Zeitschrift: Outlines
Herausgeber: Schweizerisches Institut für Kunstwissenschaft
Band: 1 (2004)

Artikel: Unangesehenes! : Wie sehen Bilder aus, die nicht angeschaut werden?
Autor: Imorde, Joseph
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-872067

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 12.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

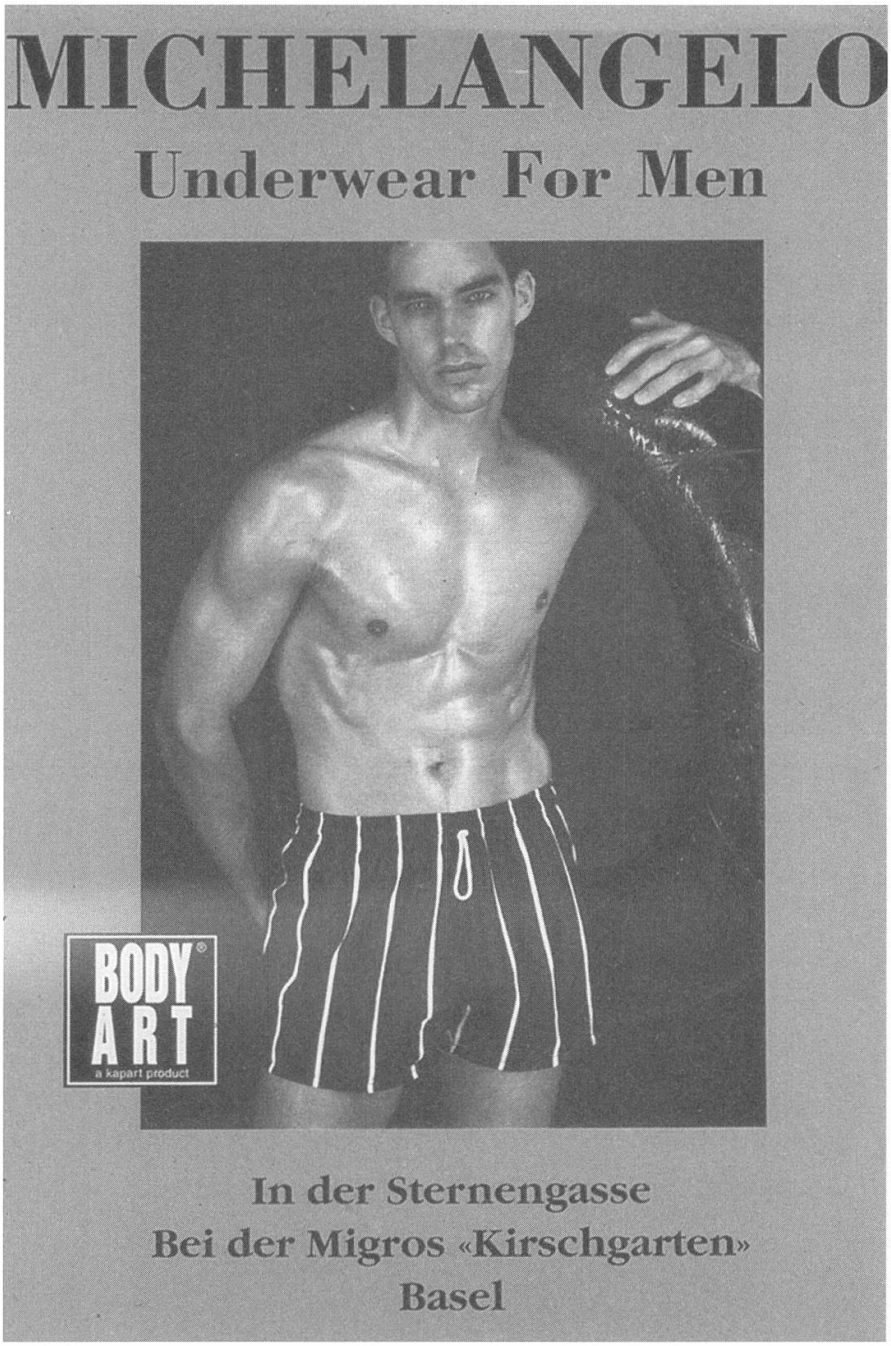
JOSEPH IMORDE

Unangesehenes!

Wie sehen Bilder aus, die nicht angeschaut werden?

