

**DIE KUNST UND IHR PUBLIKUM**  
**II. INTERNATIONALE FRÜHJAHRSAKADEMIE**  
**FÜR KUNSTGESCHICHTE**

**Frankfurt am Main / München 18. - 24. April 2004**

Unter der Leitung von Thomas Kirchner, Iris Lauterbach, Ségolène LeMen und  
Michael F. Zimmermann,  
Beraten von Enrico Castelnuovo, Willibald Sauerländer und Henri Zerner

Das Kunstpublikum wird in der Kunstgeschichte von einer älteren und einer jüngeren methodischen Richtung erforscht: von der Kunstsoziologie und von der Rezeptionsforschung. Die ältere Kunstsoziologie seit Friedrich Antal und Arnold Hauser hat dabei in der Regel zweierlei Fragestellungen verfolgt: Welche Interessen hatten die Auftraggeber der Kunst an Selbstdarstellung und Repräsentation? Wie war der Kunstbetrieb, der auf die Bedürfnisse der Auftraggeber mit seinen unterschiedlichen Produkten antwortete, technisch und sozial organisiert, und welchen Status genoss der Künstler in diesem Betrieb und im Ganzen der Gesellschaft? Das Publikum stand dabei nicht im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Allzu oft verschwommen seine Konturen zu denen einer passiven Masse anonymer Betrachter – gleich ob diese nun den Status des gebildeten Höflings oder den analphabetischer Betrachter genossen. Die sozial bestimmbaren Interessen gingen dem Kunstwerk voraus, das nur insofern analysiert wurde, als es auf diese antwortete.

Die jüngere Sozialgeschichte (Martin Warnke, Francis Haskell u.a.) hat nicht nur die soziologischen Voraussetzungen der Kunst, sondern auch die Rolle des Kunstwerks in der Gesellschaft behandelt. Die Autonomie der Kunst, also ihre Unabhängigkeit von der Erfüllung religiöser, kultischer oder politischer und damit unmittelbar sozialer Funktionen, wurde selbst als sozialgeschichtliche Größe untersucht. Der Hofkünstler als Vorläufer des modernen freien Künstlers einerseits und andererseits der Sammler, der den Künstler nicht mehr unmittelbar in Dienst nimmt, rückten in den Mittelpunkt des Interesses. Die Institutionen autonomer Kunst, von der Fürstensammlung zum Museum, von der Kunstbeschreibung und Kunsttheorie über die Kunstkritik zur Kunstgeschichte als Universitätsfach, traten immer mehr ins Zentrum der Forschung.

Die Forschung über die kritische Rezeption des Kunstwerks entstand erst, als die Sozialgeschichte jüngeren Datums ihre großen Synthese-Leistungen vorstellte. Sie wandte sich auf zwei verschiedenen Wegen dem Bezug des Werks zu seinen Betrachtern zu. Einerseits wurde untersucht, wie der Betrachter als Adressat durch unterschiedliche bildnerische Strategien im Werk selbst angesprochen, durch es beeinflusst, manipuliert und sogar thematisiert wird. Andererseits wurde durch die Analyse von Texten der Kunsttheorie und Kunstkritik analysiert, wie das Werk in den unterschiedlichen historischen Phasen seiner Rezeption tatsächlich "gelesen" und immer wieder neu interpretiert wurde. Beide Ansätze griffen auf literaturwissenschaftliche Forschungen zurück. Der erste, der den werkimmanenten

Betrachterbezug in den Vordergrund stellt, fußte auf der Erforschung der Geschichte der Rhetorik und trug von Seiten der Kunstgeschichte die Rekonstruktion der Geschichte von Gestik, Mimik und Physiognomik als herausragende rhetorische Bildsprachen bei. Bei der Analyse von Historienmalerei spielte die Analogie zur historischen Dramentheorie eine herausragende Rolle. Der zweite Ansatz, der die Rezeption anhand historischer Texte erforschte, griff bei der Analyse der sprachkünstlerischen Verfahren dieser Texte auf das methodische Repertoire der Literaturwissenschaften zurück.

Das Publikum als die Gesamtheit der Adressaten eines Kunstwerks ist eine Größe, die nur dann konkrete historische Konturen annimmt, wenn es zugleich mit den Methoden der Kunstsoziologie und der Rezeptionsgeschichte untersucht wird. Wenn das Publikum als kunsthistorisches Paradigma in den Vordergrund des Interesses geraten ist, so auch deswegen, weil beide methodischen Traditionen sich aufeinander zu bewegen.

