

select
publish
engage



Wie/so kuratorisch handeln im Social Net?

**Kultureller Wandel
angesichts von Digitalität**

Abstract

Die Digitalisierung hat die Arbeit in kulturellen Institutionen und Museen grundlegend verändert. Nicht nur die Hard- und Software der Technologien beeinflussen unsere Kommunikations- und Produktionsbedingungen: auch die dadurch veränderten gesellschaftlichen Strukturen sind ausschlaggebend für aktuelle und zukünftige sozio-ökonomische Entwicklungen und die museale Praxis. Der virtuelle Raum ist Teil unserer Realität und die Verhandlung sozialer und kultureller Werte sind dadurch im Wandel, denn immer mehr Akteur*innen können sich, vor allem online, durch Social Networks, daran beteiligen. Was bedeutet dies für den musealen Bereich? Können sich Institutionen in diese neuen kulturellen Praktiken einschreiben? Ist Handlungsmacht in Social Networks realisierbar? Und wie können wir kuratorisch handeln, wenn wir das Internet als Erweiterung des „realen“ Raums sehen?

Digitization has fundamentally changed the work in cultural institutions and museums. Not only the hardware and software of the technologies influence our conditions of communication and production: it also the changed social structures that are decisive for current and future socio-economic developments and the museum practice. The virtual space is part of our reality and the negotiation of social and cultural values are changing, because more and more actors can participate in these negotiations – especially online through social networks. What does this mean for museums? Can institutions engage in these new cultural practices? Is it possible to realise agency in social networks? And how can we act curatorial if we see the internet as an extension of the “real” space?

Masterthesis
/ecm – educating/curating/managing 2016–2018

Marianna Mondelos
Wien, Dezember 2018

Betreut von
Nora Sternfeld und Renate Höllwart

di:'angewandte

/ecm
educating
curating
managing

Inhalt

Content

Flesh

Flash

Falsh

Falsch

Einleitung	9
<hr/>	
1. Wieso?	
1.1. Kuratieren im Wandel	21
1.2. Besucher*innen der Gegenwart	25
1.3. Kultur der Digitalität	28
1.4. Post-digitale Theorie	33
1.5. Museen im Social Net	35
1.6. Möglichkeiten und Grenzen der Partizipation	40
1.7. Online Handeln	44
1.8. Visuelle Kommunikation	46
1.9. Digitale Photographien als Handlungsraum	50
2. Wie?	
2.1. Kultureller Organisationswandel	57
2.2. Ängste abbauen	59
2.3. Entwicklung einer Social Media-Haltung	62
2.4. Strategie und Planung	63
2.5. Inhalte teilen	64
2.6. Kollaboration	66
2.7. Kritische ästhetische Vermittlung 2.0	66
3. So?	
3.1. Beobachtungen	71
3.2. Resümee	74
3.3. Ausblick	76
3.4. Abschließend	78
<hr/>	
Literatur	82
Abbildungen	86
Lebenslauf	87

**„Eine brechtsche Maxime: Nicht an das gute Alte
anknüpfen, sondern an das schlechte Neue.“**

- Walter Benjamin¹

¹ Auszug aus seinem Tagebuch, 25. August 1938.

– Einleitung –

Zielsetzung, These und Einordnung

Ein zentrales Anliegen dieser Arbeit ist es, das Museum als Ort der Auseinandersetzung über den physischen Ort hinaus zu denken. Die kuratorische, partizipative Praxis soll angesichts der Digitalisierung und dem Internet als neuer Infrastruktur, vor allem im Bezug auf Social Networks, erweitert werden. In der Literatur zu Social Media und Museen gibt es drei Richtungen, in denen sich aktuelle Literatur grob gliedern lässt: in technikdeterministische Ansätze, ökonomische Argumentationsmodelle und kulturwissenschaftliche Modelle mit Bezug auf kunst-, kultur- oder medientheoretische Aspekte zur Bewertung neuer Medien.² Simon A. Frank zeigt die Potentiale der Social Networks, die bereits von Philosophen und Kunsttheoretikern vorgedacht wurden und durch das Internet im Sinne einer *User Generated Culture* möglich gemacht werden können. In seiner Arbeit werden „alte“ Theorien mit „neuen“ Medien gegenübergestellt um die Potentiale der Vermittlung und Partizipation von Kunst aufzuzeigen.³ Diese Masterarbeit verortet sich einerseits im Diskurs der (sozialen) Medien in Bezug zum Museum, als auch in Diskursen um Partizipation und eines seit den 1990er Jahren so genannten New Institutionalism⁴. Diese Ansätze im Kunstbe-

² Simon A. FRANK, Kulturmanagement und Social Media: Neue interdisziplinäre Perspektiven auf eine User-generated Culture im Kulturbetrieb, Bielefeld 2015, S. 16.

³ Vgl. Ebenda.

⁴ New Institutionalism ist ein Begriff aus dem Sozialwissenschaften. In der kuratorischen Praxis beschreibt es die kritische Debatte darüber, Kunstinstitutionen von innen heraus zu verändern. Es zeichnet sich durch die Rhetorik der vorübergehenden Begegnungen und Offenheit aus. In der zeitgenössischen Kunstpraxis umfasst es die Bereich

trieb der letzten Jahrzehnte glauben an die transformierende, politische Wirkkraft von Kunst und Ausstellungen. Diese seien wirksame Mittel zur Schaffung eines sozialen Bewusstseins.⁵ Die partizipativen Methoden des Museums führen durch die Involvierung der Besucher*innen auch zu einer Hinwendung zu Gegenwartsthemen.⁶ Am Ende des 25. Österreichischen Museumstag, der unter dem Titel „Die Gegenwart als Chance“ stattfand, ging die Frage hervor, ob „Museen eine aktive Rolle in einer Gesellschaft im Umbruch spielen können“⁷. Es erscheint relevant, zu erörtern, von welchem Umbruch zu sprechen ist und anhand dieser Gegebenheiten über mögliche Handlungsfelder im Museum nachzudenken. Diese Arbeit will anhand transdisziplinärer Perspektiven den Wandel angesichts von Digitalisierung beleuchten und somit einen Beitrag für zukünftige Partizipationsformen im Museum und zur kuratorischen Praxis leisten. Aus historischer, medientheoretischer, soziologischer, philosophischer und kommunikationstheoretischer Sicht sollen die Entwicklungen und Felder der Online Partizipation nachgezeichnet werden, um die Museumsbesucher*innen der Gegenwart, sowie die Bedingungen in denen sie online handeln, zu beleuchten und zu verstehen. Dabei wird ebenfalls kritisch hinterfragt, inwiefern in sozialen Netzwerken die Rahmenbedingungen gegeben sind, um potentielle Partizipation möglich zu machen. Angereichert durch post-digitale Theorien soll schließlich Partizipation im Museum weitergedacht werden. Die post-digitale Theorie steht in Opposition zu digitalen Technikeuphorie und versteht sich als Hybrid von „alten“ und „neuen“ Medien. Es stellt sich daher die Frage: Kann eine Praxis mit diesem Zugang gedacht werden?

des Dialoges und der Partizipation, die prozessbasierte Werke produzieren, anstatt Objekte für den passiven Konsum. (Quelle: Claire DOHERTY, *New Institutionalism and the Exhibition as Situation*, in: *Protections Reader*, Kunsthaus Graz 2006)

⁵ Maren ZIESE, *Kuratoren und Besucher. Modelle kuratorischer Praxis in Kunstausstellungen*, Bielefeld 2010, S. 19.

⁶ Susanne GESSER, Angela JANNELLI, Martin HANDSCHIN, Sibylle LICHTENSTEIGER, *Das partizipative Museum. Zwischen Teilhabe und User Generated Content. Neue Anforderungen an kulturhistorische Ausstellungen*, Bielefeld 2012, S. 10–11.

⁷ Robert GANDER, Andreas RUDIGIER, Bruno WINKLER, *Gegenwärtigkeit und Verantwortung*. in: Robert Gander, Andreas Rudigier, Bruno Winkler (Hg.), *Museum und Gegenwart. Verhandlungsorte und Aktionsfelder für soziale Verantwortung und gesellschaftlichen Wandel*, Bielefeld 2015, S. 12.

„Das Digitale ist keine virtuelle Realität oder abgetrennte Sphäre, sondern konstitutiver Akteur und integraler Bestandteil unsers alltäglichen Lebens. Es stellt keine Alternative zur Kulturpraxis dar, sondern ist zunehmend direkt oder indirekt die Grundlage dafür.“⁸

Medien sind im Bezug auf Handlungsmacht deshalb relevant, weil sie Bestandteil politischer, kultureller und ökonomischer Veränderungen sind. Zugleich sind sie auch jene Instanzen, die kulturelle Formen und Subjektpositionen vermitteln. In spezifischen historischen Kontexten erscheinen diese angemessen und kulturell intelligibel. Raymond Williams⁹ beschreibt die Erforschung von Kultur als „herausfinden, wie die jeweiligen gesellschaftlichen Praktiken unter spezifischen historischen Bedingungen gelebt und erfahren werden“.¹⁰ Felix Stalder, ein Schweizer Kultur- und Medienwissenschaftler, sieht soziale Netzwerke als Ausverhandlungsorte sozialer und kultureller Bedeutungen.¹¹ Aus diesen Beobachtungen heraus interessieren mich folgende Forschungsfragen: *Können sich Museen an diesen Verhandlungen beteiligen? Wenn ja, wie erfolgt das, inwiefern kann dies gelingen? Ist es möglich eine Partizipation der Besucher*innen durch die Auswahl der Inhalte, die online zur Verfügung gestellt werden, zu fördern?*

Aufbau der Arbeit

Diese Arbeit gliedert sich in drei Teile. Der erste Abschnitt *Wieso?* stellt Fragen, um das Feld der Digitalisierung und Digitalität in Bezug zum Museum und zur kuratorischen Praxis nachvollziehbar zu machen: Wer sind die Museumsbesucher*innen der Gegenwart? Wie kommunizieren und informieren sich diese Personen? Welche Entwicklungen haben dazu beigetragen, dass die Digitalität ihren extremen Einzug in unseren Alltag fand und inwiefern wurde das Museum

⁸ Katja KWASTEK, *Wir sind nie Digital gewesen*, in: *Postdigital 1: Allgegenwart und Unsichtbarkeit eines Phänomens*. Kunstforum international, Bd. 242 hg. v. Franz THALMAIR, Köln 2016, S. 70.