Wie sehen Bilder aus, die nicht angeschaut werden? Dieser Frage möchte ich anhand von einigen Beispielen nachgehen, die hoffentlich noch niemand zuvor zu Gesicht bekommen hat. Dabei werden zwei mehr oder minder gelungene Wort-Bild-Synthesen neueren Datums meine Betrachtungen zur «Bildwissenschaft» gewissermassen einrahmen. Bei diesen beiden Beispielen handelt es sich um Gegenstände, denen wohl nur ich persönlich irgendein Interesse entgegenbringe, und zwar deshalb, weil mich seit längerem die Michelangelo-Rezeption im deutschsprachigen Raum interessiert und mir aus diesem Grunde alle möglichen Gegenstände zuerst in die Augen und dann auch häufiger in die Hände fallen, an denen sonst ein jeder achtlos vorübergehen würde. Der Text gliedert sich in drei Teile und ist darin vielleicht einer Limmatdurchquerung vergleichbar. Er beginnt mit einer seichten Bildbesprechung, kommt dann zu einem hoffentlich abgründigen und vielleicht kurzzeitig auch reisserischen Hauptteil, um schliesslich wieder anhand eines ziemlich flachen Stücks festen Grund zu betreten.

Als ich vor nun gut vier Jahren – es war Samstag, der 19. Juni 1999 – auf dem Weg zur Art Basel war, so gegen 18.30 Uhr – die Sonne schien, die Stimmung war erwartungsvoll –, fiel mir, noch bevor ich die Messehallen überhaupt betreten hatte, ein Bild ins Auge, besser wohl eine Wort-Bild-Synthese, die mein Interesse fesselte und an der ich sogleich all meinen lang studierten Scharfsinn zu erproben begann. In einem Wagen der ziemlich gut gefüllten Trambahnlinie 2 der Basler Verkehrsbetriebe hing ein Gegenstand, dessen hermeneutischer Gehalt mir auf den ersten Blick unergründlich schien. War hier eine den Forscherblick beleidigende Naivität zur Form gelangt, oder handelte es sich doch vielmehr um eine ganz durchtriebene Bildfindung und damit um eine Herausforderung für den die Kunst und ihre Geschichte bedenkenden Geist? Was da hing und normierte 25 x 35 Zentimeter mass, war eine jener typischen auch in Zürich weit verbreiteten Trambahnwerbungen, und zwar die eines Unterbekleidungsgeschäftes namens «Michelangelo»! Was mir gleich einleuchtete, war die Tatsache, dass im quietschenden Waggon kunstbeflissene Messebesucher mit einigen Signalworten adressiert werden sollten. Zum Beispiel stand die beworbene Kollektion «Body Art» – übrigens die Produktlinie eines deutschen Herstellers aus dem schwäbischen Bissingen[1] – ganz unzweifelhaft in



engster lautlicher und assoziativer Nähe zur internationalen Verkaufsausstellung in den Messehallen. Nicht nur die Repräsentation des Körperlichen, sondern auch das dazu gewählte Medium Fotografie nahmen Schwerpunkte der damaligen Art Basel auf und für mich und alle weiteren Tramreisenden gewissermassen vorweg. Doch bildete hier natürlich vor allem der Name des Herrendessousgeschäftes mit dem abgebildeten Gegenstand ein offenes Bedeutungsgefüge: Michelangelo und Body Art. War die annähernd

unbekleidete Figur etwa deshalb gewählt worden, um damit auf die unbestreitbare Leistung des berühmten Bildhauers zu verweisen, nackt-muskulöse Jungmännerkörper künstlerisch durchzubilden? Wollte der beauftragte Grafiker, um es kurz zu machen, auf die Jugendwerke des Michelangelo rekurrieren, vielleicht auf den im kollektiven Bildgedächtnis so unendlich tief und offenbar unausreissbar verwurzelten *David* auf der Piazza della Signoria in Florenz?