Diese methodische Interessenverschiebung antwortet auf die gesteigerte gesellschaftliche Bedeutung des Bildes in den globalisierten Medien. Längst ist klar geworden, dass Bilder nicht nur Interessen und Mentalitäten spiegeln, sondern diese umgekehrt erzeugen. In der Kunstsoziologie ist die Rolle der Kunst lediglich als Spiegel sozialer Verhältnisse in den Hintergrund getreten. Die performative Rolle des Bildes, das soziale Verhaltensdispositionen und Mentalitäten erzeugen kann, steht angesichts der Medienlawine außer Frage. Entsprechend ist eine Sozialgeschichte, die das Werk im Vordergrund aus seinem sozialgeschichtlichen Hintergrund heraus "erklärt", obsolet geworden. Stattdessen wird erforscht, wie Bilder als Teile einer diskursiven Visualität in andere meinungs- und mentalitätsbildende Diskurse eingreifen. Dieser oft mit dem Stichwort "cultural studies" bezeichnete Wandel des sozial- und kulturgeschichtlichen Interesses hat sich von jeglichem Bau- und Überbau-Schema emanzipiert; er erkennt die Gleichwertigkeit unterschiedlicher sozialer, kultureller, politischer und anthropologischer Diskurse an. Das Publikum und seine historischen Wandlungen sind zu einem zentralen Paradigma der Kunstgeschichte geworden.

So wichtig die Erforschung des Publikums ist, sieht sie sich doch mit der Schwierigkeit konfrontiert, die sich wandelnden Rezipientenkreise, auf die das Kunstwerk wirkt, einigermaßen scharf zu konturieren. Die oft phantomhafte Größe des Publikums kann nur durch Zusammenspiel sozial- und rezeptionsgeschichtlicher mit medien- und diskurshistorischen Methoden plausibel rekonstruiert werden. Historische Publikumsforschung kann nur interdisziplinär gelingen, nur durch die Kombination von Methoden, deren Ergebnisse wechselseitig kontrolliert werden. Soll das Ergebnis der Verbindung unterschiedlicher Methoden keine unverbindliche Mischung verschiedener Terminologien und Argumentationsstrategien sein, müssen die auf getrennten Wegen erlangten Ergebnisse kritisch gegeneinander gehalten werden. Sozialgeschichtliche und rezeptionsgeschichtliche Herangehensweisen müssen sich in ihren methodischen Voraussetzungen in Frage stellen, um der Problematik der sozialen Performativität des Kunstwerks gewachsen zu sein. Die Tagung verfolgt das Ziel, anhand ausgewählter Probleme historischer Interpretation das methodische Instrumentarium der unterschiedlichen wissenschaftlichen Traditionen zu überprüfen und es in gezielter Methodenvielfalt polyperspektivisch zusammenzuführen. Ziel ist es, gemeinsam an einer Kunstgeschichte zu arbeiten, die als Geschichtswissenschaft einen zentralen Beitrag zur Erforschung der heute so übermächtig erkennbaren sozialen Rolle von Bild und Kunst leisten kann.

Die im Folgenden genannten Fragestellungen und Themenkreise sollen unterschiedliche Aspekte der Problematik zunächst getrennt voneinander zur Diskussion stellen. Es geht dabei zunächst um zentrale Fragestellungen der Kunstsoziologie wie auch der Rezeptionsforschung. Im Anschluss daran soll die Debatte darüber eröffnet werden, ob und in welcher Hinsicht beide Traditionen kunsthistorischer Forschung aufeinander angewiesen sind und einander ergänzen, wenn es um die Beantwortung neuer, kulturwissenschaftlicher Fragestellungen an die Geschichte von Bild und Kunst geht.