⁹ Raymond Williams (1921 - 1988) gilt als Begründer der Cultural Studies.

¹⁰ Brigitte HIPFL, *Medien – Gewalt – Handlungsmacht*, in: Josef BARLA (Hg.), *Gewalt und Handlungsmacht: queer_feministische Perspektiven*, Frankfurt am Main 2012, S.133.

¹¹ Felix STALDER, *Kultur der Digitalität*, Berlin 2017.

als Institution und sozio-kultureller Ort dadurch beeinflusst? Welche Formen der Partizipation sind durch Social Networks möglich und welche nicht?

Während dieses Kapitel sich dem Thema aus theoretischer Perspektive annähert, werden im folgenden Kapitel *Wie?* Konkrete Anregungen zum Umgang mit Social Media erarbeitet. Welche Strukturen in der Organisationskultur sind notwendig, um einen adäquaten Umgang mit Online Medien zu ermöglichen? Zudem werden aus der Literatur zu Social Media und Museen vor allem die partizipativen Aspekte in den Blick genommen.

Im letzten Kapitel *So?* erfolgt eine Zusammenfassung um die gewonnen Erkenntnisse der jeweiligen Kapitel gegenüberzustellen. Wie hat sich Partizipation durch die sozialen Netzwerke in den letzten zehn Jahren verändert und welche Bedeutung hat dies für Museen? Wie kann post-digitale Partizipation gedacht werden? Wie können Museen in Social Networks agieren? Ein Resümee und Ausblick in weitere Forschungsfelder schließen die Arbeit ab.



Abb. 2

Wine
Soo

„Ich glaube, dass man zusammendenken muss,
was nicht zusammengehört, weil das heute die
Realität ist.“

- *Hito Steyerl*¹²

¹² Hito STEYERL, „Die Realität hat sich erweitert, und ich folge ihr“ Ein Gespräch von Katja Kwastek, in: Postdigital 1: Allgegenwart und Unsichtbarkeit eines Phänomens. Kunstforum international, Bd. 242 hg. v. Franz THALMAIR, Köln 2016, S. 127.

– TEIL 1 –

Wieso?

1.1. Kuratieren im Wandel

Museen haben sich – zumindest meinen dies einige avancierte Diskurse – von Orten der Repräsentation hin zu Orten der Auseinandersetzung entwickelt: Durch die Infragestellung des Museums und der ausstellungstheoretischen Diskurskritik seit dem 20. Jahrhundert von Donna Haraway¹³, Mieke Bal¹⁴, Henrietta Lidchi¹⁵ und anderen, wurden Veränderungen angestoßen, die zur Ausweitung des Begriffes und der Veränderung der kuratorischen Praxis beitrugen. Es entwickelte sich eine museale Praxis, in der Gegenerzählungen zum damals gängigen Kanon geschrieben werden. In *Radical Museology* nennt Claire Bishop das Van Abbemuseum, das Reina Sofia und Msum Ljubljana, die exemplarisch für diesen Wandel stehen. Sie präsentieren Alternativen zu Ausstellungen als Identitätsproduzenten. Sie sprechen nicht mehr bloß im Namen der überrepräsentierten ein Prozent, sondern versuchen die Interessen und Geschichten der kontinuierlich Marginalisierten und Unterdrückten zum Thema zu machen.¹⁶

¹³ Donna HARAWAY, *Teddy Bear Patriarchy, Taxidermy in the Garden of Eden, New York City, 1908–1936*, in: Donna HARAWAY, *The Haraway Reader*, S. 151–198, New York 2004.

¹⁴ Mieke BAL, *Sagen, Zeigen, Prahlen*, in: Thomas Fechner-Smarsly, Sonja Neef (Hg.), *Kulturanalyse*, Frankfurt am Mail 2002.

¹⁵ Henrietta LIDCHI, *The Poetics and the Politics of Exhibiting Other Cultures*, in: *Representation. Cultural Representation and Signifying Practices*, S. 151–222, Milton Keynes 1997.

¹⁶ Claire BISHOP, *Radical Museology. Or What's Contemporary in Museums of Contem-*

Heute umfasst die Tätigkeit des Kuratierens nicht nur das Sammeln, Bewahren und Ausstellen von Objekten und Werken, die Kurator*Innen treten auch als Autor*Innen in den Vordergrund und beziehen durch ihre Veröffentlichungen Position.¹⁷ Man wendet sich dem Prozessualen zu, was laut Beatrice von Bismarck dazu geführt hat, dass nicht mehr bloß vom Kuratieren, sondern in einem weiteren Sinne von „Kulturen des Kuratorischen“ zu sprechen ist.¹⁸ Das Kuratieren entwickelte sich weg von einem Werkzeug der Repräsentation hin zu Handlungsräumen, in denen ungewöhnliche Begegnungen und diskursive Auseinandersetzungen möglich werden.¹⁹

” Im avancierten Ausstellungstheorien und kuratorischen Praxen folgten in den letzten Jahren verschiedene Turns aufeinander, die den Ausstellungsraum in seinen Funktionen erweiterten. So gab es die Wende zur Bildung, zum Diskurs, zur Performativität, zum Tanz und zum Aktivismus. Oftmals wurden diese auch verschränkt. Was haben all diese Konjunkturen gemeinsam? – Ausstellungen werden hier nicht mehr als Orte der Aufstellung von wertvollen Objekten und Darstellung von objektiven Werten verstanden. Der Fokus liegt vielmehr auf der Herstellung von Möglichkeitsräumen, auf sozialen sowie körperlichen Erfahrungen, unerwarteten Begegnungen und verändernden Auseinandersetzungen, in denen das Unplanbare wichtiger erscheint als genaue Hängepläne. Ausstellungen werden also zu Handlungsräumen. Vor dieser Prämisse verschränken sich Kuratieren und Vermitteln unweigerlich. Ich bezeichne dieses Phänomen als post-repräsentatives Kuratieren.²⁰

porary Art?, London 2014, S. 6.

¹⁷ Nora STERNFELD, Handbuch Ausstellungstheorie und -praxis, Wien 2013, S. 74.

¹⁸ Beatrice von BISMARCK, Jörn SCHAFFAFF, Thomas WESKI (Hg.), Cultures of the Curatorial, Berlin 2012.

¹⁹ Nora STERNFELD, Handbuch Ausstellungstheorie und -praxis, Wien 2013, S. 77.

²⁰ Nora STERNFELD, Im post-repräsentativen Museum, in: Carmen Mörsch, Angeli Sachs, Thomas Sieber (Hg.), Ausstellen und Vermitteln im Museum der Gegenwart, Bielefeld 2016, S. 189.

Es geht „nicht mehr um Ausstellungen als Orte der Aufstellung von wertvollen Objekten und ‚objektiven‘ Werten, sondern das Einlassen auf Prozesse tritt in den Vordergrund.“²¹ Irit Rogoff versteht Museen als Möglichkeitsräume: „Partizipation beginnt, wenn die Vorstellung von Ausstellungen als Räume der Repräsentation verlassen werden und ein Raum der Möglichkeit entsteht.“²²

” Impulse der Gegenwartskunst haben dazu beigetragen, dass Ausstellungen und Museen zunehmend als demokratische und öffentliche Räume in den Fokus der Auseinandersetzung gerückt sind.²³

In Public Programs werden Themen der Ausstellungen verhandelt, bei denen Besucher*innen aktiv mitwirken können. Beispielsweise wurde bei der Ausstellung FUTURE Undone²⁴ ein Rahmenprogramm entwickelt, das die Themen der Ausstellung vertiefend zur Diskussion gestellt hat. Mit eingeladenen Akteur*innen aus dem Kulturbereich und anderen Branchen wurden verschiedene Perspektiven zu den Themen ermöglicht. Im Anschluss der Veranstaltungen entstand gemeinsam mit den Besucher*innen ein Dialog. Es wurden auch gemeinsame gefundenen Ideen im Ausstellungsraum und der Publikation festgehalten. Auch bei großen Kunstaustellungen wie der Manifesta 10²⁵ und der documenta 14²⁶ wird das öffentliche Programm immer umfangreicher. „Public“ bedeutet

²¹ Sternfeld, Handbuch Ausstellungstheorie und -praxis, S. 77.

²² Rogoff, Irit: Looking Away. Participations in Visual Culture, http://kvelv.files.wordpress.com/2013/10/irit_rogoff_looking_away_participations_in_visual_culture.pdf (Stand: 5.11.2018)

²³ Beatrice JASCHKE, Nora STERNFELD, Zwischen/Räume der Partizipation, in: Verband österreichischer Kunsthistorikerinnen und Kunsthistoriker (Hg.), Räume der Kunstgeschichte, Wien 2015, S. 168.

²⁴ Die Ausstellung FUTURE Undone. Eine Versuchsanordnung über die Zukunft des Museums und das Museum der Zukunft ist ein Projekt des /ecm – educating/curating/managing Masterlehrgangs an der Universität für angewandte Kunst Wien an dem ich selbst Teilnehmerin war. Alle 24 Teilnehmer*Innen kuratierten in Teams die Ausstellung, die von 10. – 29. Oktober 2017 im ALL – Angewandte Innovation Laboratory und im öffentlichen Raum stattfand.

²⁵ Die Manifesta ist eine wandernde, europäische Biennale die in den frühen 1990er Jahren konzipiert wurde. Die Manifesta 10 fand von 28. Juni bis 28. Oktober 2014 in St. Petersburg statt.

