

Medium Religion

Auf allen Kanälen kehrt die Religion mit Macht zurück: bei den Muslimen, in den USA, bei CNN wie in Sibirien. Überall sehnt man sich nach Erlöserfiguren. Und die überbringen ihre Botschaft im Videoformat. Anhand von künstlerischen und dokumentarischen Video-Installationen wird zur Zeit im **Museum für Neue Kunst** in Karlsruhe (ZKM) der Trend auf die Formel gebracht: Das Medium selbst ist schon Religion.

Die Medientheoretiker Peter Weibel und Boris Groys stellen Künstler vor, die sich mit dem Medium Religion auseinandersetzen und folgen der Einschätzung des Soziologen Marshall McLuhan: Das Medium ist die Botschaft. Es kommt nicht mehr auf den Inhalt an. Alle Botschaften sind gleich oder egal. Das Wesentliche ist das Medium selbst. Und das beruht auf dem Prinzip der Wiederholbarkeit. Wie die Religion auf dem täglichen Gebet beruht, auf dem Exerzitium und dem Wiederholungszwang. Die moderne Kunst wird Religionsersatz.

Malewitsch, der mit seinem schwarzen Quadrat die Moderne vollendete, stellte die ultimative Frage der Religion. Weibel sagt: "Der Skandal des Todes, der Stachel im Fleisch, das Versprechen der Kunst, es gibt ein unsterbliches Leben symbolisch." Und Philosoph und Medientheoretiker Boris Groys ergänzt: "Eine moderne Vision der Unsterblichkeit."



Auch die Werbung übernimmt religiöse Versatzstücke.

In Karlsruhe sind die Leuchtkästen des Soz-Art-Künstlers Alexander Kosolapov zu sehen. Christus wird dort zum Markenträger, die Eucharistie,

die Verwandlung von Blut und Leib Christi, wird zur Werbebotschaft. "Man kann sagen, dass Christus auch ein Gott des Konsums ist", so Groys. "Er hat sein Fleisch und sein Blut zum millionenfachen Konsum angeboten. Konsum ist eine Messe,

bei der Produkte in Marken, in Zeichen verwandelt werden.”

Ausstellung “Medium Religion” bis 19.4.2009
– Museum für Neue Kunst im ZKM Karlsruhe

wf / 3sat-“kulturzeit”