

Aus:

KATHRIN POPP

Das Bild zum Sprechen bringen

Eine Soziologie des Audioguides in Kunstaussstellungen

Juni 2013, 208 Seiten, kart., zahlr. z.T. farb. Abb., 27,80 €, ISBN 978-3-8376-2185-3

Das Bild schweigt still. Seine Visualität verweigert sich der Sprache, es ist nicht übersetzbar. Ungeachtet dessen werden Bilder in der Praxis immer wieder sprachlich erschlossen, verhandelt und tradiert: als Abbilder, epistemische Objekte – oder als Kunstwerke.

Ausgehend von dieser theoretisch viel diskutierten Diskrepanz untersucht das Buch Audioguides in Kunstaussstellungen erstmals aus soziologischer Perspektive: Richter über Kunst und Nicht-Kunst und Grenzgänger zwischen Wahrnehmung und Kommunikation, Subjekt und Objekt, visuellem und sprachlichem Wissen, lösen sie das Problem der Bildbeschreibung praktisch, brechen das Schweigen des Bildes und bringen es – als sozial und sinnhaft strukturiert – zum Sprechen.

Kathrin Popp (Dipl.-Soz.) arbeitet als Lektorin mit den Schwerpunkten Soziologie sowie Medien-, Bild- und Kunstwissenschaften in Bielefeld.

Weitere Informationen und Bestellung unter:

www.transcript-verlag.de/ts2185/ts2185.php

Inhalt

1. Einleitung | 9

2. Schweigende Bilder | 15

- 2.1 Die Entdeckung des Bildes | 17
- 2.2 Das Problem der Bildbeschreibung | 19
- 2.3 Sehen als soziokulturelle Praxis | 26

3. Vom Bild zum Kunstwerk | 29

- 3.1 Was ist ein Kunstwerk? | 30
- 3.2 Kunst-Kommentare | 33

4. Zur Sozialität des Audioguides | 39

- 4.1 Audioguides | 40
- 4.2 Technik und ihre sozialen Implikationen | 42
- 4.3 Formen der Mitteilung: Audiotexte | 45

5. Eine Soziologie der kleinen Schritte | 49

- 5.1 Grundkonzepte der Ethnomethodologie | 50
- 5.2 Der Text: Allgegenwärtig, aber unsichtbar | 54
- 5.3 Konkretisierungen | 60

| Bilderstrecke | 75

**6. Eine erste Phänomenologie
der Audio-Episoden | 91**

**7. Kommunikation über Wahrnehmung:
Wie ›sehen‹ die Texte? | 97**

- 7.1 Inhalte | 98
- 7.2 Formen | 105
- 7.3 Gestalten sehen | 109
- 7.4 Fokussierungen | 112

**8. Zwischen Subjekt und Objekt:
Bildbetrachtungen mit
intersubjektivem Geltungsanspruch | 115**

- 8.1 Neutraler Sprecher | 116
- 8.2 Impliziter Hörer | 127
- 8.3 Generalisierter Betrachter | 134
- 8.4 Aktivierte Bilder | 136
- 8.5 Aktiver Text | 142
- 8.6 Von Gewissheiten und Irritationen | 144

**9. Jenseits des Sichtbaren:
Kunst und Kontexte | 149**

- 9.1 Die unsichtbare Welt des Bildes | 150
- 9.2 Kontextwissen | 154
- 9.3 Auflösungserscheinungen | 159
- 9.4 Fragen und Antworten | 167

10. Resümee | 171

Danke | 179

Abbildungsnachweise | 181

Verzeichnis der Audiotexte | 185

Literatur | 189

1. Einleitung

»Wir werden Zeugen eines dramatischen Geschehens. Ein Paar ist auf der Flucht und scheitert. An einer sumpfigen Niederung sind die Achsen der Kutsche beim Anstieg der Straße gebrochen. Die Türen der Kabine sind aus den Angeln geraten und die Deichsel ragt, gleich einem Kreuz, in den Himmel.« –

