

Epreuve écrite

Examen de fin d'études secondaires 2011

Section: E, F

Branche: PHILOSOPHIE

Numéro d'ordre du candidat

Épreuve sur deux textes connus

1. Théorie de la connaissance

René Descartes / David Hume

Descartes écrit:

«... je jugeai que je pouvais prendre pour règle générale, que les choses que nous concevons fort clairement et fort distinctement sont toutes vraies, mais qu'il y a seulement quelque difficulté à bien remarquer quelles sont celles que nous concevons distinctement.»

Expliquez cet extrait en répondant aux questions suivantes:

- 1.1 D'où vient cette règle générale et pour quelle raison Descartes croit-il pouvoir être si assuré de sa validité? (8)
- 1.2 Quelle est donc la principale cause des erreurs et pourra-t-on les éviter complètement par la suite? (5)
- 1.3 En quel sens David Hume détruit-il cette confiance cartésienne en la validité des idées claires et distinctes? (7)

2. Éthique

Aristote

- 2.1 Aristote constate que « *ce qui est digne d'être poursuivi par soi, nous le nommons plus parfait que ce qui est poursuivi pour une autre chose* ». Expliquez comment cette distinction entre différents «degrés de perfection» lui permet finalement d'identifier le souverain bien au bonheur. (7)
- 2.2 Comment Aristote prouve-t-il que le bonheur est lié à l'exercice de la raison? (7)
- 2.3 Selon Arthur Schopenhauer, « *la vertu ne s'apprend pas plus que le génie* ». Montrez que cette affirmation est à l'opposé de la pensée d'Aristote. (6)

Épreuve sur un texte inconnu

3. Philosophie de l'art

Kathrein Weinhold : Der neue Kunstmarkt

.../...

Epreuve écrite

Examen de fin d'études secondaires 2011

Section: E, F

Branche: PHILOSOPHIE

Numéro d'ordre du candidat

Kathrein Weinhold : Der neue Kunstmarkt

[aus: Selbstmanagement im Kunstbetrieb, Bielefeld: Transcript 2005, S. 108-114]

Warhols Worten verleiht das 21. Jahrhundert neues Leben: *Good business is the best art.* [...]

Eine Analyse des Kunstmarktes zu Beginn des 21. Jahrhunderts macht augenscheinlich, dass kein allgemein verbindlicher Diskurs mehr existiert. Die Zeit der großen Diskussionen, was nun Kunst sei und was nicht, ist vorbei. [...] Alles ist im Wandel, gar in einer Wandlungsbeschleunigung begriffen, sodass das einzig Beständige die Unbeständigkeit zu sein scheint. Dennoch gibt es einige wenige verbindliche Elemente zu beobachten, nach denen der Markt verlangt. [...]

Regel Nr. 1: Jung sein [...].

Regel Nr. 2: Etwas Neues bieten: Spektakulisierung ist angesagt. Der Newcomer muss irgendetwas Neues, Unerwartetes, Unerklärliches, Phänomenales, Spektakuläres, Außerordentliches, nie Dagewesenes, am besten einen völlig neuen Weltblick zu bieten haben. [...] Aber zugleich fordert der Markt mit seinen Teilnehmern eine Repetition, die eine Stil-, Epochen- oder Trendzuordnung möglich macht. Völlige Losgelöstheit von allem ist unerwünscht. Aufmerksamkeit entsteht für ein Werk oder einen Künstler immer dann, wenn eine wechselseitige Steigerung von Neuheit und Redundanz¹ erfolgt.

Regel Nr. 3: Eine leicht wiedererkennbare Trademark haben: Vor allem für den Markteintritt. Später kann man sich vieles leisten, zumindest, wenn man es in den Olymp des Kunstmarktes geschafft hat [...]. Angesichts der Überschwemmung des Kunstmarktes mit Handelsgegenständen – auch deshalb, weil jeder ein Künstler sein und alles Kunst sein kann – wird ein persönliches Kennzeichen mit leichtem Wiedererkennungseffekt, eine Trademark, existenzielle Marktbedingung. Leicht wiedererkennbar muss die Trademark auch deshalb sein, weil das Publikum genau wie der Künstler unter einem Informations-Overload leidet. Alles, was nicht in zwei bis drei Sätzen (oder gar im Einzeiler) verpackt werden kann, sodass es auch der Laie begreift und sich schnell merken kann, hat nur schwer eine Chance auf dem Markt. Komplizierte Erklärungen treffen nicht den Nerv einer Gesellschaft, die mit Werbeeinzelern bombardiert wird und nicht nur aus intellektuellen Befindlichkeiten, auch aufgrund natürlicher Aufnahmekapazitäten, nur begrenzt Infos erfassen und verarbeiten kann. »Banalisation ist unzweifelhaft ein Anpassungsreflex an die Massenkultur, der Zerstreuungsindustrie, es ist eine anbiedernde Verbeugung vor den Massen« (Bogomir Ecker). [...]

Zusätzlich setzt das System die Künstler unter einen extremen Erfolgszwang. Nicht selten leidet die künstlerische Arbeit darunter, da sie nicht mehr authentisch ist, sondern inszeniert sein muss, auf eine Bedürfnisbefriedigung des trendsetzenden Zielpublikums ausgerichtet: *Kunstmarktkunst*. Mitunter beginnt das Verlassen des autarken² Schöpfungsprozesses zu Gunsten eines inszenierten, bedürfnisorientierten bereits an den Kunstakademien.

[371 Wörter]

¹ Redundanz: hier: Wiederholung des Gleichen

² autark: (wirtschaftlich) unabhängig

- 3.1 Welche Tatsache verleiht dem Kunstmarkt heute so große Wichtigkeit? Wie wird dadurch die Aussage Warhols „*Good business is the best art*“ bestätigt? (7)
- 3.2 Zeigen Sie, dass „Originalität“ im Kunstmarkt ein ambivalenter Begriff ist. (6)
- 3.3 Inwiefern nimmt das Kunstwerk im Kunstmarkt „Warencharakter“ (W. Benjamin) an? Welche traditionellen ästhetischen Werte werden dadurch außer Kraft gesetzt? (7)