Wäre man geneigt, diese Annahme grundsätzlich zu bejahen, müsste natürlich jeder, der sich nur ein wenig mit dem Werk des Titanen auskennt, sogleich seine Stirn in Falten legen, um über die kleinen Unterschiede zwischen Vorbild und der um Aufmerksamkeit buhlenden Adaption zu räsonieren. Denn während ein bibelfester Florenzbesucher vielleicht erschliessen mochte, dass der jugendliche Held deshalb vor den Palazzo Vecchio gestellt worden war, um eine politische Aussage zu verkörpern (also jedem Feind der Stadt, und sei er noch so gewaltig, mit sofortiger Vernichtung zu drohen), war bei dem Unterhosenträger des Labels «Body Art» der Handlungszusammenhang und damit auch die Bildaussage schwerer, ja vielleicht unmöglich zu enthüllen. Einige wenige Indizien und Requisiten liessen zumindest erahnen, welche Rolle dem Protagonisten vom Werbefotografen zugedacht worden war. Wiesen der Glanz des Oberkörpers und der ominöse, mit Wasser in Berührung gekommene «Reifenschlauch» etwa auf einen Badezusammenhang? Sollte die Unter- hier vielleicht doch eher eine Freizeit- oder gar Badehose sein, der schwarze Gummi ein Schwimmgerät? Oder lag die Vermutung näher, dass die Werbestrategen des «Michelangelo» sich den Bildhelden eher als einen schlichten, aber kräftigen «Mechaniker» gedacht hatten, der gerade in einer überaus heissen und zudem dunklen Werkstatt beim «Reparieren» des besagten «Reifenschlauchs» ins Schwitzen geraten war und hier vielleicht in jenem signifikanten Moment nach der erfolgreich abgeschlossenen Wasserprobe dargestellt werden sollte?

Wie nun auch immer die Wahl der Positur zu begründen wäre, auf jener Trambahnfahrt erschien es mir als unabweisbar, dass diese Muskel-, Schweiss- und Badeästhetik ganz unzweideutig Bezug nahm auf die Bildsprache mann-männlicher Sexualität. Ich glaubte damals und glaube es noch, dass hinter oder besser noch unter der «Underwear For Men» eine werbende Motivation verborgen lag, die zuerst auf homosexuelle Kunden zielte und diese buchstäblich anziehen sollte. Das hatte mit dem historischen Michelangelo nur insofern zu tun, als wieder einmal auf die Vorliebe des Künstlers für das eigene Geschlecht abgehoben wurde, ja womöglich die vermeintlich homoerotische Veranlagung des Bildhauers Grund für die Namensgebung des Unterhosengeschäftes in der Sternengasse gewesen war. Doch bot das textuell-bildnerische Bedeutungsgefüge gerade mit dieser Verknüpfung die schon apostrophierte Pointe, eben einen entweder äusserst naiven oder ganz und gar raffinierten Witz, denn mochte man auch Michelangelo

mit guten Gründen als inversen Homosexuellen beurteilen und ihn als solchen vor den Karren eher niederer kommerzieller Interessen spannen, ein Freund kunstvoll gearbeiteter Dessous war der Meister Zeit seines Lebens nicht gewesen, niemals ein Unterhosenmaler und auch niemals ein Unterhosenmeissler. Er bevorzugte – der Leser mag es wissen – die nackte Wahrheit.

Die Frage, ob dem Werbeveranwortlichen mit der Bebilderung der Zeile «Michelangelo Underwear For Men» ein ironisches Meisterstück gelungen war, oder ob es sich bei der Unterwäsche des Michelangelo doch nur um ein unfreiwilligen Kalauer handelte, liesse sich wohl nur mit grösserem Forschungsaufwand letztgültig in Erfahrung bringen, mit einer Arbeit, die ich mir aus ganz anschaulichen Gründen ersparen werde.

Betrachter

Doch möchte ich dieses wohl allein von mir jemals mit einiger hermeneutischer Intensität angeschaute Machwerk angewandter Werbegrafik zum Anlass nehmen, grundsätzliche Probleme der so genannten Bildwissenschaft anzusprechen. Dabei werde ich mich vor allem auf den Begriff des «Betrachters» konzentrieren. Mit der Wendung hin zur Wirkungs- und Rezeptionsästhetik ist in der kunstgeschichtlichen Literatur neuerer und neuster Zeit der «Betrachter» zur Zentralkategorie der Beschreibung von Bildwerken verkommen. Kein methodologischer Neuansatz, kein aktuelles Buch, das ohne diesen überall obwaltenden Platzhalter auskäme: Rudolf Preimesberger spricht gerne in Exklusion vom lateinlesenden Betrachter, Gottfried Boehm vom Betrachter eines Werkes sagen wir von Tizian oder Matisse, Hans Belting, aber auch neuerdings Klaus Krüger ganz allgemein von den Betrachtern an sich. Doch muss man hier natürlich konstatieren, dass das Wort in der besagten Literatur überwiegend als auktorialer Identifikationsbegriff Verwendung findet und sich in dieser Funktion vor allem durch seine Selbstbezüglichkeit auszeichnet. Da, wo Betrachter steht, ist – um es kurz zu fassen – überwiegend Autor drin. Das heisst ganz konkret, dass einer durchaus personalen Bilderfahrung kraft eines objektivierenden Notbegriffs Allgemeingültigkeit zugeschrieben wird, gleichzeitig aber alle Determinanten der zur Formulierung drängenden Begegnung mit dem bildlichen Gegenstand verschwiegen beziehungsweise überspielt werden. Die hiermit aber untergründig behauptete Interesselosigkeit des Betrachters vor einem Bild ist – um hier Friedrich Nietzsche wieder einmal abzuwandeln – weiterhin ein heuristischer Scherz. Von entkörperlichter oder gar empfindungsabstinenter Vernahme eines ausgewiesenen Gegenstandes – von einer objektiven und damit vermeintlich wissenschaftlichen Wahrnehmung – war in der Geschichte der Kunst nie die Rede, selbst bei den sittenstrengsten Autoren nicht. Heinrich Wölfflins Lebensthema, die formgeschichtliche Epochenscheidung, entsprang zugegebenermassen der Verallgemeinerung eigener psychosomati-