²⁶ Die documenta ist ebenfalls eine große, temporäre Kunstaustellung. Sie zeichnet

wie bei PR nicht nur das Ansprechen einer Öffentlichkeit, sondern durch Public Programs soll vielmehr eine Öffentlichkeit hergestellt werden.²⁷ Durch diese Entwicklungen hin zur Diskursivität und Verhandlung gesellschaftspolitischer Themen wird die Relevanz der Teilnahme der Institutionen am gesellschaftlichen Leben deutlich. Wie in der Einleitung bereits besprochen, wird im musealen und kuratorischen Diskurs zudem vermehrt der Anspruch an Partizipation gestellt und das Museum als sozialer Raum gedacht.²⁸

Durch die Digitalität hat sich der museale Betrieb in den letzten Jahrzehnten bereits verändert, die Zuwendung zum Gegenwartsbezug wurde beispielsweise durch das Internet gefördert, wie im nächsten Kapitel genauer beleuchtet wird. Werden das Internet als neue zentrale Infrastruktur und die dort verfügbaren Plattformen auch konkret in die kuratorische Praxis integriert?

Medien beeinflussen, ermöglichen oder hindern Partizipation, es bedarf hier einer kritischen Reflexion von *Mitsprechen*, *Versprechen* und *Widersprechen*. Als *Mitsprechen* wird das Schaffen oder Teilen von Gemeinschaften gesehen, *Versprechen* bespricht politische Vorstellungen und Utopien der Partizipation und *Widersprechen* stellt den Zusammenbruch bzw. Widerspruch im Partizipationsprozess dar, der direkt in den Medienstrukturen verortet ist. Die Gegenüberstellung dieser drei Ansätze ist für eine differenzierte, medien-theoretische Fundierung weiterer Forschungsprojekte von Nöten.²⁹

sich durch die theoretische Grundlage und einem Gespür für die Dringlichkeit von Kunst in der Gesellschaft aus. Erstmals fand sie 1955 in Kassel statt und seit dem alle fünf (zu Beginn alle vier) Jahre. Mit der documenta 10 wurde 2017 erstmals ein zweiter Standpunkt außerhalb Kassel festgelegt: auch in Athen regte die Kunst zur Reflektion an.

²⁷ Susan PLAWECKI, Public Program als Haltung, Masterarbeit der Universität für angewandte Kunst Wien, 2018, S. 6.

²⁸ Siehe S. 9–12.

²⁹ Elke BIPPUS, Beate OCHSNER, Isabell OTTO, Between Demand and Entitlement, In: Mathias Denecke, Anne Ganzert, Isabell Otto, Robert Stock (Hg.), ReClaiming participation technology - mediation - collectivity, Bielefeld 2016, S. 262.

1.2. Besucher*innen der Gegenwart

Die Grundlage für Partizipation wird durch Demokratie geschaffen und zentral als Akteur*innen handelnde Personen, die nicht für sich alleine stehen. Die menschlichen Grundbedürfnisse bleiben stetig, werden jedoch im unterschiedlichen Ausmaß durch gesellschaftliche Faktoren bedingt. Aufgrund verschiedener Interessengruppen und Machtverhältnissen werden Bedürfnisse und Affekte verändert. Zudem entwickelt sich die Technik um den Menschen herum weiter und somit verändern sich auch die Handlungsfelder und Kommunikationsweisen, in die man im alltäglichen Leben eingebunden ist. Durch das Digitale befinden wir uns in einem Umbruch, der die grundlegenden Strukturen unseres Zusammenlebens verändert. Das Museum steht vor der Herausforderung, die Museumsbesucher*innen der Gegenwart und die Art wie sie sich informieren, Wissen konsumieren, kommunizieren und am öffentlichen Leben teilhaben, zu verstehen.

Das Internet ist das zentrale Medium der neuen, digitalen Öffentlichkeit. Es gibt neue Organisationsmöglichkeiten, die von vielen kritisch betrachtet werden. Die Anwesenheit an einem physischen Ort ist nicht mehr notwendig um sich zu versammeln. Zudem können Personen laufend Informationen abrufen und auch selbst bereitstellen. Dadurch entsteht eine neue weltweite Vernetzung, Teilhabe am öffentlichen Leben und ein starker Bezug zur Gegenwart.³⁰

In der „analogen Vergangenheit“ war das Wissen über einen historischen Moment oft größer als das Wissen über einen Moment der Gegenwart. Nur Eliten war es vorbehalten über aktuelles Weltgeschehen informiert zu werden, Präsident*innen standen dazu beispielsweise Berater*innen und Expert*innen zur Verfügung. Dank dem Internet ist es nun möglich, dass breite Massen die Möglichkeit haben, weltweite Entwicklungen – gefiltert durch Algorithmen – zu verfolgen. Blogs und soziale Netzwerke tragen dazu bei, dass online, persönliches Befinden und berufliche Vorgänge live dokumentiert werden. Diesen medialen Raum kann man als Archiv der Gegenwart bezeichnen. Wie ein historisches Archiv besitzt auch das Internet ein System zur Erfassung und Erhaltung von

³⁰ Mercedes BUNZ, Die stille Revolution, Berlin 2012, S. 113-114.

Informationen. Die Dokumentation hat eine eigene Systematik: alle Seiten des WWW (World Wide Web) werden durch URL (Uniform Resource Locator, de: einheitlicher Quellenanzeiger) eindeutig einem Adressenindex zugeordnet.³¹ Jede*r User*in kann selbst Teil dieser Wissensproduktion werden.

Auch die Erinnerungskultur ändert sich dadurch, da Momente direkt per Smartphone hochgeladen werden können und mit anderen Personen online geteilt werden. „Digital Natives“³² wachsen mit den Technologien auf und verwenden diese mit einer neuen Selbstverständlichkeit. Die Herangehensweise an das Zurschaustellen persönlicher Daten, Bilder, Videos ist für Personen, die die Welt noch ohne Social Networks erlebt haben, anders als für jene, die damit aufgewachsen sind. Eine kritische Auseinandersetzung mit den Medien und ihrer Nutzung, sowie Datenschutz ist von hoher Bedeutung und ein wichtiger Bildungsauftrag für die kommenden Generationen, wird aber aufgrund der hohen Komplexität des Themas nicht weiter in dieser Arbeit besprochen.

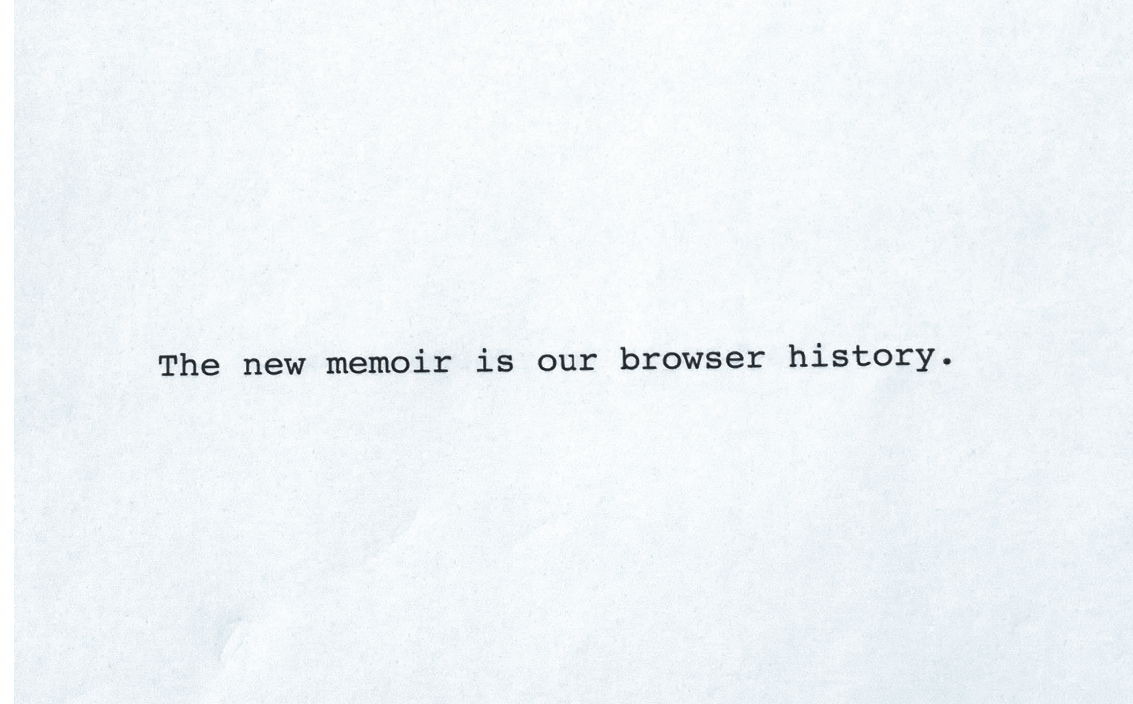


Abb. 3: Auszug aus Kenneth Goldsmiths „THEORY“ (2015)³³

³¹ Ebenda, S. 118-119.

³² Als „Digital Natives“ wird jene Generation bezeichnet, die in eine Welt mit digitalen Technologien geboren wurden – die Abwesenheit des Digitalen ist für sie fremd.

³³ Kenneth Goldsmith ist Konzeptkünstler und seit 2013 der erste „Hofdichter“ des MoMA, Museum of Modern Art New York. „Theory“ versammelt auf 500 einzelnen A4 Seiten Positionen zu verschiedenen Aspekten zeitgenössischer Literatur. In Form von Statements, Gedichten, Kurzgeschichten, et cetera, versammelt er wie das Digitale und online die Literatur verändert und fordert eine neue kreative Formfindung. Goldsmith arbeitet viel mit dem Web und publizierte unter anderem „Wasting Time on the Internet“ (2016). Er geht davon aus, dass uns das Internet sozialer, kreativer und auch produktiver macht. Im Akt der „Zeitverschwendung“ im Internet beteiligen wir uns nach ihm an der kollaborativen Praxis kultureller Kreation. Die kuratorische Aufgabe online sei es, im Chaos des Internets sinnstiftend zu agierend.