## **Fragestellungen und Themenkreise**

### **1. Der Betrachter und das Publikum. Kollektivsingular oder Pluralität?**

In dieser Sektion sollen entgegengesetzte Ansätze miteinander konfrontiert werden. Im Sinne der Rezeptionsästhetik wird der Betrachter oft bildimmanent aus den künstlerischen Strategien allein (re)konstruiert. Das Publikum erscheint als Kollektivsingular des Betrachters. Dem stehen Forschungen entgegen, die das Publikum allein aufgrund unterschiedlicher Quellen für empirisch erforschbar halten. Die Quellen sind einerseits die Kunstkritik, andererseits Dokumente zu den Institutionen der Kunst von der Fürstensammlung zu Museen und Ausstellungen, vom Kunstagenten zum modernen Kunsthandel – Institutionen, die sich jeweils ihr spezifisches Publikum schaffen beziehungsweise von einem spezifischen Publikum geschaffen werden. Untersucht werden soll die Frage, wie der Betrachter, der aus dem Kunstwerk heraus rückschließend konstruiert wird, und das Publikum als Gegenstand einer empirischen Sozialgeschichte sich zueinander verhalten.

### **2. Das Publikum der Kunst vor der Entstehung des Kunstpublikums?**

In den vorneuzeitlichen Epochen, aber auch in der Volkskunst neueren Datums und in der industrialisierten, massenhaften Bildproduktion haben die Bilder nicht selten ein Publikum, das sich nicht für deren Kunstwert interessiert, wiewohl es die Objekte und Darstellungen aufgrund unterschiedlicher ästhetischer Qualitäten schätzt und oft sogar verehrt. Im religiösen oder politischen Kult wie auch in den unterschiedlichen Formen des gesellschaftlichen Rituals, des symbolischen gesellschaftlichen Austauschs, stehen Bild- und Kunstwerke im Mittelpunkt. Die Sektion widmet sich der Frage, mit welchen Methoden diese vielfältigen Arten des Publikums erforscht werden können. Welche Rolle spielt das ästhetische Objekt in nicht oder nicht primär künstlerischen Kulturen und Ritualen? Wie lässt sich das ästhetische Interesse von anderen Interessen abgrenzen?

### **3. Von der Kunsttheorie zur Kunstkritik: die Bildung des Betrachters**

Die Sektion verfolgt die Entstehung und Entwicklung einer künstlerischen Öffentlichkeit. Sie untersucht zum einen, textimmanent mit literaturwissenschaftlichen Methoden, die literarischen Gattungen vom Werkstattbuch über kunsttheoretische Traktate bis hin zur Kunstkritik. Die unterschiedlichen Textsorten spielen eine Schlüsselrolle bei der Bildung des Kunstpublikums, wie später auch die kunsthistorische Textgattung von der Werkmonographie über die stilgeschichtliche Epochensynthese bis hin zur geschichtlichen Rekonstruktion ikonographischer

Traditionen. In einem zweiten Schritt wird die Transformation des Kunstpublikums rekonstruiert: vom normativ urteilenden wandelt es sich zum subjektiv empfindenden und weiter zum kunsthistorisch informierten Publikum.

#### **4. Das Publikum als Fiktion und als Utopie: Inszenierung der Öffentlichkeit durch Kunst**

Das Publikum, das durch ein Kunstwerk inszeniert werden soll, ist stets auch Teil der Fiktionalität dieses Kunstwerks. Erneut soll es um die Vorwegnahme der Rezeption im Werk gehen, allerdings unter einer anderen Fragestellung. Architektur, Urbanistik, Denkmäler, Feste, Wallfahrten, Prozessionen, Happenings werden mit Blick auf ein fiktionales Publikum geplant, gleich ob dieses sich dann einstellt oder nicht. Vom Pilgervolk zum Ornament der Masse ist das Publikum Adressat ebenso wie Bestandteil der öffentlichen Inszenierung. Die tatsächliche Rezeption weicht oft erheblich von der ursprünglich intendierten ab. Die Sektion wirft die Frage auf, ob und inwiefern die topographischen und ästhetischen Orte der Kunst, das Denkmal oder das Bauwerk an seinem Platz, die ephemere Inszenierung, das Museum und seine "Schulen", die Ausstellung, das Plakat oder die Performance zugleich als soziale Orte aufgefasst und als solche mit konkreten Methoden analysiert werden können.