scher Regungen. Stilgeschichte wurde da wertend aufgespannt zwischen empfundenen Zuständen höchster Nervosität (Barock) und Momenten angenehmster Ruhe (Renaissance). Der wünschende Blick ordnete die Zeiten und ihre Bilder auf der Grundlage persönlicher Vorlieben und Abneigungen. Diese wertenden Projektionen – Wölfflin selbst hätte von lebendiger Kunstgeschichte gesprochen – konnten sich im späten 19. und frühen 20. Jahrhundert – gerade wenn es um Michelangelo ging – bekanntermassen bis zu den höchsten Graden narzisstisch formulierender Autoinamoration verdichten. So sah etwa Henry Thode überall, wo er hinblickte, immer nur sich selbst am Werke, Exaltation und Eitelkeit bis hinein in die letzten Wendungen – eine Haltung übrigens, die auch heute noch in kunsthistorischer Literatur in jedem beliebigen Grade nachzuweisen ist und von der ich mich hier weder freisprechen kann noch will.

Doch neben der heute weiterhin gültigen Tatsache, dass es wenigen Hermeneuten gegeben ist, etwas anderes als nur sich selbst auszulegen, wird man in Zukunft vielleicht einen weiteren Umstand stärker zu bedenken haben, die Problematik des historischen «Betrachters». Jeder Beschreibungsversuch eines konkreten Rezeptionsvorgangs kann nur an der Unmöglichkeit verzweifeln, die Komplexität seiner Bedingungen zu rekonstruieren. Die persönliche Wahrnehmung eines Bildes lässt sich in der Geschichte nur in den seltensten Fällen dingfest machen, nämlich da, wo jemand sich selbst über die Motivationen und Erfahrungen seines Bildgebrauchs Rechenschaft ablegt.[2] Dies gilt auch da, wo der Historiker seine forschenden Energien auf Institutionen richtet, die mit äusserst rigiden Disziplinierungsmassnahmen beabsichtigen, den umtriebigen Körper ruhig zu stellen, um mit der so erreichten Stärkung sensueller Wirkung entweder Glauben zu befördern oder einfach nur Kasse zu machen – sagen wir auf harter Kniebank oder im weichen Kinosessel.[3] Die Annahme eines irgendwie einheitlichen Verhaltens vor einem bildlichen Ereignis muss ganz ohne Übertreibung als bildwissenschaftliches Wunschdenken angesprochen werden, als eine mutwillige Vereinfachung, die auf Kosten des fragenden Bedenkens sozialer, politischer oder kultureller Hintergründe und Prägungen auch schon mal anthropologische Konstanten herbeiredet, um der Wolke des Nichtwissens wenigstens eine menschliche Kontur zu geben. Doch werden mit der behaupteten Allgemeingültigkeit des Betrachtungsaktes selbst wieder Ansprüche verbunden, etwa – um hier ein Beispiel zu nennen – das bildungspolitische Interesse, dem Fach – das ehemals mit begründeten Geschmackskategorien hantierte – vor alten Bildern aus neuen Medien den fluoreszierenden Schein von Objektivierbarkeit zu geben und damit Kompetenz auch da zu behaupten, wo es gar keine geben kann. Wer heute über Bilder und ihre Wissenschaft spricht, weiss trotz der hundertfach unterstrichenen Interdisziplinarität oft nichts darüber zu sagen, in welcher Weise diese Gegenstände in Wirklichkeit angeschaut werden. Und wer wollte abstreiten, dass offenbar nur in merkantilen Zusammenhängen

