jameson, he refers exclusively to texts by Nam June Paik, Bill Viola and Angela Melitopoulos, for example, but not to specific videos.¹⁶

A Google search of the term “video theory” initially produces the series of video tapes of the artist duo Dellbrügge & de Moll Video-Theorie I–IV from 1992/93 which are also held in the imai archive.¹⁷ In these four videos, passages from contemporary texts about the problem of acceptance, production, distribution and presentation of video are artistically processed (including a text by the author of this essay). The different aesthetic slant in each of the four parts focuses thematically upon and authenticates the non-specificity of video postulated in this essay. The title “video theory” should be understood ironically, because it references this very deficit of theory outlined here.

Indeed, a corresponding video theory for the video practice of the 1970s, 1980s or 1990s is similarly absent, which is not the case with regard to radio, photography and film. Video is not decoded within the arts (i. e. in the context of fine art, film, performance, theatre),

but taken for granted in the main with its given qualities; in a similar way to reel and cassette tape in music, although both these media have occasioned incisive changes in the production and distribution of music.¹⁸ Instead of formulating a theory on video, several anthologies and inventories were compiled during the 1980s and 1990s, all of which remain non-specific to a certain extent.¹⁹ Chronologically speaking, there are exceptions pre-dating the “video boom”, for example, Gene Youngblood’s referential work *Expanded Cinema* (1969), for which the title “Video Utopia” would be more suitable; conversely, other exceptions followed with a certain latency after video has disappeared as an independent media format. The medium VHS and its social context have become the object of social history and media archaeology, as illustrated by the research project *Video Cultures* by Birmingham City University.²⁰ Alternatively, videotapes are staged as a form of private media archaeology, as was the case in Thibaut de Ruyter’s 2012 exhibition in Berlin, *Ghosts off the Shelf*.²¹ A similar trend unfolds within the academic field, where the contours of a “video theory” also seem to be tardily taking shape. In her comprehensive study, *Video. The Reflexive Medium* (2005), Yvonne Spielmann proposes that video is not only an intermediate stage that has become obsolete with the introduction of digital technology, but an independent medium in its own right. For Spielmann, the processed-based nature of video as “transformation imagery” is an argument for the media-specificity of video which has hitherto mostly been ignored. However, whereas the historicisation of video acknowledges both the technical and cultural specificity of the medium, the concept “video”, in its current situation, is more non-specific than ever.

SHIFT IN VALUES

During the 1990s, the term “video art” grew increasingly diffuse as it progressed from its niche-status to become an established entity in the august world of museums, biennials and commercial galleries. Historical demarcation and delimiting no longer hold water: rather than talking about an independent genre, it is more appropriate to talk about a hybrid art form in which elements from cinematography, photography and the new digital image worlds feature more predominantly. Even from a technical point of view, as part of digital multimediality video is only a file format and no longer an individual medium. That is why the term “video art” is increasingly used as a historical term and thus the so-called “video artist” would seem to belong to a defunct genre.

The extent to which the separation between video art and media art has occurred since the 1990s is also reflected in the titles of literature on the subject. The Taschen’s *Basic Art Series* comprises two editions: Sylvia Martin, *Video Art* and Mark Tribe/Reena Jana, *New Media Art*. The Thames & Hudson *World of Art Series* comprises four editions: Michael Rush, *Video Art*; Michael Rush, *New Media in Art*; Christiane Paul, *Digital Art* and Rachel Greene, *Internet Art*. There is a comparable differentiation in the communication and marketing of these art forms, too. Whereas the “iconic” medium video has moved into the context of art, process-based, experimental or participatory Media Art has become a special artistic discipline more than ever before. Video art has become, to put it casually, “fit for the light of day” (quite literally due to powerful video beamers) and “presentable”. The projected art video is presented in the context of a museum exhibition with the same degree of self-evidentiality as a painting hanging on the wall alongside other images corresponding to its new status as an object of equal value in a collection. By contrast, art videos, even well into the 1980s, were not yet able to compete in the context of an exhibition because they were mostly shown in a darkened, secluded room as a programme with a series of contributions displayed on monitors. Video art was a kind of hybrid between an exhibit and cinema with its own schedule that all too often didn’t suit the attention span of normal visitors and, therefore, yet again only ever reached a specialist audience.