1.3. Kultur der Digitalität

„The Internet feels like it's everywhere today. Almost 2.5 billion unique individuals accessed the Internet last year alone, so the chances are good that wi-fi data is floating along in front of you, saturating the air you breath.“³⁴

Es ist nicht nur ein Gefühl, sondern Fakt, dass viele Menschen in technologisch entwickelten Ländern Zugang zum Internet besitzen. In Schulen wird bereits elektronisch und online gearbeitet und viele Jobs sind vom Internet abhängig. Innerhalb der großen Debatte, interessieren mich für diese Arbeit vor allem folgende Aspekte:

*Was ist der Unterschied zwischen Digitalisierung und Digitalität? Wie veränderten das Internet und Smartphones den Besucher*innenalltag in den letzten Jahrzehnten und welche Auswirkungen hatte die Digitalisierung auf das Museum? Was zeichnet die Kultur der Digitalität aus? Welchen Einfluss hat die Digitalität auf unsere gesellschaftlichen Strukturen genommen?*

Der Begriff „Digital“ stammt von dem englischen Wort „digit“ (deutsch: Ziffer) und bedeutet in der Technik, dass Werte in Zahlen dargestellt werden. Unter Digitalisierung versteht man alle Vorgänge, in denen analoge Werte in digitale übertragen werden – diese können dadurch über elektronische Datenverarbeitungssysteme genutzt werden. Im allgemeinen Sprachgebrauch wird der Begriff Digitalisierung auch als Synonym für die digitale Transformation³⁵ verwendet. Auch im musealen Bereich werden diese Veränderungen sichtbar: erste Muse-

³⁴ Howell O'Neil, Patrick: This 1969 map shows the humble beginnings of the Internet (24.01.2014), <https://www.dailydot.com/irl/map-internet-1969> (Stand: 01.06.2018)

³⁵ Die digitale Transformation beschreibt die Veränderungen und Auswirkungen durch digitale Technologien auf unserem Alltagsleben, der Wirtschaft und Gesellschaft.

umswebseiten sind seit 1995 online³⁶ und somit wurden Informationen zu Museen seither auch von zu Hause aus digital abrufbar. Die Webseiten hatten früher vor allem einen repräsentativen Charakter und dienten zur Vorbereitung auf den Besuch im Museum. Heute sind es oft virtuelle Online-Dependancen mit Inhalten der Museen, mit der Verfügbarkeit von Videos zu Vorträgen, Künstler*innenportraits, Lernspielen, digitalen Sammlungs- und Bilddatenbanken, Diskussionsforen, etc.³⁷ Auch durch Techniken wie Audioguides haben sich die Gewohnheiten der Besucher*innen verändert. In der Vermittlung wurde mittels Apps ein interaktiver Zugang zu der Ausstellung im Raum möglich. Daran zeigt sich exemplarisch, dass Digitalisierung nicht die Realität ersetzt, sondern diese mit einer digitalen Ebene erweitert.

Die Digitalität³⁸ prägt unser Leben maßgeblich in vielen Bereichen. Felix Stalder versteht sie als eine Kondition; sie „ist zu einer Bedingung und Ordnung unserer Zeit geworden, unabhängig davon, ob man diese selbst nutzt oder nicht.“³⁹ Als Fundament für den Weg in die Digitalität sieht Stalder den Aufstieg der Wissensökonomie, die zunehmende Kritik an Heteronormativität und fundamentale Kulturkritik durch Postkolonialismus. Durch diese Entwicklungen wurde es bereits vor dem Internet mehr Menschen ermöglicht, sich gesellschaftlich zu beteiligen. Diese Bewegungen haben dazu beigetragen, dass sich später aufkommende Techniken zu solchen entwickelt haben, wie sie heute existieren.

„Die Neuen Sozialen Bewegungen etwa haben einen gesellschaftlichen Wandel angestoßen, der es mehr Personen als früher erlaubt, zumindest die Forderung zu stellen, selbstbestimmt, das heißt nach ihren eigenen Maßstäben und Wertvorstellungen, am gesellschaftlichen Leben teilzuhaben.“⁴⁰

³⁶ Hans Dieter HUBER, Museen im Internet (1), in: Kunstchronik, Jg. 50, Heft 1, Januar 1997, S. 33–34.

³⁷ Annina ZWETTLER, Wie Museen mit ihren Märkten kommunizieren, in: ARGE schnittpunkt (Hg.), Handbuch Ausstellungstheorie und -praxis, Wien 2013, S. 132–133.

³⁸ Digitalität ist eine Kombination der Worte Digitalisierung und Realität.

³⁹ Felix STALDER, /ecm Vortrag am 10.12.2017

⁴⁰ Felix STALDER, Kultur der Digitalität, Berlin 2017, S. 40.

Exkurs: die Erweiterung der Basis gesellschaftlicher Teilnahme

Bereits Ende der 1960er Jahre haben sich beispielsweise im Kontext politischer Umbrüche neue Frauen- und Schwulenbewegungen herausgebildet, die großen Einfluss auf die Erweiterung der Basis gesellschaftlicher Teilnahme nahmen. Im Herbst 1969 wurden sexuelle Handlungen zwischen Männern nicht mehr strafbar und in den 1970er und 1980er Jahren entwickelte sich in Form von Kunst eine eigene Sprache der Aktivist*innen, Künstler*innen und Intellektuellen, mit der sie über bisher tabuisierte Themen in der Öffentlichkeit sprechen konnten. Die soziale (amateurhafte) und künstlerisch/wissenschaftliche (professionelle) Kulturproduktion fand gleichzeitig statt. Ihnen war eine andere Repräsentation von Homosexualität ein Anliegen, da Homosexualität in ihren Augen in den Massenmedien nicht realitätsgetreu dargestellt wurde.⁴¹ Es stand weniger ein klares Gegenbild im Vordergrund, sondern generell der Widerstand gegen eine starre Zuschreibung. Das Wandelbare, Hybride und Einzigartige sollte hervorgehoben werden. Während die Schwulenbewegungen exemplarisch für die Liberalisierung der Gesellschaft in den 1970er und 1980er Jahren stehen kann, kann die LGBT-Bewegung seit den 1990ern neu im Kontext der Kultur der Digitalität gesehen werden. Enorme Vielfältigkeiten und Verflüssigungen von Identitätsmodellen, sowie die Betonung auf Wandelbarkeit und Hybridität stehen im Vordergrund. Ein neuer, aus ihrer eigenen Praxis stammender Referenzrahmen für soziale Bedeutungen und der Anspruch auf dessen Anerkennung wird in der Öffentlichkeit gefordert. Dies ist zwar immer mit Konflikten und Gegenbewegungen verbunden, doch die Spannbreite an Identitätsmodellen erweitert sich stetig. Das umfasst ebenfalls alternative Lebensmodelle wie vegane Ernährung, alternative Beziehungsmodelle, usw.⁴²

Seit den 1970er Jahren findet, ebenfalls durch die theoretische Strömung des Postkolonialismus, eine sehr prozesshafte Dekonstruktion von einer Konstruktion des „Westens“ als Zentrum und einem entsprechend konstruierten „Rest“ als Peripherie statt. Edward Said⁴³ forderte, dass alle das Recht zu sprechen haben

⁴¹ Ebenda, S. 43.

⁴² Ebenda, S. 48–49.

⁴³ Edward William Said (1935 – 2003) war ein US-amerikanischer Literaturtheoretiker und -kritiker palästinensischer Herkunft.

sollten und somit auch das Recht haben, sich selbst ins Zentrum zu setzen. Bis heute gibt es hier aber noch viel Nachholbedarf um die Schuld gut zu machen. Dafür war zunächst das Ziel, eine Sprache und kulturelle Landschaft ohne hegemoniales Zentrum zu entwickeln. Homi K. Bhabha spricht von Hybridisierung der Kulturen und meint damit, dass die Kolonisierten nicht die Kultur übernehmen. Es geht hierbei auch nicht um einfaches Vermischen von Kulturen, sondern um strategische und selektive Aneignung von Bedeutungen. Es soll Raum geschaffen werden für Handelnde, deren Freiheit und Gleichheit gefährdet ist, damit diese einer von außen festgeschriebenen Marginalität etwas entgegensetzen können.⁴⁴

Diese Beispiele zeigen exemplarisch, dass sich bereits vor dem Aufkommen des Internets die Basis jener, die an Aushandlungsprozessen sozialer Bedeutungen teilnehmen, erweitert wurde. Auch die Kulturproduktion, sowohl amateurhaft als auch künstlerisch/professionell, leistete dazu ihren Beitrag. Bis ins späte 19. Jahrhundert lassen sich diese Tendenzen teilweise zurückverfolgen, dennoch – der große Aufschwung kam im letzten Drittel des 20. Jahrhunderts. Wie ich zu zeigen versuchte, spielt Digitalität dabei eine wesentliche Rolle. Sie stellte Techniken zur Verfügung, die es ermöglichten, dass sich größere Teile aller Gesellschaften aktiv in Aushandlungsprozessen beteiligen können⁴⁵ Wenn sich das Museum nun als Teil der Gesellschaft sieht, wie sollte es sich online beteiligen? Und wie soll es der Beteiligung der Massen gerecht werden?

„Wir müssen verstehen, dass technologische Strukturen eine Konsequenz von sozialen Entwicklungen sind und eine Form sozialen Ausdruckes.“⁴⁶

⁴⁴ Ebenda, S. 52–53.

⁴⁵ Ebenda, S. 58.

⁴⁶ Martin DEGE, Liquid Democracy, In: Mathias Denecke, Anne Ganzert, Isabell Otto, Robert Stock (Hg.), ReClaiming participation technology - mediation - collectivity, Bielefeld 2016, S. 169.