#### **5. Museen für ein imaginäres Publikum**

Das Kunstwerk versammelt sein Publikum nicht nur an seinem tatsächlichen Ort, sondern auch an jenem virtuellen Ort, den André Malraux als "imaginäres Museum" bezeichnet hat. Reproduktionen, Flugblätter, Buch- und Zeitschriftenillustrationen formen dieses phantastische Museum, dessen Ort die Medien sind. Mit der Entstehung der Reproduktionstechniken kommt seit der frühen Neuzeit ein Bildgut auf die Märkte, das einen sozialgeschichtlich definierbaren Rezipientenkreis erreicht. Buchdruck wie auch Holzschnitt führen nicht nur das Lesepublikum, sondern auch das Kunstpublikum in eine andere soziale Dimension. Die Medien gewinnen seither im Zuge der Entwicklung von Technik und Suggestion jeweils ein breiteres, ein neues Publikum. Die Kunstgeschichte ist mit ihrem visuellen Repertoire selbst Teil der industriell reproduzierten oder produzierten Bilder, zugleich erforscht sie die Geschichte von Bild, Kunst und Reproduktion. Im Zentrum dieser Sektion steht der Übergang des Publikums in Marshall MacLuhans ‚Gutenberg-Gallaxie‘: einerseits die Frage nach der Konstitution des Publikums durch die technischen Medien, nach den Gattungen des schrittweise industrialisierten Bildes und ihren jeweiligen Adressaten; andererseits die Frage, wie sich die Rolle der Kunst im Spektrum der industrialisierten Bildproduktion veränderte, wie sich dabei auch die Rezeptionsweisen seitens eines Publikums wandelten, das wie das Lesepublikum der jeweils neuen literarischen und journalistischen Gattungen sozialgeschichtlich analysierbar ist.

#### **6. Vom Publikum zum Betrachter: Der Betrachter vor dem Bild und im Bild**

In der Rezeptionsgeschichte stellen alle Kulturwissenschaften die Frage nach dem Rahmen, dem Fokus und der im Kunstwerk thematisierten ästhetischen Grenze in den Vordergrund. Die aktuelle kunsthistorische Forschung verfolgt in diesem

Zusammenhang mit Nachdruck neben der Darstellung des Betrachters beziehungsweise des Publikums im Kunstwerk auch andere innerbildliche Strategien des Betrachterbezugs wie Fensterblicke, Rücken- und Betrachterfiguren, Bilder in Bildern, die geleitete, emotionale Durchdringung eines Kunstwerks, die Definition des Bilderrahmens als Fenster, das den Ausschnitt einer Wirklichkeit freigibt, und die materielle Beschaffenheit eines Kunstwerks. All dies sind bildimmanente Verfahren, um die Abgrenzung des Kunstwerks von seinem Publikum im Werk aufzuheben. Der Betrachter wird zum Vollender des Kunstwerks. In einer Zeit, in der die beschleunigte technische Innovation visueller Suggestion die Kunst dazu zwingt, sich immer wieder neu zu erfinden, genießen derartige Phänomene eine besondere Aufmerksamkeit. Sie zeugen von Strategien, mit deren Hilfe Kunstwerke, die ihren künstlerischen Status kritisch reflektieren, ihr Publikum als Kunstpublikum erst konstituieren. Ausgewählte Kunstwerke, die ihren eigenen Status wie auch den Bezug zum Publikum thematisieren, sollen als Paradigmen für die soziale Rolle einer autonom gewordenen Kunst zur Debatte gestellt werden.

### **Zusätzlich zwei sammlungsgeschichtliche Sektionen (vor Ort):**

#### **Von der Fürsten- und Bürgersammlung zum öffentlichen Museum – Frankfurt am Main und München als Beispiele**

Bei der Entstehung eines nationalen Kunstpublikums markiert der Übergang von fürstlichem und privatem Kunstbesitz in öffentliche Museen einen entscheidenden Wendepunkt. Münchens öffentliche Kunstsammlungen sind das herausragende Beispiel einer Fürstensammlung, die zu einem der prägenden Museumsensembles Deutschlands wurde. Frankfurts Kunstbesitz ist ein ähnlich exemplarisches Beispiel für die Geschichte eines auf bürgerliche Sammlungen zurückgehenden Patrimoine. Zugleich mit dem öffentlichen Museum wurde in Deutschland die Kunstgeschichte als akademische Disziplin institutionalisiert. Bei der Herausbildung eines gebildeten, bürgerlichen Kunstpublikums kommt dieser Entwicklung eine Schlüsselrolle zu. Durch exemplarische Einblicke in die Frankfurter und Münchener Sammlungsgeschichte soll das Verständnis für die Interessen des neuen gebildeten Publikums einer autonomen Kunst, wie es sich im 19. und frühen 20. Jahrhundert herausbildete, vertieft werden.