It is beyond question that technical progress in the form of light intensity and image size of the projections has played a significant role for video’s new “exhibition value”. However, such a shift in recognition that video art has undergone, can never be explained along purely technical lines. It represents more a completely altered concept of the work of art

which gradually developed in the course of the 1980s, among other things, through video installation and the quickly forgotten idea of video sculpture, but which has first shown its mass appeal since the mid-1990s. However, the trend towards installation cannot explain this alone, for single channel videos have a completely different status today as exhibits than they enjoyed in the 1980s.

Looking back at the situation in the 1970s and 1980s, video art is now able to assert itself in the context of art in direct comparison with painting and photography. The clearest indication of this shift can be seen in the prices which video art commands nowadays in the art market. A massive leap has taken place since the 1980s until now which cannot be explained by a normal "rise in value". Today's prices, up to six-figure sums for limited copies of a video, cannot be compared by any means to the standard prices for unlimited video tapes, even into the 1980s.²² This shift from standard prices based on the technical format on the one hand, to freely negotiable market prices based on the status of a given artist on the other, was by no means self-evident towards the end of the 1980s. A passage from my essay from 1988 supports this observation: "Video was a means of escaping the commercial commodification of art, it is used precisely because it is unusable for the art market. (...) This was a significant feature of the way video artists saw themselves. Consequently, Marcel Odenbach summarised his standpoint at the end of the 1970s with the following words: 'Why do I work with the medium?: ... because, theoretically, I can address a larger circle of recipients than just the visitors to a museum, because my visual representation can no longer be used as a decorative and representative artefact to adorn the wall because art loses a part of its commodity character'.²³ This economic situation did not change significantly until 1988, but now in view of the power of the art market to inform opinion, it was no longer considered to be up-to-date.

The aspiration to deploy video as a medium of dissidence against the elite status and the dependence of contemporary art on the art market is only of retrospective interest nowadays. Neither the change in the art market nor the developments in video technology alone are crucial factors for the new status of video within the field of fine art. It is more appropriate to say that the "ideology" of the medium "video", i.e. of the term "video art", has been constantly changing from the very beginning.

Jacques Rancière formulates this as follows in his essay Si l'art résiste à quelque chose?: "One should be sceptical about the idea that affords new technologies power over the interruption of the paradigms in art. If you take video and its derivations, you could argue that its dispositive had simply conformed to every possible form of identification. (...) Video has played its part in the erasing of distinctions between the arts that characterise the whole aesthetic regime and by no means just the tiny postmodern episode."²⁴

OUTLOOK

*Looking back on video from the 1980s, I have described the development of a new interstitial world which blurs the boundary between official, heteronomous and independent, autonomous media to the same extent as it stages them experimentally as montage. From today's vantage point, the Internet and digital video and photographic formats have a massive impact upon the whole sphere of the public and the private, that is to say, upon the demise of this division. Video art took to the stage with the programmatic intention of questioning the hierarchy of images. Video was considered to be "anti-TV" and the strategy of self-empowerment, as propagated by Hans Magnus Enzensberger in his much quoted and likewise frequently criticised appeal for an "emancipatory use of the media" in his text *Baukasten zu einer Theorie der Medien* from 1970.²⁵*

Nowadays, we are witness to a "de-ideologisation" of media technology and the simultaneous "capitalisation" of its hitherto putative or desired, socially revolutionary characteristics. "Broadcast yourself" could be the motto of a group of video activists from the 1970s, but instead it is the trademark-protected slogan of YouTube. The fact that one can

legally “own” a sentence of this kind is a paradox in itself, but what social model actually exists behind this slogan? Google, the owner of YouTube, is interested in “user-generated content”. It is in the business of getting as many possible users to upload videos onto YouTube—and, importantly, that they actually do it and that they don’t use the competition’s service, for example Vimeo. The figures themselves tell the story of an immense need to comply with the imperative “broadcast yourself”:

“Traffic: 60 hours of video are uploaded every minute, or one hour of video is uploaded to YouTube every second. Over 4 billion videos are viewed a day. Over 800 million unique users visit YouTube each month. Over 3 billion hours of video are watched each month on YouTube. More video is uploaded to YouTube in one month than the 3 major US networks created in 60 years. In 2011, YouTube had more than 1 trillion views, or almost 140 views for every person on Earth

Monetisation: YouTube is monetising over 3 billion video views per week globally. 98 of AdAge’s Top 100 advertisers have run campaigns on YouTube and the Google Display Network.”

Reference:
http://www.youtube.com/t/press_statistics
(Statistics as of April 10, 2012)

These statistics give a clear message: “user-generated content” is a euphemism for “user-generated capital”. The aim is to create value via the capitalisation of attention economy. “User-generated content”, even if it is freely available, is sold back to the user ultimately through the advertising placed upon it. The whole thing functions like commercial television minus programming costs. Via the micro-work on the content and its reception of this content, the “prosumers” finance the cash profits of the attention economy. On the other hand, an undisputable counter public to the “official” mass media is engendered by the blogosphere and social networks which the video activists of the 1970s, as well as the Internet activists from the 1990s, could but dream. In this sense, YouTube and Facebook can also (still) be used for purposes which don’t necessarily cohere with the concern’s strategy, indeed, could even run contrary to it. In the context of the Arab Spring, these firms periodically profited from the unsolicited but welcome illusion of a revolutionary image.

The concept of the “prosumer” (as a conflation of producer or professional with consumer) was coined as early as the 1980s by the liberal conservative American futurologist Alvin Toffler (The Third Wave) to describe the post-industrial hybridisation of consumers and producers. However, this concept has been realized less in terms of mass customisation and more in terms of production and distribution of information. The video artists from the 1970s and 1980s were in this sense perhaps the peer group of this particular concept.

It is fitting then that YouTube has recently “discovered” video art. On YouTube’s German homepage between “Copyright” and “Advertising” at the bottom, there is a dedicated button for “Videokünstler und Partner” (in the English version they are simply labelled “creators” without the artistic aspiration expressed in the German designation). Of course, this doesn’t mean the video artists’s partners, but the video artists as partners of YouTube: “Welcome to the hub! Welcome to the new hub for YouTube Partners and creators*! Here, you’ll find the latest news, learn new skills, and meet other creators.”

Reference:
<http://www.youtube.com/creators/>
(Statistics as of April 10, 2012)

*Again, the word in the German version here is explicitly “Videokünstler”.

A further example would be the strategic partnership between YouTube and the Guggenheim Museum. In conjunction with sponsors Hewlett-Packard and Intel, the Guggenheim in 2010 launched the competition “YouTube Play: The Biennial of Creative Video”. “Do you ever look at a YouTube video and think, ‘That’s a work of art?’ Yep, so do we—and now, so does the Guggenheim”, so it goes in the accompanying blog.²⁶ The Guggenheim lends the project the cultural credibility, Google gives it its mass medial “visibility”.

Interestingly enough, all of this has happened as the term “video artist” has become completely unfashionable in the art world. Conversely, artists had of course already used YouTube and related portals for their work, both strategically and experimentally. Some artists use online video quite simply as advertising for their work; other artists discover

the potential of viral videos thematically, contextually and instrumentalise it methodically. For example, the video *We*, TechnoViking by Matthias Fritsch (2010) is a remix of video replies, remakes and parodies of his own video *Kneecam No. 1*, which he filmed during the 2000 *Fuck Parade* and from 2007 onwards, entitled *Technoviking*, became one of the most well known Internet memes after it was posted onto YouTube by an unknown user.²⁷