eingehend darüber nachgegrübelt wird, wer Bilder wie verwendet oder welche Wirkung sie auf wen wann ausüben, und das aus dem Grunde, weil mittlerweile allein schon von der puren Überwindung der bildmässigen Wahrnehmungsschwelle angenommen wird, sie könne Geld generieren! Mag sich auch die Herstellungsmethode einer Werbegrafik mit einiger Genauigkeit rekonstruieren lassen und damit eine positivistische Bildwissenschaft weiterhin gerechtfertigt sein, konkrete Aussagen über Lese- und Betrachtungsgewohnheiten, über das Verhalten eines reizvernehmenden Subjekts vor einem mediokren Gegenstand können auch in dem Fall der Unterwäsche des Michelangelo nur Spekulation hermeneutischer Selbstgefälligkeit bleiben, da das Bild – wenn überhaupt – in seiner Geschichte auf die unterschiedlichste Weise angeschaut wurde. Zu fragen wäre, ob an eben diesem Punkt, also da, wo die Subjektivation des Gegenstandes zum vorherrschenden Thema des Faches wird, eine Wissenschaft schon vor jedem Beginn am Ende ist, die Kompetenz für alle bildlichen Objekte und ihre Wahrnehmung in Anspruch zu nehmen versucht.

Bild

Denn natürlich setzt sich das Fach mit der geradezu zwanghaften Individualisierung der Gegenstandsvernahme der Gefahr aus, jede irgendwie objektive Grundlage zu verlieren. Mit dem Verlust der Diskursivität droht der vermeintlichen Wissenschaft auch der Gegenstand abhanden zu kommen.[4] Wie lässt sich in einer deregulierten Bilderwelt, in der ein Kanon von gestern nur mehr als Zitationsvorrat und Anspielungsebene Verwendung findet, noch ein persönliches Interesse als allgemeingültig vertreten, oder besser noch verkaufen? Das kontemplierende Verweilen vor einem künstlerischen Gebilde kann auf Grund der institutionalisierten Umgangsform mit der Objektwelt zwar immer noch eine gesellschaftliche Realität für sich in Anspruch nehmen, doch wird die Nutzung etwa des Museums auch schon in einer klassischen Denktradition, zum Beispiel bei Hans-Georg Gadamer, als gewissermassen rhythmisch wiederkehrende Befriedigung hermeneutischen Eigeninteresses verstanden, als rationalisierte Selbstumarmung des sich denkenden Denkens. Der sich über vierzig Jahre hinziehende Kontakt des Philosophen mit einem Gemälde von Serge Poliakoff kam – so meinte Gadamer selbst – nur in dem Grad und Masse je eigener Zuwendung zu einer bedenklichen Intensität und damit auch zur personalen Relevanz.[5] Dieser selbstkonstitutive Umgang mit Bildern – Engagement, Verweildauer, Reflexion – muss aber da prekär werden, wo die Ökonomie des hermeneutischen Tauschhandels durcheinander gerät und jede Einsicht in das Warum eines persönlichen Anschauungsinteresses schwindet. Zwar kann der christliche Bildraum noch heute das gläubige Engagement eines Subjekts mit zählbaren Gnadengaben sanktionieren, und auch die bildgenerierende Industrie neigt zu dem Versprechen, den

willentlichen Einsatz von Zeit und Geld mit einer Portion mondäner Selbstvergessenheit wett zu machen, doch handelt es sich im wahrgenommenen Alltag, also in einer Sphäre unfreiwilliger Bilderfahrung eigentlich durchwegs um etwas ganz anderes. Hier ist das Wegschauen, oder wie hätte Nietzsche gesagt, der willentliche Schwachsinn, zu einer geradezu unumgänglichen Notwendigkeit der persönlichen Begegnung mit Bildern geworden. Mögen früher die Werke der Kunst widerständig gewesen sein, heute sind es die Individuen. Und wirklich müssen sich jene Produzenten der nicht mehr schönen Künste wohl die weitreichende Frage gefallen lassen, welche eigentümliche Selbstüberschätzung sie überhaupt noch daran glauben lässt, dass ein Produkt ihrer je personalen Notdurft dazu geeignet sein sollte, in einem anderen Menschen irgendein Interesse auszulösen? Von dem Anspruch anthropologischer oder gar universeller Gültigkeit ganz zu schweigen? An diesem Punkt der Argumentation angelangt, könnte man sich mit Bazon Brock zu der Forderung versteigen, zwangsneurotische Selbstverwirklicher gleich auch dazu zu nötigen, ihr je eigenes Publikum zu rekrutieren, das dann für die Zeit und Mühe der Auseinandersetzung mit dem jeweiligen Produkt der Egozentrik mit barer Münze zu entlohnen wäre. Vor allem dicken kunsthistorischen Dissertationen müsste dann wohl jeweils eine hohe Summe Geldes beigeklebt werden.