Formen der Digitalität und des Social Webs

Als kulturelle Formen der Digitalität definiert Stalder Referentialität, Gemeinschaftlichkeit und Algorithmizität – diese formalen Eigenschaften verleihen der Digitalität ihre spezifische Gestalt. Die Verweise der Referentialität erstellen Referenzsysteme um Wege durch die Unübersichtlichkeit zu finden. Der produktive Akt des Auswählens ist das neue Produzieren. Mittels Likes, Shares, Bookmarks, etc., wird Sichtbarkeit und Bedeutung geschaffen. Der geteilte und kulturelle Horizont wird durch Bestätigung und Erweiterung der Gemeinschaftlichkeit kleinerer Gruppen expandiert. Die Gemeinschaftlichkeit ist handlungsleitend und eine ermöglichende Ressource. Als Algorithmizität wird die Vorsortierung der Datenmengen auf ein menschliches Maß verstanden. Die Welt sei zu groß um wahrgenommen zu werden (Big Data⁴⁷) und somit werden die Algorithmen nicht als Bedrohung, sondern als Versprechen gesehen. Allerdings entstehen dadurch neue Formen der Macht, die mit Widersprüchen durchzogen sind.⁴⁸ In Bezug auf das Social Web lassen sich sechs zentrale Prinzipien ermitteln, auf denen die Grundkonfigurationen der aktuellen Internetpraxis gebildet werden: Individuumzentrierung, Integration, Transparenz, Selbstorganisation, Soziale Koppelung und Vernetzung.⁴⁹

⁴⁷ Datenmengen die zu groß, zu komplex und schwach strukturiert sind, werden als „Big Data“ bezeichnet. Das „Big“ bezieht sich auf *volume*, *velocity* und *variety*: Umfang, Datenvolumen, die Geschwindigkeit, mit der die Datenmengen generiert werden und zirkulieren, sowie die Bandbreite der Datentypen und -quellen. Referenz: Gartner IT Glossary: Big Data, <https://www.gartner.com/it-glossary/big-data> (Stand: 5.12.2018)

⁴⁸ Stalder, S. 95–97.

⁴⁹ Diese Prinzipien sind in verschiedenen Ausprägungsgraden in diversen Studien auszumachen:

Anja EBERSBACH, Markus GLASER, Richard HEIGL, Social Web, Konstanz 2011; Hajo HIPFNER, Bedeutung, Anwendungen und Einsatzpotenziale von Social Software. In Knut Hildebrand, Josefine Hofmann (Hg.): Social Software., Heidelberg 2006, S. 30–35.

1.4. Post-digitale Theorie

„Für mich gibt es keinen Unterschied zwischen einer Realität, die auf dieser [virtuellen] Ebene stattfindet und der sogenannten physischen Realität, das ist für mich absolut gleichwertig. – Hito Steyerl⁵⁰

Essentiell ist, dass das Digitale nicht das Physische ersetzt, sondern lediglich eine Erweiterung der Realität ist. Das Post-Digitale positioniert sich gegen das techno-positive Innovationsnarrativ, das oft mit den neuen Medien einhergeht. Die technische Faszination digitaler Geräte sei bereits historisch. Der Präfix „Post“ ruft aufgrund seiner fragwürdigen historisch-philosophischen Konnotationen kritische Reaktionen hervor, allerdings bedeutet es in diesem Fall natürlich nicht, dass das Digitale überwunden wurde. Ein technologischer Rückschritt ist aufgrund hoher wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Abhängigkeit nicht denkbar. Im Sinne von Post-Punk, Postkommunismus, Postfeminismus und Postkolonialismus, sowie weniger stark ausgeprägt Post-Apokalyptisch, wird impliziert, dass der jeweilige Diskurs weiterhin besteht, aber durch kritische Auseinandersetzung in anderer Art und Weise auftritt. Es werden damit subtil fortlaufende, kulturelle Veränderungen beschrieben. Der Postkolonialismus meint beispielsweise, dass die Gewaltgeschichte des Kolonialismus auch nach der Befreiung fortlebt, dass sie noch nicht überwunden ist und zugleich eine neue Form von Machtstrukturen aufweist, die zwar weniger offensichtlich, aber gleichermaßen weit verbreitet sind. In diesem Sinne spricht man beim Post-Digitalen vom Zustand nach der anfänglichen Digitalisierung und deren Auswirkungen auf technische Infrastrukturen, Märkte und Geopolitik. Im Fokus steht die Hybridisierung von „alten“ und „neuen“ Medien, beide Praktiken werden in Theorie und Praxis zusammengedacht. Der chaotische Zustand der Medien, Kunst und Design nach der Digitalisierung wird als post-digital gesehen. Bestehende Systeme werden auseinandergenommen und die ursprünglichen Intentionen des Designs werden somit zersetzt. Dies ist eine grundlegende Haltung der

⁵⁰ Hito STEYERL, „Die Realität hat sich erweitert, und ich folge ihr“ Ein Gespräch von Katja Kwastek, in: Postdigital 1: Allgegenwart und Unsichtbarkeit eines Phänomens. Kunstforum international, Bd. 242 hg. v. Franz THALMAIR, Köln 2016, S. 124.

post-digitalen Praktiken.⁵¹

Ein anderes Beispiel für post-digitale Praxis ist das Kollaborieren in Form von gemeinsam erarbeiteten Zines⁵² – dies sind Publikationen in kleinen Auflagen, die selbst verlegt werden. Meist fokussieren sich diese auf das politische bzw. kulturelle Interesse der Akteur*innen. Somit sind sie das Gegenteil der Post-Punk Zines der „golden Age“ der 1980er und 1990er Jahre. Diese waren meist hyper-individuell und die Persönlichkeitsplattform eines einzelnen Produzenten.⁵³ Als grundlegendes Merkmal der digitalen Kultur wird die Zusammenarbeit gesehen. Insofern diese hier anhand einer „analogen“ Praxis neu gelebt wird, wird sie als post-digitale Praxis verstanden – nicht aufgrund der Herstellung mittels digitaler Technologien, sondern weil sie Wesenszüge der Digitalität zur Grundlage hat.

⁵¹ Cramer, Florian: What is ‚Post-digital‘?, <http://www.aprja.net/what-is-post-digital/> (Stand: 16.09.2018)

⁵² Diese Zines werden unter anderem auf dem subkulturellen Blog fanzines.tumblr.com dokumentiert.

⁵³ Cramer, What is ‚Post-digital‘?

1.5. Museen im Social Net

” Museen haben erkannt, dass ihre Präsenz im Web neue Chancen bietet, das Museum als lebendigen Ort der Wissensproduktion zu positionieren, weit über den Bewerbungsgedanken für eine Ausstellung hinaus. – Annina Zwettler⁵⁴

Social Media für Museen ist ein unausgeglichener Hybrid aus Marketing und Bildungsauftrag. Die strategische Ausrichtung und Nutzung von Social Media, der Mix von Marketing und Vermittlung musealer Inhalte, liegt in der Position des dafür Verantwortlichen in der Institution. Über den Kommunikationskanal gehen mehrere Arbeitsbereiche des Museums ineinander über und eine Abstimmung mit allen Abteilungen ist in dieser Hinsicht notwendig. Diese Hybridität kann sinnbildlich für die Wesenszüge der Digitalität stehen.

Mit der mobilen Digitaltechnik kommt die Dimension der räumlich und zeitlich unabhängigen, universellen Verfügbarkeit von Bildern und Inhalten hinzu – dadurch kann das Museum seine Grenzen aufheben. Es ergeben sich neue Möglichkeiten und Herausforderungen im Umgang mit der Sammlung und den Besucher*innen für das Museum und für Ausstellungen. Durch die digitale Infrastruktur kann das Museum außerhalb seiner Architektur die Stadt- und Kulturlandschaft betreten.⁵⁵ Die Inhalte können auf diesem Weg auch Besucher*innen zugänglich gemacht werden, die anders nicht erreicht erreichbar sind, da sie die Informationen auch online abrufen können. Natürlich fehlt online die räumliche, zwischenmenschliche und leibliche Komponente der Öffentlichkeit, die vor Ort in Museen erfahrbar wird, doch gleichzeitig werden andere Barrieren überwunden. Interessent*innen ist es so möglich, einen Einblick in das Museum und deren Inhalte zu bekommen, ohne vor Ort sein zu müssen.

⁵⁴ Annina ZWETTLER, Wie Museen mit ihren Märkten kommunizieren, in: ARGE schnittpunkt (Hg.), Handbuch Ausstellungstheorie und -praxis, Wien 2013, S. 133.

⁵⁵ David, HELGE: Museen im Medienwandel: Der digitale Kurator (19.09.2012), <http://openmuseum.de/museen-im-medienwandel-der-digitale-kurator-2> (Stand: 01.06.2018)

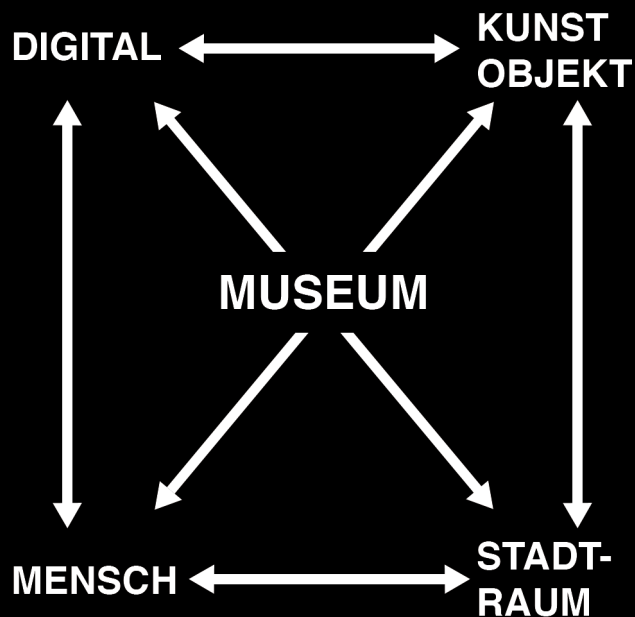


Abb. 4: Adaptiert von Helge

Relevante Inhalte und medial aufbereitete Geschichten können an verschiedenen Orten erzählt werden.⁵⁶ Social Media sind nicht nur gestaltete online Auftritte oder zusätzliche Marketingkanäle, um neue Zielgruppen zu erreichen. Durch diese änderte sich die Kommunikation mit Menschen, und wie sich deren Meinungen über Themen und Institutionen bilden. Durch direkte bzw. eher indirekte Kommunikation mit Personen online kommt eine neue Herausforderung hinzu.⁵⁷

Bereits Mitte des 20. Jahrhunderts ging das erste Social Network online⁵⁸: Das erste öffentliche Bulletin Board ging im Februar 1978 live und war trotz der hohen Teilnahmekosten ein Schritt in die Richtung von Plattformen wie Twitter.⁵⁹ Die aktuell bekanntesten und meist genutzten sozialen Netzwerke sind Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram und Twitter. Facebook wurde am 4. Februar 2004 von Mark Zuckerberg erstellt, damit das Lehrpersonal und die Studenten der Harvard Universität ihre Profile miteinander teilen können. Später wurde es für mehrere Universitäten geöffnet und im September 2006 konnte sich jeder per Email Adresse registrieren. Seitdem erweiterte sich das Angebot der Website, die sich über Werbeeinnahmen finanziert und fällt damit nach Nick Snricek in die Kategorie der advertising platforms.⁶⁰

⁵⁶ Ebenda.