Video art is leading a kind of double life at the moment—online and in the context of art. Initiatives such as *imai*, which work with their online catalogue at the very interface between these two worlds, have hitherto been something of a rarity and are therefore all the more important. The videos cited in this essay, for instance, can only be found in cultural video archives of this kind—*AlienNATION* in the *Video Data Bank Chicago* and *Video-Theorie* at *imai*. By contrast to the commercial online video portals, the importance of archives such as *imai*, which are dedicated to the preservation of our cultural legacy, becomes immediately apparent. They provide a significant foundation for the historical understanding of video art, informing essays such as this one with its proposition of a shift in the meaning of the term. The institutions devoted to the communication of video and media art today are necessarily as equally non-specific as their object. In this way, *imai*, for instance, is an amalgam of distributor, archive and curator, one of its salient duties, alongside conservation, being the presentation and organisation of exhibitions. In this sense, the motto of the 2012 *Transmediale* festival was “in/compatible”.

Video as a technical medium and video art as a genre, method or however you want to call it, remain as ever completely non-specific. And this is a significant guarantee for their durability beyond every attempt to categorise or canonise them. In keeping with this, Nathan Lee writes in his review of Rosalind Krauss's collected works in 2010 with recourse to Krauss's since canonised text, *Video: The Aesthetic of Narcissism*: “Billions of videos, hundreds of platforms, and much theorizing later, the uncertainty of video as form is no closer to resolution, and artists continue to mine the self-reflexive, performative strategies employed by the first generation of video artists. Nothing Krauss wrote in 1976 feels out of place when applied to, say, the YouTube hissy fits of Ryan Trecartin. What has changed is the desire to locate an inviolable set of rules, formal or otherwise, underpinning the practice of such an artist.”²⁸

¹) Adrian Bänninger, *Die Videomacher* (Cologne, 1984). (Book accompanying the eponymous television series.)

²) Dieter Daniels, “Kunst und Video-Kunst und Video”, in: *Videokunst in NRW*, ed. Sekretariat für gemeinsame Kulturarbeit NRW (Cologne, 1988), pp. 135–140.

³) Diedrich Dierichsen, “Kunstvideo versus Videoclip: Eine Musik, die ohne Bilder nicht leben kann”, in: Ulf Poschardt, ed., *Video – 25 Jahre Videoästhetik* exh. cat. NRW-Forum Kultur und Wirtschaft, Düsseldorf (Ostfildern, 2004), p. 76.

⁴) On the distribution of video art on VHS, cf. contributions by Lori Zippay, Axel Wirths, Christian Holten and Heiner Holtapples, in: *Kunst – Video – Gesellschaft* (Cologne: Media Art Produktion e.V., 1991/1992). *Papers of the 1989 Conference*.

⁵) Cf. note 2.

⁶) Rosalind E. Krauss, *Perpetual Inventory* (Cambridge, Mass.: MIT Press, 2010), cover notes. Krauss first developed the concept of Post-Medium Condition in relation to Marcel Broodthaers in *A Voyage on the North Sea: Art in the Age of the Post-Medium Condition* (London: Thames & Hudson, 1999). She adumbrates the concept further with reference to video art in “Two Moments from the Post-Medium Condition”, *October* 116 (Spring 2006), pp. 55–62.

⁷) Cf. Dieter Daniels, “Was war die Medienkunst?” in: Claus Pias, ed., *Was waren Medien?* (Zurich/Berlin: Diaphanes, 2011), pp. 57–80.

⁸) Rosalind Krauss, “Video: The Aesthetic of Narcissism”, in: *October* 1 (Spring, 1976) p. 57.

⁹) The canonical text here is Clement Greenberg, “Avant-Garde and Kitsch”, first published 1939 in *Partisan Review*.

¹⁰) For a critique of Peter Weibel's positivistist misunderstanding of Krauss, cf. Max Hinderer, “Unwanted positivism. On the term ‘post-medium condition’ in the work of Rosalind Krauss”, in: *Springerin* 1 (2009).