Erstaunlicherweise ist aber mit der nahezu vollständigen Negation begründbarer Qualitätskriterien – also mit der extremen Relativierung jeder Bewertbarkeit von Kunst – das Interesse an der Konstituierung einer gelungenen Kommunikation zwischen Medium und Betrachter gewachsen, der Wille zu einer «ästhetischen Erfahrung» oder gelungenen Affektübertragung, wie ich es einmal nennen möchte. Und das natürlich deshalb, weil ein marktwirksames Bedürfnis nach Bildern besteht, die – nun nicht in einem künstlichen Diskurs, sondern in persönlicher Wahrnehmung – als qualitativ hochstehend empfunden werden. Während am Ende der 1990er-Jahre gerne über die Rhetorik in den Künsten gesprochen wurde, tritt nun immer stärker eine fächerübergreifende Emotionsforschung auf den Plan, die auch in der Kunstgeschichte versucht, das Werden und Vergehen komplexer Erfahrungsvorgänge zu ermitteln. Damit wird nicht zuerst der Gegenstand in den Blick genommen, sondern eher auf die Motivationen zur Entstehung und vor allem auf die Bedingungen der wertenden Vernahme bildnerischer Produkte geschaut, kurz komplexe Kulturgeschichte betrieben.[6] Mir scheint es als unabweisbar, dass der hermeneutische Tauschhandel heutigentags allein noch durch die emotionale Ansprache und Erregung des wie auch immer gearteten Betrachters in Schwung gehalten wird. Das gewünschte Erlebnis, die empfindsam eingefärbte Erinnerung, das Lachen und Weinen, Freude und Wut, Liebe und Hass, all das bildet in den unendlichen Misch- und Abstufungsformen die Grundlage eines je persönlich gefärbten Bewertungsmassstabes von Gegenständen. Jenseits der engen Parameter kanonischer Kunstgeschichte war

der «objektivierte Selbstgenuss» (Theodor Lipps), also die Vernahme emotiver Eigenleiblichkeit stets das Wichtigste und ist vielleicht in einer Welt der um sich greifenden Allegorisierung des Banalen wohl wirklich noch das einzig Wahre.[7] Der Meinung, dass die Wahrnehmung eines Artefakts sich nur in einem komplizierten Zusammenwirken von sinnlicher Vernahme, Wissen und Erwarten vollziehen kann, in einem Prozess der Interaktion zwischen subjektiver Projektion und frischer Information durch das Objekt, ist sicher weiterhin Recht zu geben. Doch nicht mit der Beschränkung auf einen scheinbar stillgestellten Seheindruck, nicht im auktorialen Rekurs auf den nichts empfindenden Betrachter, sondern in einer selbstbeobachtenden «Sinndeutung», in der den vielen Determinanten, die vielleicht immer wieder anders zum Aufmerken anregen und dann ins Bewusstsein drängen, je eigentlich Raum gegeben wird. Vielleicht lässt sich erst von dort aus wieder selbstbewusster über Qualitäten sprechen. Dieser je persönliche Wahrheitsdiskurs kann allerdings nur anhand von Erfahrungsberichten und dokumentierten Eigenaussagen erforscht werden, anhand so genannter «ego-documents», die mittlerweile auch immer stärker in den Mittelpunkt der Geschichtsschreibung rücken und von denen ich zum Abschluss noch ein Beispiel präsentieren will, eine Bilderfahrung, mit der ich einerseits ganz selbstgefällig und wohl chancenlos die Aktualität des Phänomens Michelangelo behaupten möchte, gleichzeitig aber auch zu suggerieren versuche, dass die mit ihr verbundenen Reflexionen von Allgemeingültigkeit getragen sein könnten, wenn schon nicht in der Analyse selbst, dann hoffentlich in der Art und Weise des hermeneutischen Herangehens. Ich spreche hier von einer ziemlich durchtriebenen Swatchreklame, die ich am Freitag, dem 17. September 1999, um circa 22.30 Uhr an der Piazza della Repubblica in Florenz unter den Augen kunsthistorisch geschulter Personen von der Wand der Bar «Giubbe Rosse» riss, was übrigens den ununterbrochen Prosecco servierenden Kellner kurzzeitig gegen mich aufbrachte. Wie der *David* in diesem Werk italienischen Grafikdesigns behandelt ist, lässt auf eine gehörige Portion