Was geht hier vor? Jemand beobachtet einen Unfall. Flüchtlinge. Mehrere Personen, nein, *wir* beobachten Flüchtlinge. Jemand – ein Reporter in einer Nachrichtensendung? – berichtet uns von seiner Beobachtung; *bezeugt* diesen Vorgang, an dem weder er noch wir beteiligt sind. Die Szene ist überaus beunruhigend und gefährlich. Wovon flüchtet das Paar? Warum ist die Kutsche verunglückt, woran scheitern die beiden? Vielleicht das dramatische Ende eines Entführungsfalls. Die überraschende Wendung einer Hochzeit? Wir sehen die Protagonisten eines Historienfilms! Nichts dergleichen trifft zu: Die Rede ist von einem Bild. Wir befinden uns in einer Kunstaussstellung, betrachten das Gemälde »Fluchtversuch« von Neo Rauch und lauschen dem Audioguide; einem aktuellen Beispiel für jene Kunst-Kommentare, die Arnold Gehlen mit seiner These der »Kommentarbedürftigkeit« moderner Kunst (1965: 162ff.) als elementare Bestandteile der verhandelten Werke begriffen hat, und die ihm zufolge deren Kunst-Status mit konstituieren. Wie schaffen sie das?

Der Text beschreibt eine Szenerie und wirft zugleich Fragen auf. Er schildert ein dynamisches Geschehen und behandelt doch nur ein statisches Bild. Er vereinnahmt uns als Zeugen einer Tatsache, kann aber nichts wissen von unserem Blick, unserer Wahrnehmung, unserer subjektiven Rezeption des Bildes. Nicht zuletzt verhandelt er ein Bild im Medium der Sprache, welches sich, folgt man laufenden bildtheoretischen Debatten um den epistemischen Status von Bildern, der Versprachlichung geradezu systematisch zu entziehen scheint. Überhaupt: Warum nimmt

er die Beschreibung eines Bildes auf sich, welches wir als Besucher der Ausstellung doch selbst sehen und in seiner Visualität, seiner Farbigkeit und seinem Formenreichtum viel besser erschließen können, als der Text es über den Umweg der Sprache je zu leisten vermag?

Das vorliegende Buch nimmt seinen Ausgang bei derartigen Fragen und wendet sie soziologisch: Es befasst sich weder unmittelbar mit Bildern noch mit Kunst, sondern es fragt danach, wie über Bilder – genauer: über Kunstwerke – in der Praxis und im Medium der Sprache kommuniziert wird. Anhand zweier Audioguides aus Kunstaussstellungen rekonstruiert es im Rahmen einer qualitativen empirischen Studie, inwiefern das Problem der Bildbeschreibung hier zu Tage tritt, welche praktischen Darstellungsprobleme in diesem Zuge gelöst werden, wie die Audioguides die Kluft zwischen subjektiver Wahrnehmung und objektivierender Kommunikation sprachlich überbrücken und wie die Bilder über ihre bloße Beschreibung hinaus als Kunstwerke »sozial lesbar bzw. sichtbar« gemacht werden.

Dabei geht es keineswegs um den pädagogischen Aspekt der Audioguides, nicht darum, wie dort bestehendes Wissen *vermittelt* wird. Das Forschungsprogramm der Ethnomethodologie, deren Perspektive diese Studie einnimmt, geht vielmehr davon aus, dass in der sozialen Wirklichkeit fortwährend Ordnung *produziert* wird; dass jedes noch so unscheinbare soziale Phänomen zur Herstellung dieser Ordnung beiträgt und über deren Konstitution Auskunft geben kann. Und so werden auch Audioguides im Folgenden soziologisch als spezifische, eigenlogische Phänomene in den Blick genommen, welche nicht nur zur Vermittlung und Aktualisierung, sondern auch zur genuinen Erzeugung kollektiv geteilter Wissensbestände, Perspektiven und Deutungsmuster, kurz: eines geteilten Verständnisses von Wirklichkeit, etwa der eines Bildes oder eines Kunstwerkes, beitragen.