⁵⁷ Mirko LANGE, Social Media auf dem Weg zur Professionalisierung, in: Lars DÖRFEL, Theresa SCHULZ (Hg.), Social Media in der Unternehmenskommunikation, Berlin 2011, S. 65.

⁵⁸ ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network der Vereinigten Staaten) entwickelte im Rahmen eines Projekts des Verteidigungsministerium, ein Netzwerk bei dem Universitäten über ein Proto-Internet verbunden wurden. Im Jahr 1969 erreichte die erste Nachricht das Stanford Research Institute. (Quelle: s.u.)

⁵⁹ Riese, Monica: The definitive history of social media (12.09.2016), <https://www.dailydot.com/debug/history-of-social-media/> (Stand: 01.06.2018)

⁶⁰ Nick SNRICEK, Platform Capitalism, Cambridge 2017, S. 46.

Snricek unterteilt Plattformen in fünf Kategorien: advertising (Google, Facebook; Prozess der Datenanalyse wird den Werbetreibenden als Produkt verkauft), cloud (AWS, Salesforce; besitzen die hardware & software, die digitale Unternehmen benötigen und vermieten diesen Space), industrial (GE, Siemens; bauen die Hard- & Software), product (Rolls Royce, Spotify; Einnahmen aus Plattformen die traditionelle Produkte in einen Service verwandeln und durch die Abonnements ihre Einnahmen schöpfen) und lean (Uber, AirBnb; versuchen so wenig Angebote wie möglich selbst zu besitzen und bieten die Infrastruktur für andere).

Der Netzwerk-Effekt bewirkt folgendes: Umso mehr Benutzer*innen die jeweilige Plattform nutzen, umso wertvoller wird die Plattform für die User*innen und den Markt. Srnicek stellt die These auf, dass ein neuer Monopol Kapitalismus entstehen könnte: Die Plattformen sind nicht nur Inhaber*innen von Informationen, sondern sie werden die Inhaber*innen der Infrastruktur der Gesellschaft.⁶¹ So lässt sich beispielsweise über die chinesische Plattform Weibo bereits von Nachrichten an Freund*innen, bis zu Kontoüberweisungen und Lebensmitteleinkäufe, alles abwickeln ohne die App ein einziges Mal verlassen zu müssen. Somit werden immer mehr Daten gesammelt und die User*innen gehen nicht an andere Plattformen verloren. Das Open Web könnte sich dadurch zu geschlossenen digitalen Infrastrukturen entwickeln, die das Internet in Fragmente der jeweiligen Plattformen teilt.⁶² Inwiefern definieren diese Plattformen das gesellschaftliche Zusammenleben, wenn sie die Infrastruktur innehaben?

» Gates wurde in wenigen Jahrzehnten der reichste Mann [...], indem er Millionen von Geistesarbeitern gestattete, an der neuen Form des ‚general intellect‘ teilzuhaben, den er privatisiert hat und kontrolliert. Stimmt es dann, dass die Geistesarbeiter von heute nicht mehr länger von den objektiven Bedingungen ihrer Arbeit abgeschnitten sind (ihr PC gehört ihnen usw.), wie Marx‘ Beschreibung der kapitalistischen ‚Entfremdung‘ lautet? Ja, aber viel grundlegender: nein! Sie sind vom sozialen Feld ihrer Arbeit abgeschnitten, von einem ‚general intellect‘, der nicht durch privates Kapital vermittelt ist.⁶³

Facebook änderte sein Mission Statement 2017 dazu, Menschen die Macht zu geben, eine Gemeinschaft zu gründen und die Welt einander näher zu bringen und klingt etwas pathetisch und verstohlen: „To give people the power to

build community and bring the world closer together.“⁶⁴ Entstehen durch das Gründen von virtuellen Gemeinschaften auch online gesellschaftliche Räume, die sich auch in der „physischen“ Welt manifestieren können? Können Social Networks als digitale Contact Zone gedeutet werden? In den 90er Jahren prägten die Theoretiker James Clifford und Mary Louise Pratt den Begriff: „Clifford definiert Museen als Kontaktzonen, als gesellschaftliche Räume, in denen unterschiedliche soziale und kulturelle Positionen aufeinandertreffen und miteinander täglich auskommen müssen und verhandelt werden.“⁶⁵ Wird der digitale Raum von dem Museum als Ort der Auseinandersetzung wahrgenommen? Stalder sieht Kultur als Prozess täglicher sozialer Ausverhandlungen, die durch das Internet und Social Networks beschleunigt und hybrider wurden. Doch ist Handlungsmacht online tatsächlich möglich? In welchen Machtgefügen sind die User*innen eingebettet?

⁶¹ Ebenda, S. 94

⁶² Ebenda, S. 112–113.

⁶³ Friedrich ENGELS, Karl MARX, Slavoj ŽIŽEK, Das Kommunistische Manifest. Die verspätete Aktualität des Kommunistischen Manifests, Frankfurt am Main 2018, S. 15.

⁶⁴ The Facebook Page - Info, <https://www.facebook.com/pg/facebook/about/> (Stand: 01.06.2018) (Stand: 01.06.2018)

⁶⁵ James CLIFFORD, Museums as contact zones. In: ders. Routes: Travel and Translation in the late twentieth century, Cambridge, Massachusetts 1997, S. 188–219.

1.6. Möglichkeiten und Grenzen der Partizipation

*Wie veränderte sich gesellschaftliche und politische Partizipation durch die Digitalisierung? Ist politische Teilhabe online möglich? Über welche Macht verfügen Plattformen? Welche Handlungs- und Wirkungsmacht haben User*innen? Was sind die Grenzen des Digitalen?*

„Ein Individuum braucht, um politisch zu wirken, ein Gleichgewicht, ein Hin und Her zwischen der hellen, oft harten Exponiertheit öffentlicher Tätigkeit und der geschützten, abgeschirmten Sphäre des häuslichen oder privaten Lebens, von Hannah Arendt „die Dunkelheit des Verborgenen und Geborgenen“ genannt. Sie spricht auch von „Zwielicht, das unser intimes Privatleben erhellt.“ Ohne diesen Raum oder diese Zeit der Privatheit, abseits vom „blendenden, unerbittlichen Licht, das aus der Öffentlichkeit strahlt“, gäbe es keine Möglichkeit, eine besondere Identität zu entwickeln, ein eigenes Ich, das einen substantiellen Beitrag zu den Diskussionen Gemeinwohl zu liefern vermag.⁶⁶

Das „blendende, unerbittliche Licht, das aus der Öffentlichkeit strahlt“⁶⁷ erinnert an das blendende Licht der Screens, das auf unsere Gesichter scheint. Crary schreibt, dass es kein böses „Erwachen“ geben kann, wenn ständig alles hell ist. Durch die permanente Ablenkung und die unzähligen emotionalen Micro-Erfahrungen⁶⁸, sowie die Einladungen von Plattformen zur Partizipation und dadurch scheinbar selbstbestimmtes Handeln der Nutzer*innen, fehlt die notwendige Distanz um das System in Frage zu stellen. Denn während die Nutzer*innen innerhalb von Plattformen zur Partizipation eingeladen werden und innerhalb sozialer Netzwerke sich immer mehr Akteur*innen an sozialen und kulturellen Bedeutungen beteiligen können, werden die grundlegenden strukturellen Entscheidungen im Hintergrund gefällt. Die Leiter*innen der Plattformen

⁶⁶ Jonathan CRARY, *24/7 Schlaflos im Spätkapitalismus*, Berlin 2014, S. 24.

⁶⁷ Ebenda.

⁶⁸ Dominic PETTMAN, *Infinite Distraction*, Cambridge 2016.

entscheiden über Millionen von Menschen hinweg, ohne dass diese darüber informiert werden. So wurden bereits bei den Wahlen in den Vereinigten Staaten 2010 gezielt Nachrichten versendet, um User zu mobilisieren und deren Wahlverhalten zu beeinflussen.

Zudem ist die fortschreitende Fragmentierung ein ernsthaftes Problem, das mit der neuen Veröffentlichungsgesellschaft auftritt. Durch die Massen an individuellen Beiträgen ist es zwar möglich, dass jeder an Diskussionen teilnehmen kann und dadurch die Möglichkeit besteht, wahrgenommen zu werden, aber es besteht zugleich die Gefahr, dass keiner tatsächlich gehört wird, während viele andere keine Öffentlichkeit erlangen. Das Individuum droht unterzugehen, denn das Publizieren wird zu einer radikal privaten Angelegenheit und verliert so seinen öffentlichen Anspruch.⁶⁹

Wie können wir akkurat handeln, wenn uns politischer und gesellschaftlicher Wandel ein Anliegen ist?