«Kulturverständnis» der Gestalter schliessen. Der erste sofort einsehbare Grund dafür, dass der jugendliche Kämpfer bei der «Swatch Wave Tour 99» mit dabei sein muss, ist der, dass die angekündigte Veranstaltung auf dem Piazzale Michelangelo stattfinden wird, also ebenda, wo wir gemeinsam mit der Figur auf die Bedrohung des gelobten Florenz schauen können und in der Tat ein Bronzeabguss besagter Skulptur 1875 auf den Sockel gehoben wurde. Doch stehen wir natürlich nicht mehr allein dem alttestamentarischen Goliathbezwinger zur Seite, sondern gleichzeitig auch mit dem wohl typischsten aller «bay-watch» Protagonisten am artifiziellen Gestade, nämlich mit – und hier wird man den ingeniösen Witz der italienischen Gestalter zu bewundern haben – «David» Hasselhoff. Zu erkennen ist dieser vielleicht an dem Surfbrett, vielleicht aber auch an dem Handtuch, das er in der rechten Hand zu halten scheint, doch am unverkennbarsten lässt sich die Ähnlichkeit zwischen *David* und «David» an der womöglich für ein paar junge Italiener immer noch identifikationsstiftenden vokuhila-Frisur festmachen – vorne kurz hinten lang. In abstossend gekonnter Weise scheinen hier – wie würde es aus amerikanischem Munde klingen – «high and low culture» miteinander amalgamiert zu sein. Wer bei der «Swatch Wave Tour 99» mitmacht – und hier mag eine der Aussagen der abgefeimten Word-Bild-Synthese verborgen liegen –, soll sich sowohl einer unglaublichen, zweifelsohne riesenhaften Herausforderung aussetzen, die er – wie David einst Goliath – überwinden wird, soll aber gleichzeitig auch, «Swatch» sei Dank, einen der letzten, ja vielleicht sogar den ultimativen Kick erleben, für den hier wohl noch ein anderer als der kalifornische Rettungsschwimmer «David» einsteht. Denn wenn die Welle im nächsten Moment das alte Florenz – und damit die klassische Kunstgeschichte – in Trümmer gelegt haben wird, vor uns die Sintflut des Visuellen, sind wir als Teilnehmer der «Swatch Wave Tour 99» gerüstet und können, wenn schon nicht als neue David Hasselhoffs, dann doch vielleicht als Fans von Kathryn Bigelow und damit in den Rollen mutiger Patrick Swayzes einem bildwissenschaftlichen «Point Break» entgegensurfen.

1 Maute GmbH und Co. KG, Bahnhofstrasse 16, 72406 Bissingen (www.bodyart.de).

2 Siehe etwa Franz Grillparzer, «Deutschland, 1826, Eintragungen in das Reisetagebuch während des Aufenthaltes in Dresden», in: ders., *Reisen in den Ländern Europas*, Berlin o. J. [1924], zit. nach *Meine süsse Augenweide. Dichter über Maler und Malerei*, hrsg. von Wolfgang Tenzler, Gütersloh 1978, S. 433–435, hier S. 433, 434: «28. August. [...] Alles überragend, was ich heute gesehen, steht die Verstossung der Hagar von Adrian van der Werff, ein Bild, das nach meinem Gefühle dem Herrlichsten an die Seite gestellt werden kann, was die Kunst je hervorgebracht. / 29. August. Ich wollte über diese Hagar noch grössere Lobeserhebungen niederschreiben; nun trifft sich's aber, dass von allen, mit denen ich über dieses Bild gesprochen, niemand in meine Meinung einstimmen will. [...] / 30./31. August. [...] Den Enthusiasmus für meine Hagar zum Teil verloren, nachdem ich die unendlichen Werke der italienischen Schule gesehen.»

