

Dienstag, 22. Oktober 1996 11:01:18 Uhr
Message

From: Marc Ries
Subject: Ökonomie des vergessens
To: vergessen

Marc Ries und Rike Frank
con
mara.anlage für medienkulturen

Projektentwurf:
ÖKONOMIE DES AKTIVEN VERGESSENS

wir unternehmen eine Forschung - als eine Suche nach den möglichen Bestimmungen von dem was "aktives Vergessens" sein kann - aktives Vergessen meint zunächst das suggestive Wissen, daß man etwas nicht weiß, weil man es nie gewußt hat, es also nie ein vorgängiges Wissen von diesem oder jenem Ding oder Prozeß gegeben hat... dieses Vergessen als produktive Instanz ist dem Erinnern vorgelagert, wobei man vielleicht eher von Vergessenheit (und nicht von Vergesslichkeit) reden sollten... die Vergessenheit, das Vergessen als das Andere des Gedächtnis, nicht als sein Teil (wie das Nicht-Erinnern als funktionales Vergessen) - wir vermuten, dass das Vergessen als aktives sich in unserer Kultur eng an die Ökonomie anbindet, mit dieser eine besondere alliance eingeht und also von dieser aus das Vergessen auch "sichtbar" wird... wir wollen nach dem inneren Zusammenhang von Vergessen und Tausch, von Vergessen und Warenwirtschaft, von Vergessen und Kapitallogik, von Vergessen und Genuß forschen... wir fangen ganz bedächtig, sehr langsam, mit offenen Augen an, wobei das Problem sein wird, über etwas zu reden, das eigentlich Nicht-Gewußt ist... wir suchen nach Erscheinungsformen des aktiven Vergessens vor uns, mit uns und wollen sukzessive den Weg von der ersten Tausch-Kommunikation über den allgemeinen Äquivalenten "Geld" (das Metall der Münze als verkörpertes Vergessen der "natürlichen" Eigenschaften einer Ware, eines Rohstoffs) über die Übernahme dieses Vergessens - im Verlauf der Industrialisierung - am Produkt selbst, an seiner Haut als Zeichenträger (die Abbildung des Apfels auf dem Apfelsaft) bis hin zu den neuen Kommunikationsmitteln, die das Vergessen in die Sinnlichkeit des menschlichen Körpers selbst hinein tragen (die Stimme am Telephon, die zum Stellvertreter vom Anderen wird, die Sätze einer e-mail, die das andere Bewußtsein vermitteln...)

unser Produkt oder Ergebnis sollte zum einen eine Art Kartographie des aktiven Vergessens sein, "diagrammatische" Repräsentationen, die auf das Vergessen hinweisen ohne es als solche wirklich benennen zu können und zu wollen, zum anderen die Entwicklung eines "Prototyps" des aktiven Vergessens, eine Ware, die ihren Fetisch im Vergessen innehat...

Wien, 10.9.1996