

Der „Yellow-Milk-Maid-Effekt“ oder die Wirkmächtigkeit digitaler Bilder

„In, über, unter, jenseits und dazwischen
– Ebenen digitaler Bilder “
Köln, 10.-12.10.2016

- Digitale Bilder und ihre Folgen
- Der Yellow-Milk-Maid-Effekt
- Original und Reproduktion
- Vom digitalen Bild zum digitalen Faksimile
- Die perfekte Kopie und ihre Folgen
- The Next Rembrandt
- Das Original und sein Double
- Zusammenfassung

- Uneingeschränkte Verbreitung und ihre allgemeine Zugänglichkeit im Internet
- Einerseits: Bilderflut lässt die digitalen Bilder beliebig und austauschbar werden
- Andererseits: die Anzahl und Allgegenwärtigkeit digitale (Ab-)Bilder schafft Wirkmächtigkeit
- Walter Benjamin (1936): „Die technische Reproduzierbarkeit des Kunstwerkes verändert das Verhältnis der Masse zur Kunst.“

- Digitalisate im Internet sind für ein breites Publikum häufig die erste, indirekte, Begegnung mit dem Objekt
- Genauer gesagt mit seinem Abbild oder Surrogat
- Martina Długaiczky (2015): Kopien dienen als Stellvertreter bzw. Surrogate der Originale: „Das Bild vom Bild hinter dem Bild steht für das Original. Schleichende Überlagerung findet statt.“

- Diese Beobachtung ist nicht spezifisch für das digitale Medium
- Siegfried Kracauer (1927) über Fotografie: „Für das vervielfältigte Original gilt der Satz: mitgefangen, mitgehangen; statt hinter den Reproduktionen zu erscheinen, neigt es dazu, in ihrer Mannigfaltigkeit zu verschwinden und als Kunstphotographie weiterzuleben.“

- Nicht nur eine Überlagerung des Originals
- Vielmehr scheint das digitale Abbild eine konditionierende Wirkung auf die Betrachter auszuüben
- Barbara Savedoff (1993): Primat der Reproduktion: „our experience with looking at photographs actually conditions how we look at art“
- Konditionierender Effekt am Beispiel von Jan Vermeers *Die Milchmagd (The Milk Maid)* und die Rezeption ihrer digitalen Reproduktionen



- Jan Vermeers Gemälde *The Milkmaid* im Rijksmuseum Amsterdam
- Mehr als 10.000 gelbstichige Kopien kursieren im Internet

- Viele Besucher glaubten nicht, dass die Postkarten im Museumsshop das Gemälde Vermeers abbilden
- Entschluss des Rijksmuseums:
 - Gegen die Wirkkraft der weit verbreiteten gelbstichigen Kopien der Milchmagd angehen
 - Hochaufgelöste Reproduktion des Originals samt zugehörigen Metadaten kostenfrei ins Internet

- Die Reaktion des Rijksmuseums mag ein interessanter, aber nicht repräsentativer Einzelfall sein
- Aber das Verhältnis von Objekt und Reproduktion ist eng

- Das Verhältnis von Objekt und Reproduktion ist komplex
- Das Original gilt als der Reproduktion überlegen
- Aber erst die Kopie erschafft das Original; sie zeigt seine Wertschätzung
- Die Reproduktion kann sich vom Original emanzipieren, sie gewinnt ein Eigenleben und eine eigene Wirkkraft
- Beispiel: Leonardo da Vincis *Letztes Abendmahl*

- Klaus Müller (2002): physisch kaum zugänglich, aber digital überall verbreitet
- Die digitale Reproduktion schafft neue Möglichkeiten



- Das Digitalisat kann das Original nicht ersetzen, weil es ihm an Materialität fehlt (Wolf 2000)
- Es ist auf die Vermittlung einer Maschine als Präsentationsmedium angewiesen
- Aber das Digitalisat kann wieder eine physische Gestalt annehmen
- Es wird ausgedruckt: dreidimensional als digitales Faksimile
- Der dreidimensionale Druck von Kunstwerken hat eine neue Qualität erreicht
- Beispiel: das digital erzeugte Faksimile von Paolo Veroneses *Hochzeit von Kanaan*

Paolo Veroneses *Die Hochzeit von Kanaan*:

- Als Original im Louvre in Paris (über 67qm groß)
- Als Faksimile der Firma Factum Arte im Refektorium von San Giorgio Maggiore in Venedig
- Scan des Originals in 37 Spalten und 43 Reihen sich überlappenden Aufnahmen mit 600 dpi und 16 Bit Farbtiefe
- Digitaldruck mit Pigmenttintendrucker auf grundierten Alupanelen, Firnis Auftrag
- Installation im Refektorium und Oberflächenbehandlung