3 Franz Kafka hatte schon recht, als er am 20. November 1913 nach Besichtigung der Filme *Die kleine Lolotte*, *Die Katastrophen im Dock* und *Isidors Hochzeitsreise* bekennend in seinem Tagebuch notierte: «Im Kino gewesen. Geweint. [...] Masslose Unterhaltung.» *Franz Kafka. Tagebücher 1909–1923*, Fassung der Handschrift, mit einer Nachbem. von Hans-Gerd Koch, Frankfurt a. M. 1997, S. 458.

4 Hanno Rautenberg, «Was soll uns diese Kunst?», in: *Die Zeit*, Nr. 24, 6.6.2002, S. 37: «Als Arnold Gehlen einst die Kommentarbedürftigkeit der modernen Kunst beklagte, konnte er nicht ahnen, dass im Jahre 2002 der Kommentar selbst zur Ausstellung werden würde. Das Reden, Schreiben, Lesen hat das Künstlern verdrängt.»

5 *Hermeneutik, Ästhetik, praktische Philosophie. Hans-Georg Gadamer im Gespräch*, hrsg. von Carsten Dutt, Heidelberg 1993, S. 59: «Nehmen Sie zum Beispiel diesen Poliakoff, der nun schon seit dreissig Jahren an seinem Platz hängt. Meine Schüler haben ihn mir zu meinem sechzigsten Geburtstag geschenkt. Seit über dreissig Jahren sehe ich das Bild. Und immer wieder, wenn ich dort sitze, wo Sie jetzt sitzen, werde ich nachdenklich, und ich frage mich: Was sehe ich da eigentlich? Ich sehe immer wieder hin, schreibe aber keine Interpretation. Was sehe ich also? Je ne sais quoi. Was sagt es eigentlich? Da sehe ich rechts ein schwarzes Kreuz, ein halbes Kreuz, das meinen Blick hält. Und weiter links erscheint eine rote Fläche, die zum linken Bildrand hin eine Figur fast wie ein Haupt sehen lässt. Das könnte ein Haupt im Profil sein. Vielleicht. So redet das Bild ständig mit mir. Ich sehe immer wieder hin. Es zwingt mich, immer wieder zurückzukommen.»

6 Dazu zum Beispiel Jonathan Crary, *Aufmerksamkeit. Wahrnehmung und moderne Kultur* (amerik. *Suspensions of Perception. Attention, Spectacle, and Modern Culture*, Cambridge, Mass., 1999), Frankfurt a. M. 2002.

7 Ich gehe hier nicht auf die weitreichenden Diskussionen ein, die mit einer «Apologie der ästhetischen Erfahrung» verbunden sind. Siehe Hans Robert Jauss, *Kleine Apologie der ästhetischen Erfahrung*, mit kunstgeschichtlichen Bemerkungen von Max Imdahl. Konstanz 1972 (Konstanzer Universitätsreden 59). Zu den Problemen einer Geschmacks- und Genussästhetik in der Moderne ist ein längerer Text in Vorbereitung.

Disregarded: what do images look like that are not observed?
This text, 'Disregarded' considers the rise of the notion of the neutral 'observer' within art history, a term which implicitly lays claim not only to a degree of competence for all observers but also, more crucially, to an indiscriminate attention to all pictorial objects. Indeed the danger of solipsism lurks in the nearly obsessive individuality with which objects are selected for scrutiny within art history or visual studies. The basis for discussion within these disciplines is diminished by a canon expanding to the point of formlessness: art history runs the risk that its object of study dissipates entirely. Subsequently subjective forms of interpretation are increasingly obliged to don the mask of universal validity: one's historical and thus implicitly ideological standpoint remains invisible, embedded in a theory of the image and its reception. Nonetheless, for many years now the notion of the observer has played a role of some consequence in scholarship within art history and visual studies. Yet, here it should be clearly stated that the word 'observer' in that body of scholarship is used mainly as a term for describing art, and, in this function, is primarily distinguished by its self-referentiality. That which claims the status of 'observer', actually represents the position of an individual scholar as 'author'. An utterly personal experience of an image is attributed universal validity by virtue of that term, which suggests a generalization of experience. Thus the author is neither obliged to name the significant features of the specific encounter with the image that has brought about a given analysis, nor describe the reasons for having chosen the object in question. This camouflage of hermeneutic motivation suggests a degree of dishonesty. It is obfuscating to speak of an autonomous observer if the notion of disinterested pleasure implied by aesthetic experience all too often produces generalizations. To paraphrase Michel Houellebecq, one could say that by masking individual motivation in such a fashion the 'impossibility of dialogue' is institutionalized.