

## Katja Glaser: Street Art und Neue Medien.

**Akteure – Praktiken – Ästhetiken. (Locating Media. Situierete Medien). Bielefeld: Transcript, 2017, 416 S., ISBN 978-3-8376-3535-5, Preis: 34,99 Euro.**

Rezensiert von Ulrich Blanché

Auf einer medienwissenschaftlichen Praktikentheorie fußend hinterfragt Glasers Buch die Wechselwirkungen von Street Art und Neuen Medien. Kurz gesagt heißt das Street Art in der (digitalen) Fotografie, welche eine Plattform bildet für weitere Auseinandersetzungen mit den Neuen Medien, insbesondere online. Die Medienwissenschaftlerin fokussiert auf Street Art in Deutschland insbesondere im Zeitraum 2012 bis 2015, auch weil sich danach der Algorithmus bei Facebook änderte. Street Art basiert oft auf Fotografie und wird wiederum als digitale Fotografie in Neuen Medien rezipiert, geteilt, archiviert. Street Art bespielt zwei Räume, die Straße und das Netz. Laut Glaser „gilt es die Street Art als Kunstpraktik bzw. –Welt aufzufassen, welche sich im Wesentlichen durch die sie konstituierenden Akteure und sozialen bzw. soziotechnischen Aushandlungsprozesse konturieren lässt“ (S. 342).

Anfangs gibt die Autorin einen lesenswerten Überblick über wichtige Street-Art-Publikationen. Im Mittelpunkt von Glasers Studie stehen, wie der Untertitel schon sagt, „Akteure – Praktiken – Ästhetiken“. Die Akteure sind insbesondere die Street Art Künstler\_Innen, kurz-nachzehn (Schablonieren als medialer Übersetzungsprozess), El Bocho (Paste-ups und die unscharfen Selbstdarstellungen des Künstlers beim nächtlichen Kleben), Paolo Cirio und Sweza (Erinnern und Archiv). Weitere Schwerpunkte bilden Glasers Auseinandersetzung mit der Berlin-Street-Art-App und zu Beginn mit Facebook, insbesondere der einflussreichen „Street Art in Germany“-Facebookseite und seinem Gründer Timo Schaal. Dieser wie auch die genannten Künstler kommen in Zitaten aus von Glaser geführten Interviews oft selbst zur Sprache.

Beim Aufbau ihrer Studie verfolgt die Autorin folgenden Narrationsbogen: „Ausgehend von der Facebookstudie [...], welche der Entfaltung des [Forschungs-

UB]Gegenstandes dient, rückt [...] die [...] Street-Art-Produktion in den Fokus. Ich diskutiere die Entstehung eines Schablonenbildes, welches es als feingliedrigen Übersetzungsprozess zu entwerfen gilt [...]. Hieran schließt die Beleuchtung des Street-Art-Klebens und –Dokumentierens an[...]. In der [anschließenden] Fallstudie [...] wird das [...] Lokalisieren von Street-Art-Arbeiten (via Smartphone-App) thematisiert, gefolgt von der Diskussion, wie der alles durchdringenden Vernetzung der Lebenswelt [...] [heute] adäquat begegnet werden kann[...]. Die [...] abschließende Fallstudie [...] widmet sich [...]Erinnern von Street Art und regt damit eine Reflexion an, die dann greift, wenn Street Art bereits verschwunden ist – entfernt[...]und übermalt“(S. 28).

Der Begriff „Schnitt-Bild“ (etwa: S. 82-86) ist zentral in Glasers Arbeit. Sie versteht Schnitt-Bild als ein Bild das, wie eine Street-Art-Schablone, aus Schnitten entsteht bzw. ein Street-Art-Foto, das ja immer den Kontext eines Werkes auf der Straße zugeschnitten präsentiert. Es gibt diesen Begriff bereits etwa in der Tomografie, Bauzeichnung, Fotografie und beim Filmschnitt, worauf Glaser nicht eingeht, obwohl diese Verwandtschaften eventuell ihre Verwendung dieses Begriffes befruchten hätten können.

Ihr medienethnographischer und medienwissenschaftlicher Ansatz verwendet insbesondere die Akteur-Netzwerk-Theorie von Bruno Latour. Street Art ist „als Kunstpraktik bzw. –Welt aufzufassen, welche sich im Wesentlichen durch die sie konstituierenden Akteure und sozialen bzw. soziotechnischen Aushandlungsprozesse konturieren lässt“ (S. 342).

Ihre orts- und situationsbezogene Medienforschung beschäftigt sich in erster Linie mit „how and where the work connects“ online. Glaser verteufelt die Social-Media-Plattform nicht und verherrlicht sie ebenso wenig. Fotos von Street Art und auch die Werke selbst

werden vom Künstler wie vom Fotografen geschaffen mit dem Facebook-Frame, wie es dort wirkt, im Kopf. Die Autorin schreibt verständlich und denkt (auch) einen Leser mit, der nicht unbedingt das ganze Buch liest, sondern auch bei Konsultation eines Kapitels nicht verloren gehen soll, was trotz gelegentlicher Wiederholungen das Lesen leichter macht.

Glaser geht methodisch sehr genau vor und reflektiert die Herangehensweise eines Street-Art-Forschers explizit, formuliert aus, was viele teils unbewusst machen statt nur Ergebnisse zu präsentieren. Daher sei dieses Buch nicht nur Medienwissenschaftlern und Street-Art-Forschern empfohlen, sondern gerade auch solchen, die es werden wollen. Diese bekommen eine Reihe hilfreicher Theoriwerkzeuge an die Hand, um Street Art heute adäquat von unterschiedlichen Seiten beleuchten zu können.

### **Autor**

Dr. Ulrich Blanché ist wissenschaftlicher Mitarbeiter für Kunstgeschichte in Heidelberg. Er veröffentlichte u.a. zwei Bücher zu Street Art, „Der Street Artist Banksy“ (2010), und „Konsumkunst. Kultur und Kommerz bei Banksy & Damien Hirst“ (2012), in der englischen Version „Banksy. Urban Art in a Material World“ (2016). Nach einem Master in Communication in Sydney 2006 schloss er sein Magisterstudium in Erlangen 2008 in Kunstgeschichte, Theater- & Medienwissenschaften ab, um als Stipendiat der Bayerischen Eliteförderung zwei Jahre in London zu forschen.

### **Rezension: Medien**

Katja Glaser, Street Art und Neue Medien. Akteure – Praktiken – Ästhetiken. (Locating Media. Situierete Medien). Bielefeld: Transcript, 2017,

Rezensent: Ulrich Blanché

in: *kunsttexte.de*, Sektion Gegenwart, Nr. 2, 2017 (2 Seiten), [www.kunsttexte.de](http://www.kunsttexte.de).