Bruno Latour & Adam Lowe (2011):

- Das Faksimile entfaltet eine besondere Wirkung:
 - die originalgetreue Hängung
 - der Lichteinfall
 - das Zusammenspiel von realer und gemalter Architektur
- Bei den Betrachtern entstand ein Gefühl einer „terrible cognitive dissonance“:
 - „But it’s not the original, it’s just a facsimile!“
 - „Is it possible that the Venice version, although it clearly states that it is a facsimile, is actually more original than the Paris original, [...]?“

Bruno Latour & Adam Lowe (2011):

- Es hat den Anschein, dass das Faksimile für die Betrachter in San Giorgio gleichwertig mit dem abwesenden Original ist,
- dass sich die Aura vom Objekt gelöst hat und auf die Reproduktion übergegangen ist
- Das Wort Kopie soll nicht geringschätzig gebraucht werden
- Das Original ist Ausgangspunkt einer (endlosen) Folge von Kopien
- Das Ziel ist das Erreichen einer perfekten Kopie

- Die Qualität der Kopie spielt eine wesentliche Rolle
- Perfekte Kopie: wenn der materielle Unterschied zwischen Original und Kopie verschwindet
- Maria Reicher (2011):
 - „Etwas ist eine perfekte Kopie eines Kunstwerks genau dann, wenn es unter idealen Bedingungen der ästhetischen Rezeption nicht von dem (oder einem) Original unterscheidbar ist.“
 - „Die ästhetischen Werteigenschaften einer perfekten Kopie eines Kunstwerks entsprechen genau jenen eines Originals.“

- Ariane Mensger (2012): „Je ähnlicher sich Vorbild und Wiederholung sind, umso dringlicher stellt sich die Frage, was beide Kategorien nicht nur formal-ästhetisch, sondern gerade ideell voneinander unterscheidet. Was also macht ein Bild zum Original – was zur Kopie? Und was rechtfertigt die traditionell vorherrschende Bevorzugung des Originals vor der Kopie?“
- Diese Frage ist nicht neu, aber sie wird durch die technische Entwicklung dringlicher

- Das Kopieren muss sich nicht auf ein bestimmtes Kunstwerk beziehen
- Ein Aspekt des Kopierens kann darin bestehen, den Stil eines Künstlers zu kopieren
- Es entsteht ein Bild, das stilistisch typisch für einen Künstler ist.
- Beispiel: Der digital erzeugte „The Next Rembrandt“

- Von einem Hochleistungsrechner errechnet und mit einem 3D-Drucker ausgedruckt
- Ziel: ein typisches Rembrandt-Porträt neu zu generieren
- Grundlage: 346 Werke, die mit hochauflösenden 3D-Scannern digitalisiert wurden:
 - 168.263 Fragmente isoliert und mit Gesichtserkennungssoftware bearbeitet
 - 150 Gigabyte an Grafikdaten
 - ein sog. deep learning algorithm analysierte wie Rembrandt typischerweise Augen, Nase, Mund und Hut malte, Proportionen gestaltete