Die im Untertitel dieses Buches ausgerufenen »Soziologie des Audioguides« strebt somit keine neue Subdisziplin im Sinne *der* Visuellen, Kunst-, Medien- oder Techniksoziologie an (abgesehen davon, dass auch dort nicht von homogenen, abgeschlossenen Soziologien gesprochen werden kann). Sie entwirft also keine umfassende soziologische Theorie des Audioguides, sondern sie wirft *einen* soziologischen, ethnomethodologisch informierten Blick auf diesen bisher in der Soziologie völlig vernachlässigten Gegenstand.¹ Neben einer Reflexion seiner spezifischen

1 | Neben praxisorientierten Ratgebern zur Konzeption und Realisierung von Audioguides sowie zu aktuellen Standards (Dech 2003, 2004; Dawid/Schlesinger

Medialität fragt sie in erster Linie nach seinem Beitrag zur Erzeugung und Tradierung sprachlich, aber auch visuell verfassten Wissens. Und sie lotet jene Erkenntnispotenziale aus, die dieser Gegenstand für die eingangs formulierten Fragen nach den Möglichkeiten und Problemen der Bildbeschreibung und nach Kommunikation über Kunst bereithält.

Mit den Audioguides zur Ausstellung *Der Deutsche Impressionismus* (22.11.2009–28.02.2010) in der Kunsthalle Bielefeld sowie zur Ausstellung *Neo Rauch. Begleiter* (18.04.2010–15.08.2010) im Museum der bildenden Künste Leipzig werden dabei ein Audioguide zu einer historischen Stilrichtung und ein zweiter zu zeitgenössischer Kunst einander gegenübergestellt und stets auch dahingehend befragt, inwiefern sich zu beobachtende Darstellungsprobleme hier unterschiedlich gestalten und auf verschiedene Weise gelöst werden; könnte doch für letzteren, der sich mit besonders jungen Werken befasst, in ähnlicher Weise gelten, was Arnold Gehlen bereits für moderne, abstrakte Kunst feststellt: Spätestens hier sind die sprachlichen Kommentare nicht mehr bloßes Beiwerk, sondern sie sind konstitutiv für die Kunstwerke und »mindestens noch so lange unentbehrlich, bis sich das Publikum »eingesehen« hat« (1965: 167).

Obgleich die vorliegende Untersuchung als empirische Studie angelegt ist, stellen theoretische Debatten aus den seit einiger Zeit sich formierenden Bildwissenschaften, aber auch aus der Visuellen, Kunst- und Wissenssoziologie wichtige Bezugsfelder dar. So liefern theoretische Überlegungen zum Schweigen der Bilder, d.h. zu ihrer visuellen Eigenlogik, zum daraus resultierenden Problem ihrer Beschreibung und zur Bedeutung sozialer und kultureller Dispositionen für ihre Rezeption

2002b; Kunz-Ott 2012) sind im deutschsprachigen Raum in der jüngeren Vergangenheit einige Untersuchungen entstanden, die sich dem Audioguide etwa aus Perspektive der Kunst- und Museumspädagogik (Penzias 2008; Eggert 2009) oder des Museumsmarketings bzw. der Konsumentenforschung (Viehöver 2006; de Teffé/Müller-Hagedorn 2008) zuwenden. Hier wie auch in der englisch- und französischsprachigen Literatur, wo sich vereinzelte museums- und kunstwissenschaftliche Arbeiten über Audioguides finden lassen (z.B. Goodes 1991; Fisher 1999; Schwarzer 2001; Deshayes 2001; Dor 2008; Soichot 2010), blieb dagegen eine eingehende soziologische oder gar ethnomethodologische Untersuchung dieses Gegenstands sowie seiner sinngenerierenden Leistungen, wie sie dieses Buch herausarbeitet, bisher gänzlich aus.