Ein zentrales Anliegen in den Cultural Studies und feministischen Theorien ist es, das Beziehungsgeflecht zwischen Medien und handlungsfähigen Subjekt zu erforschen. Rosalind Gill⁷⁰ denkt, dass die größte Herausforderung für kritische Forschung in dem Geflecht von Medien, Gewalt und Handlungsmacht darin liegt, die Beziehungen zwischen den Veränderungen im politischen und soziokulturellen Bereich zu untersuchen, sowie die Art und Weise, wie Selbstverständnis und Subjektivität erfahren werden. Macht und Ideologie werden in diesen Beziehungen wirksam und gleichzeitig handlungsfähig.⁷¹

Richard Johnson sieht die Betonung auf den historischen Formen der Subjektivität auf die aktive Teilhabe der Subjekte an ihrem eigenen Subjektivierungsprozesses.⁷² Dieser findet immer innerhalb spezifischer gesellschaftlicher Normen

⁶⁹ Mercedes BUNZ, *Die stille Revolution*, Berlin 2012, S. 101.

⁷⁰ Rosalind GILL, *Culture and Subjectivity in Neoliberal and Postfeminist Times*, in: *Subjectivity*, Nr. 25, 2008.

⁷¹ Brigitte HIPFL, *Medien – Gewalt – Handlungsmacht*, in: Josef BARLA (Hg.), *Gewalt und Handlungsmacht: queer_feministische Perspektiven*, Frankfurt am Main 2012, S.133.

⁷² Richard JOHNSON, *Was sind eigentlich Cultural Studies?*, in: Roger BROMLEY, Udo GÖTTLICH, Carsten WINTER (Hg.), *Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung*,

statt. Subjektivität wird dabei nicht als selbstverständlich gesehen, sondern als etwas, das in und durch gesellschaftliche Praktiken produziert wird. Dies umfasst nicht nur das eigene Selbstverständnis, sondern auch materielle, körperliche Aspekte, wie etwa die Formung des Körpers und des sexuellen Begehrens. Die Kombination von kulturalistischem und strukturalistischem Denken in den Cultural Studies beleuchtet strukturelle Bedingungen und Machtverhältnisse, sowie die Handlungsfähigkeit der Menschen und ihr Potenzial zu widerständigen Aktionen.⁷³

Der Begriff der Partizipation im Museum unterscheidet sich von der Interaktion und Kommunikation dadurch, dass die Partizipation ermöglichen soll, dass Besucher*innen mit ihren Handlungen einen tatsächlichen Einfluss auf das Museum nehmen können.⁷⁴ In den Politikwissenschaften wird der Begriff unterschiedlich definiert. Grundlegend ist, dass der wissenschaftliche Partizipationsbegriff von den historischen Entwicklungen politischer Beteiligung abhängt.⁷⁵ Ende der 1970er Jahre wurde in einer „Political-Action-Studie“ erstmals zwischen unkonventioneller und konventioneller, sowie zwischen legaler und illegaler Partizipation unterschieden.⁷⁶ Seit den 2000er Jahren wird in der Forschung unter dem Begriff „politische Partizipation“ ein breites Feld verstanden: „von Lesen von Zeitungen, der Ausübung des passiven Wahlrechts, Häuserbesetzungen bis zur Annahme eines politischen Mandats.“⁷⁷ In der Mainstream Partizipationsforschung entwickelte sich der Begriff von Partizipation bei Wahlen und in Parteien hin zu Partizipation in Wahlen, in Parteien, Demonstrationen und Bürgerinitiativen mit politischer Intention der Agierenden. Die genderorientierte/ feministische Partizipationsforschung geht von den Frauenbewegungen in den 1970er Jahren aus („Das Private ist Politisch“) und entwickelte sich dazu,

Lüneburg 1999, S. 143–145.

⁷³ Hipfl, S. 134.

⁷⁴ Jaschke, Sternfeld, Zwischen/Räume der Partizipation, S. 168.

⁷⁵ Geißel, Brigitte; Penrose, Virginia: Dynamiken der politischen Partizipation und Partizipationsforschung (09.2003), https://www.fu-berlin.de/sites/gpo/pol_sys/partizipation/Dynamiken_der_politischen_Partizipation/geissel_penrose.pdf (Stand: 6.12.2018)

⁷⁶ Samuel H. BARNES, Max KAASE, Political Action. Mass Participation in Five Western Democracies, Beverly Hills 1979.

⁷⁷ Geißel, Penrose: Dynamiken der politischen Partizipation, 2003.

dass Grenzen zwischen politischer und sozialer Partizipation als fließend gesehen werden. Politische Intention der Agierenden sei nicht nötig.⁷⁸

Es stellt sich die Frage, ob Museumsbesucher*innen im Sinne der Partizipation dazu erbaut werden sollten, Verantwortung über ihr Handeln zu übernehmen und sie im Sinne der Solidarität mit ihren Handlungen Einfluss auf die Gesellschaft nehmen, um gemeinsam einen „positiven“ Wandel anzuregen? Die Kurator*Innen fördern diese Handlung und erweitern den Dienst des Museums, um sich einem gesamtgesellschaftlichen Zweck zu widmen. Dabei begegnen sich Kurator*innen, Vermittler*innen und Besucher*innen auf Augenhöhe, damit jeder voneinander lernen kann. Es wird nicht nur die Veränderung der musealen Praxis, sondern die der Gesellschaft angestrebt. Denn Kultur findet selbstverständlich nicht nur im Museum statt, sondern ist in der Gesellschaft und in täglichen Auseinandersetzungen eingebettet. Wie kann sich das Museum in diese einschreiben?

⁷⁸ Ebenda.

1.7. Online Handeln

Wendet man den Zugang aus Kapitel 1.6. auf Medien an, wird der erste Ansatzpunkt im Verständnis von Kultur als ein Feld „in dem Macht produziert und um sie gerungen wird“⁷⁹ interpretiert. Laut Johnson geht es in den Cultural Studies nicht um die Medieninhalte an sich, sondern um „das gesellschaftliche Leben subjektiver Formen in jedem Augenblick ihrer Zirkulation.“⁸⁰ Konkret ist eine kritische Analyse der medialen Repräsentation notwendig, symbolische Formen, mit denen Bedeutungen konstruiert werden, müssen genauer in den Blick genommen werden. Mit den jeweils spezifischen Darstellungs- und Narrationsweisen, Kategorien, Begriffen und Bildern kommen die jeweiligen Diskurse zum Ausdruck. Nach dem Verständnis von Michel Foucault bilden „Diskurse die historisch-spezifischen Ordnungen des Denkbaren und Sagbaren, die wiederum systematisch die Gegenstände bilden, von denen sie sprechen. Diskurse bilden Räume von Regeln und Beziehungen, die spezifische Möglichkeiten von Subjektivität, so genannte Subjektpositionen, hervorbringen.“⁸¹

Heidenreich⁸² stellt sich in ihrem Beitrag zur Publikation „Kunst. Theorie. Aktivismus.“ der Frage, was das Politische sein kann oder sein soll und ist sich den momentanen Aushandlungen der Frage nach dem Begriff des Politischen und was politisch ist, bewusst. Das Politische sollte gerade produktiv von den Kämpfen – vor allem irregulärer, illegalisierter Migration – her gedacht werden. Die Herkunftspositionen sind dabei relevant, sowie auch die Differenz für die Frage wie Aktivismus, Theorie und Kunst gedacht werden. Hierbei kommt man immer zurück zu den Fragen: Wer spricht? Wer wird gehört? Wer wird gesehen, wie und was wird übersehen?⁸³

⁷⁹ GROSSBERG, 1999, S. 48.

⁸⁰ Richard JOHNSON, Was sind eigentlich Cultural Studies?, in: Roger BROMLEY, Udo GÖTLICH, Carsten WINTER (Hg.), Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung, Lüneburg 1999, S. 139–188.

⁸¹ Brigitte HIPFL, Medien – Gewalt – Handlungsmacht, in: Josef BARLA (Hg.), Gewalt und Handlungsmacht: queer_feministische Perspektiven, Frankfurt am Main 2012, S.134–135.

⁸² Nanna Heidenreich ist Medienkulturwissenschaftlerin, seit 2016 Professorin für Digital Narratives – Theory an der ifs internationale filmschule köln und zudem Kuratorin (Film, Video/Kunst, sowie politische Interventionen)

⁸³ Nanna HEIDENREICH, Die Perspektiven der Migration aufzeichnen/einnehmen/aus-

Mit der Nutzung des politischen Potenzials der digitalen Öffentlichkeit geht eine grundlegende Schwierigkeit einher: ihre Virtualität. Lediglich den „Gefällt mir Button“ eines sozialen Anliegens oder politischen Protests zu klicken reicht nicht für eine Revolution. Für reale politische Aktivität reicht es nicht aus, nur das Gefühl zu haben, sich einer guten Sache zu verschreiben. Reales Engagement ist für „Clicktivist:innen“ unverzichtbar, um einen Effekt zu erzeugen. Allerdings sind reale Auswirkungen und Einflussnahmen durch virtuelle Handlungen auch tatsächlich möglich, wie beim arabischen Frühling deutlich wurde. Digitale Plattformen sind ideal für die Organisation und Leitung demokratischer Proteste.⁸⁴

stellen/aktivieren., in: Alexander FLEISCHMANN, Doris GUTH (Hg.), Kunst. Theorie. Aktivismus. Emanzipatorische Perspektiven auf Ungleichheit und Diskriminierung, Bielefeld 2015, S. 116–117.

⁸⁴ Mercedes BUNZ, Die stille Revolution, Berlin 2012, S. 144.

Dank Plattformen wie Twitter und Facebook wurde aus politischer Empörung und dem Traum von einem besseren Leben eine protestierende Menge auf dem Tahrir-Platz in Kairo während der Revolution in Ägypten seit Ende 2010.