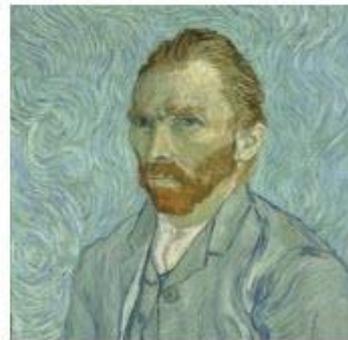
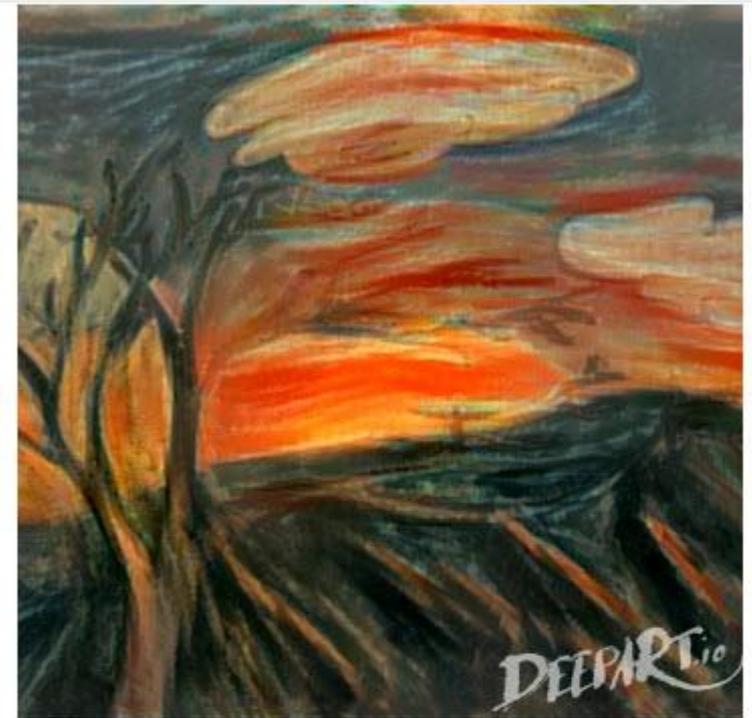
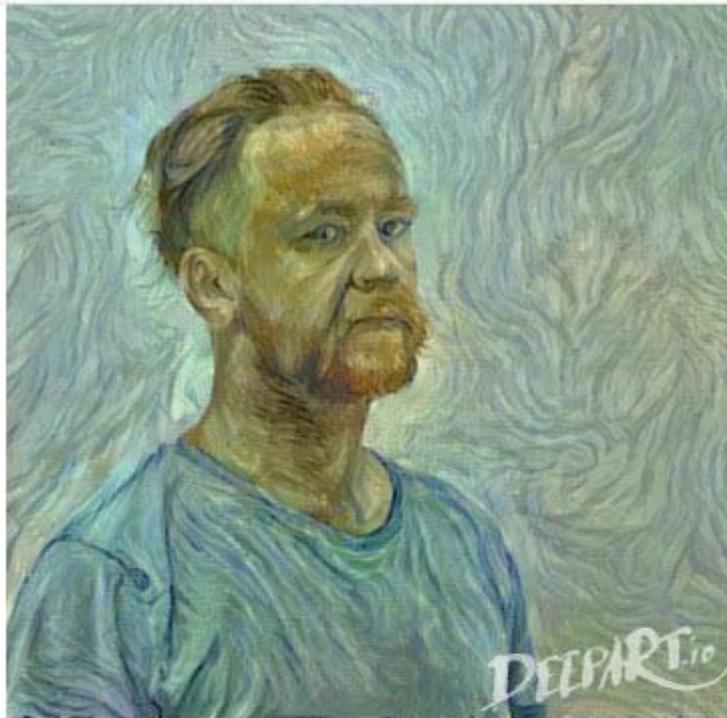
„The Next Rembrandt“
<http://thenextrembrandt.pr.co>

- Wissenschaftler der Technischen Uni Delft und KI-Experten von Microsoft unterstützt von niederländischen Rembrandt-Experten
- Das typische Rembrandt-Motiv: ein Mann zwischen 30 und 40 Jahren mit Bart und Hut in dunkler Kleidung mit weißem Kragen, der nach rechts schaut
- Stilistisch einordenbar in Rembrandts Werke der 1630er Jahre
- Das spätere Werk Rembrandts ist so komplex, dass es beim aktuellen Stand der Technik nicht werkgetreu umsetzbar ist



- Stefanie Enge (2016): „Insgesamt ist dieses Bild viel mehr als eine Stilkopie. Würde das gedruckte Gemälde in einem Museum zwischen anderen Rembrandt-Bildern hängen, könnten Laien den Unterschied sicherlich nicht erkennen. ‚The Next Rembrandt‘ hat dieselbe Ausstrahlung wie die Werke des großen Meisters.“
- Die Rembrandt-Software identifiziert „the features that make a Rembrandt a Rembrandt“, bündelt diese typischen Eigenheiten und ermöglicht es, eigene Motive schablonenhaft im Stil Rembrandts umzusetzen

- Website von DeepArt.io: ein Foto kann in den Stil eines berühmten Malers umgesetzt werden
- DeepArt.io ist „a novel artistic painting tool that allows everyone to create and share artistic pictures“, das auf einem lernenden Algorithmus beruht



- Digitale Bilder haben eine eigene Wirkkraft
- Sie kehren analog wieder als 3D-Drucke
- Die Ubiquität ausgedruckter hochauflösender Digitalisate wird kommen
- Welche Konsequenzen ergeben sich daraus für Kultureinrichtungen?
- Welche Rolle könnte Prometheus spielen?

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Haben Sie Fragen oder Anmerkungen?