¹¹) Cf. John Hanhard, ed., *Video Culture. A critical investigation* (New York, 1987).

¹²) Cf. also Dierichsen, note 3, p. 78f.

¹³) Cf. *Video AlienNATION*: <http://www.vdb.org/node/1559>

¹⁴) Fredric Jameson, “Surrealism Without the Unconscious”, in: *Postmodernism or, The Cultural Logic of Late Capitalism* (Durham, N.C.: Duke University Press, 1991), pp. 67–96. For an earlier version, cf. Fredric Jameson, “La lecture sans l'interprétation”, in: Raymond Bellour, Anne-Marie Duguët, eds, *Vidéo, Communications* 48 (1988), pp. 105–120.

¹⁵) *Ibid.*, p. 96.

¹⁶) Maurizio Lazzarato, *Videophilosophie. Zeitwahrnehmung im Postfordimismus* (Berlin, 2002), pp. 70–81. First published 1997.

¹⁷) For more detail, cf. <http://www.nrw-museum.de/video-theorie-i-iv.html>

¹⁸) For special circumstances in the GDR, cf. Alexander Pehlemann, Ronald Galenza, eds, *Spannung. Leistung. Widerstand: Magnetband-Kultur in der DDR 1979–1990* (Berlin: Verbrecher Verlag, 2006).

¹⁹) For examples here, cf. John Hanhard, ed., *Video Culture. A critical investigation* (New York, 1987); Raymond Bellour, Anne-Marie Duguët, eds, *Vidéo, Communications* 48 (1988); Siegfried Zielinski, ed., *Video – Apparat, Medium, Kunst, Kultur: Ein internationaler Reader* (Frankfurt/Main: Peter Lang, 1992).

²⁰) “A research project looking at the history and cultural significance of the medium of video with an emphasis on the sale, rental and collecting of video formats. Developed by Dr Simon Barber and Oliver Carter, researchers from the Birmingham

Centre for Media and Cultural Research at Birmingham City University, the project will initially gather oral histories from video shop owners, collectors, industry professionals and the general public. This research will then form the basis of a published academic work and subsequent documentary film about video shop culture in the UK.”
<http://videocultures.org/pages/about-1972>

²¹⁾ “Ghosts Off The Shelf is about the slow disappearance of VHS, S-VHS, VHS-C, Video 8, Hi-8, Betamax, Betacam and other lesser-known analog video formats that use magnetic tape. We all still possess a few of those objects, and because we no longer have the relevant equipment, we can't see (or even know) what's on those recordings.” Announcement by transmediale, <http://www.ctm-festival.de/index.php?id=10018>

²²⁾ For more detail here, cf. Dieter Daniels, *Video/Art/Market*, in: Rudolf Frieling/Wulf Herzogenrath, ed., *40 years videoart.de*—part 1, digital heritage: video art in Germany from 1963 to the present (*Ostfildern: Hatje Cantz Verlag, 2006*), pp. 40–49.

²³⁾ Cf. Note 3 and Marcel Odenbach (1977–79), in: Wulf Herzogenrath, ed., *Videokunst in Deutschland 1963–1982* (Cologne, 1982), p. 222.

²⁴⁾ Jacques Ranciere, *Ist Kunst widerständig?* (Berlin: Merve, 2008), p. 54f.

²⁵⁾ First published in *Kursbuch*, 20 (1970), pp. 159–186; for English version “Constituents of a theory of the Media”, cf. <http://mediascapes.wikispaces.com/file/view/Enzensberger+excerpts.pdf>

²⁶⁾ *Broadcasting ourselves*; The Official YouTube Blog, Monday, 14 June 2010.

²⁷⁾ Cf. <http://technoviking.tv/>. In the exhibition based in Berlin (2011), Matthias Fritsch juxtaposed both videos.

²⁸⁾ Nathan Lee, “Medium's Message” (discussion of Rosalind Krauss's *Perpetual Inventory*) (April/Mai 2010), http://www.bookforum.com/inprint/017_01/5376