

### 3 SOCIAL MEDIA

Heutzutage drängt sich aber in der Verwendung der neuesten Social Media die Frage auf, ob denn die Kunst nicht bereits das Leben in und mit den selbst generierten Bildern, Texten und Tönen Kunst sei: die Kunst ist das Leben, das Leben ist die Kunst. Ermöglicht wird diese Vorstellung durch die globale Vernetzung individueller Kommunikation in ehemals nicht denkbaren Dimensionen. Jede/r wird zum Knotenpunkt als Sender und Empfänger in der Virtualität, die gegenwärtig in opto-akustischer Form abrufbar und veränderbar ist.

Doch wo können sich in dieser endlosen Flut die für Kunst notwendigen Kristallisationsprozesse langsam gesellschaftlich herausbilden? Wenn die Daten zwar zu einer unlöschbaren Masse von archivarischem Ballast anwachsen und das Interesse ausschliesslich der Real Time momentanen Angeschlossenseins gilt? Social Media sind dann nach den Medien für Kunst und der Medienkunst die von der Masse der Partizipierenden erstellten und aufgelösten Kommunikationsstränge für neuronale, virtuelle und praktizierte oder dokumentierte Performances.

Da wir gesellschaftliche Wesen sind, nach den Normen gemeinschaftlichen Handelns und Denkens agieren, entwickeln und etablieren sich bestimmte künstlerische Unternehmungen (primär Performatives) in den diversen Netzen. Diese werden nicht überkommenen Vorstellungen von Kunst entsprechen, aber sicherlich Formen annehmen, welche dem Möglichkeitshorizont der Kunst als Metaebene des Diskursiven dienen.

So wie sich einst die Fotografie und der Film, später Video und der Computer zu Medien der Kunst als Medienkunst entfalten konnten, generieren die Social Media Formen, die ihren Platz im Medium Kunst einnehmen.