entscheidende Impulse für dieses Projekt (Kapitel 2). Aber auch ein sozialkonstruktivistisches Verständnis von Kunst und Überlegungen dazu, welche Rolle vor diesen Hintergründen der Kommunikation über Kunst in Form von sprachlichen Kommentaren zukommt, haben dieses Buch stark inspiriert (Kapitel 3). Diese Fragenkomplexe werden in diesem Buch anhand von Audioguides empirisch weiterverfolgt, welche zunächst allgemein als spezifische Kommunikationsform unter die Lupe genommen werden. Neben dem eigentlichen Audioguide, verstanden als vom technischen Gerät zu unterscheidende Tonaufnahme, und neben den Wiedergabegeräten und deren Implikationen für entsprechende soziale Situationen kommt den im Audioguide enthaltenen ›Audiotexten‹, dieser eigenartigen Mitteilungsform an der Grenze zwischen gesprochener Sprache und Text, besondere Aufmerksamkeit zu (Kapitel 4). Vor dem Hintergrund des Forschungsprogramms und des spezifischen Textverständnisses der Ethnomethodologie können nun die Forschungsfragen sowie das methodische Vorgehen der hier verfolgten ›Soziologie der kleinen Schritte‹ konkretisiert werden (Kapitel 5). Schon die Aufbereitung des empirischen Materials wird dabei – ebenso wie eine erste, grobe Phänomenologie der Audioguides (Kapitel 6) – nicht als vorbereitende Fleißarbeit, sondern als erster analytischer und ertragreicher Zugriff auf den Gegenstand begriffen, welcher den Blick für die Eigenheiten der Audioguides schärft und den Weg für alle folgenden Schritte bereitet. So wird nun zunächst die Frage verfolgt, wie die Audioguides bzw. die Audiotexte über visuell Wahrnehmbares kommunizieren; wie sie dem Problem der Bildbeschreibung praktisch begegnen und inwiefern die Etablierung ›fokussierender Beschreibungen‹ hier als Lösung eines spezifischen praktischen Darstellungsproblems identifiziert werden kann (Kapitel 7). Angesichts der hier beobachteten Kontingenzen ist das anschließende Kapitel damit befasst, mit welchen Mitteln die Audioguides Aufmerksamkeit organisieren und wie sie ihre sprachliche Auseinandersetzung mit Bildern objektivieren. Dabei werden mit dem ›neutralen Sprecher‹, dem ›impliziten Hörer‹, dem ›generalisierten Betrachter‹ sowie mit ›aktivierten Bildern‹ vier Instanzen zu Tage gefördert, die die Texte erzeugen, miteinander verzahnen und mit deren Hilfe sie dafür Sorge tragen, dass ihre Rezipienten sich die in den Audioguides vermittelten Bildbetrachtungen aneignen und sie ungeachtet ihrer eigenen, subjektiven Zugänge zu den Bildern nachvollziehen. (Kapitel 8). Das vorletzte Kapitel verfolgt schließlich die Frage, wie die Audioguides die Bilder jenseits ihrer visuellen Gestalt fortschreiben und

in ihre Kontexte einbetten, ja mitunter geradezu darin auflösen; wie sie in diesem Zuge die Bedeutung und Relevanz der Bilder als Kunstwerke etablieren und zur Erzeugung und Tradierung sprachlich sowie visuell verfasster Wissensbestände beitragen (Kapitel 9). Das Buch schließt mit einem Resümee, welches den Ertrag der Untersuchung sowie das allgemeinere Erkenntnispotenzial, welches dieser Gegenstand birgt, noch einmal zusammenfasst (Kapitel 10).

Nachdem die Audioguides in ihrer Existenz und ihrem So-Sein unmittelbar mit den von ihnen behandelten Bildern verbunden und auf sie bezogen sind, werden diese in der Mitte des Buches gezeigt: Sie stehen den Texten als unbestechliche Referenten gegenüber – mal störrisch und widerspenstig, mal kokett und verführerisch oder rätselhaft und irritierend – und bilden jene Korrektive, vor denen die Texte sich zu bewähren haben. Während in diesem Buch untersucht wird, wie die Audioguides ihnen begegnen und wie sie sich ihnen auf ihre Weise nähern, dürfen (und müssen!) die Bilder hier für sich selbst sprechen, sind sie in ihrer spezifischen Visualität, ihrer Farbigkeit und in ihrer Formenvielfalt doch letztlich nicht mit sprachlichen Mitteln einzuholen oder zu ersetzen. So, wie es den Besuchern² der Ausstellungen selbst überlassen bleibt, Bilder und Audio-Informationen in Beziehung zueinander zu setzen, sei es also auch den Lesern dieses Buches anheimgestellt, ihre Lektüre durch eine eigene Betrachtung der Bilder anzureichern – oder darauf zu verzichten.

2 | Zugunsten der Lesbarkeit dieses Buches werden die männlichen Formen als generisches Maskulinum und somit neutral verwendet.