1.8. Visuelle Kommunikation

Unter dem Kunstwort „Kommunikologie“ verstand der Medienphilosoph und Kommunikationswissenschaftler Vilém Flusser die Lehre der menschlichen Kommunikation. Er geht davon aus, dass Symbole unser Weltbild prägen und wir mit diesen kommunizieren. Codes strukturieren unsere Welt und beeinflussen das Denken, Fühlen und Wollen.⁸⁵ Dürnberger fasst dies beispielhaft zusammen: „Ein Mensch, der die Welt in Bildern darstellt und begreift und für dieses Begreifen und Abbilden nur Bilder zur Verfügung hat, nimmt die Welt anders wahr als ein Mensch, der sie anhand von Schrift beschreibt.“⁸⁶ Durch das Aufkommen digitaler Kommunikationsmittel im letzten Jahrhundert hat sich auch unsere Art zu kommunizieren grundlegend verändert.

Flusser gliedert die Entwicklung der Kommunikation in drei Abschnitte: der früheste Code in der Vorgeschichte war das Bild und wurde schließlich von der Schrift abgelöst und letztendlich von Technobildern.⁸⁷

Ein grundlegender Aspekt seiner Theorie ist, dass die Struktur der Codes unser Denken bestimmt, da Bilder anders erfasst werden als Texte. Während ein Text linear erlesen wird (z.B. von links nach rechts), wird ein Bild zuerst in seiner Gesamtheit als Szene erfasst, weitere Details folgen erst beim genaueren Betrachten. Die Botschaft steht somit sofort zur Verfügung.⁸⁸ Der Text hingegen listet seine Symbole nacheinander auf und weist somit eine „und dann“ Struktur auf. Laut Flusser wird nach der Textstruktur daher die Welt als Prozess wahrgenommen: es könnte eine Frage nach einem „Zuerst“ und einem „Danach“ gestellt werden und somit nach Ursache und Wirkung in Bezug auf Geschehnisse ermittelt, du hast im nächsten Satz gefragt werden. Um den Prozess zu verstehen, muss erst nach der Ursache gefragt werden. Piktoral geprägte Menschen hätten sich diese Fragen nicht gestellt – sie sahen die Welt quasi als Szene, die sofort gesamt erfassbar war und nicht im Lesefluss, dem Prozess, erfahren werden

musste.⁸⁹

Flusser beschreibt dies so: „Erst wenn man Zeilen schreibt, kann man logisch denken, kalkulieren, kritisieren, wissenschaftlich arbeiten, philosophieren – und entsprechend handeln.“⁹⁰ Er geht mit dem Einzug der Technobilder von einem Verfall der Schriftkultur aus, und Dürnberger ahnt die Gefahr, dass Menschen durch die Ablösung der Schrift durch die Technobilder, wieder in weniger reflektierte Denkstrukturen zurückfallen könnten. Dürnberger bemerkt in seiner Diplomarbeit, dass nun die entscheidende Frage offen bleibt, welche Denkstrukturen sich in einer Zeit entwickeln, die wieder stark piktoral geprägt ist.⁹¹ Als Technobilder werden nach Flusser nicht nur Fotografie und Film verstanden, sondern auch Diagramme, Kurven, Verkehrszeichen oder Statistiken. Diese verweisen nicht wie ein Bild auf ein Abbild, sondern auf einen Text. Er geht auch davon aus, dass es sich bei dieser neuen Bildform nicht nur um technische Innovationen handelt, sondern auch um eine Umstrukturierung der Codes und dessen, wie wir die Welt wahrnehmen. Flusser kritisiert, dass wir zwar in der Lage sind, technisch mit den neuen Bildern umzugehen, aber das Potential der neuen Codes noch nicht nutzen.⁹²

In Bezug auf politische Filme kritisiert Heidenreich, dass die Videoarbeiten oft zu wenig kritisch reflektiert werden. Aufgrund des Videoaktivismus seit Mitte des 20. Jahrhunderts nimmt man an, mit dem Video wäre das Politische schon realisiert – aber eigentlich wird es oft nur dokumentiert. Dabei wird nicht weiter nachgedacht, wie durch die Kamera ein politisches Subjekt gebildet werden kann. Heidenreich behauptet, dass es ein Defizit hinsichtlich der Reflexion der bildpolitischen Praxis gäbe. Die Befragung auf die jeweilige repräsentationspolitische Haltung ist zwar üblich, aber wenig darüber hinaus. Es bleibt oft offen, wie die eigene politische Praxis auch mit und im Bild und Ton manifestiert werden kann und wie der Prozess der politischen Subjektbildung mit der Kamera erfolgt.⁹³

⁸⁵ Vilém FLUSSER, *Kommunikologie*, Frankfurt am Main 2000, S. 242.

⁸⁶ Christian DÜRNBERGER, *Denken im Umbruch der Symbole. Karl' Jaspers' Begriff der Achsenzeit in einer kommunikationsphilosophischen Interpretation nach Vilém Flusser*. Diplomarbeit der Universität Wien 2006, S. 47.

⁸⁷ Vgl. Ebenda, S. 51.

⁸⁸ Vgl. Ebenda, S. 58.

⁸⁹ Vgl. Ebenda, S. 65.

⁹⁰ Vilém FLUSSER, *Die Schrift. Hat schreiben Zukunft?* Götting 2002, S. 11.

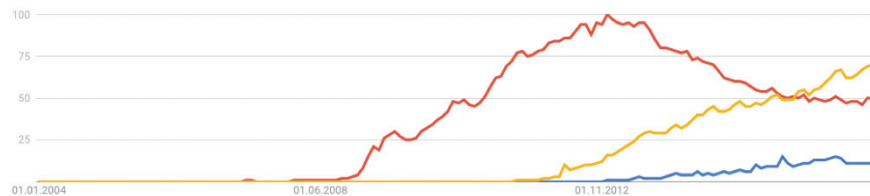
⁹¹ Vgl. Dürnberger, S. 77.

⁹² Vgl. Flusser 2000, S. 103.

⁹³ Heidenreich, *Kunst. Theorie. Aktivismus.*, S. 119.

Im Kontext der Social Networks, vor allem anhand der Entwicklung der letzten Jahre, lässt sich Flussers Theorie des Verfalls der Schriftkultur ablesen. Stellt man die sinkenden Nutzer*innen von Twitter dem Aufstieg von Instagram und Snapchat gegenüber, werden die Parallelen deutlich. Während Twitter eine Plattform ist, bei der sich Nutzer kurze schriftliche Beiträge die auf 140 Zeichen begrenzt sind posten, stehen bei Instagram und Snapchat vor allem die Bilder im Vordergrund. Bei Snapchat wird meist auf Text komplett verzichtet.

Die sofortige Erfassung von Bildern als Szene – wie Flusser sie mit dem linearen Prozess der Schrift vergleicht – passt zu der Schnelllebigkeit unserer Zeit, die durch die Digitalisierung geprägt ist. Wissen und Informationen sind jederzeit über das Internet und mobile Zugänge für breite Massen in Sekundenschnelle verfügbar. Dies schafft ein neues Selbstverständnis für Schnelligkeit der Nutzer der neuen Medien: Nachrichten, die in möglichst kurzer Zeit erstellt und entschlüsselt werden sollen, werden am einfachsten durch die Kommunikation mit Bildern erstellt. Wie man bei der aktuellen Entwicklung der Apps Twitter, Instagram und Snapchat sehen kann, ist es eindeutig, dass die Apps, deren Fokus auf visueller Kommunikation liegt, deutlich aufsteigen. Dadurch bekommt die Kommunikation durch Bilder einen höheren Stellenwert im Leben.



Vergleich des Interesse an Apps im zeitlichen Verlauf:
Twitter (rot), Instagram (gelb) und Snapchat (blau)

Abb. 5: Google Trends⁹⁴

⁹⁴ "Die Werte geben das Suchinteresse relativ zum höchsten Punkt im Diagramm für die ausgewählte Region im festgelegten Zeitraum an. Der Wert 100 steht für die höchste Beliebtheit dieses Suchbegriffs. Der Wert 50 bedeutet, dass der Begriff halb so beliebt war und der Wert 0 entspricht einer Beliebtheit von weniger als 1 % im Vergleich zum Höchstwert." trends.google.com, Februar 2016.

Die Stagnation des Mitgliederwachstum von Snapchat im vierten Quartal 2016 ist auf zu gleichwertige Funktionen bei Instagram Stories zurückzuführen, mit denen Snapchat viele User abgeworben wurden. Die Innovation bei Snapchat war, dass die Bild Postings nicht gespeichert wurden und somit der normalen zwischenmenschlichen Kommunikation – im Vergleich zu allen anderen Social Media Kanälen – näher kam. Alle Momente, die online geteilt werden, sind einmalig, vergänglich und nicht wieder aufrufbar. Zudem sind diese Beiträge frei von dem Wertungssystem, da keine Likes abgegeben werden können und öffentlich nicht einsehbar ist, wer diese gesehen hat – somit schaffen sich die Nutzer wieder mehr Privatsphäre. Dieses Konzept hat Instagram übernommen und als Erweiterung zu den üblichen Funktionen bei der App integriert.

Meines Erachtens ist die Globalisierung und die digitale Vernetzung mitunter ein wichtiger Grund, warum Kommunikation im Netz zunehmend durch Bilder erfolgt. Bilder bedienen sich keiner Worte und sind dadurch nicht im selben Maße wie Textinhalte Sprachbarrieren unterworfen. Mittels der beschleunigten Infrastruktur des Internets können sie breiter im Netz zirkulieren. Zuseher*innen sehen sehr unterschiedliche Inhalte, doch es ist möglich über das eigene Umfeld hinweg Inhalte zu beziehen. Es bedarf keiner gesprochenen bzw. geschriebenen Sprache, die nur einer Gruppe vorbehalten wäre. Somit sind die Botschaften, die über Bilder vermittelt werden, über visuelle Codes bis zu einem gewissen Grad international deutbar. Spezifische kulturelle Codes können aufgrund großer Unterschiede zwischen den Lebenswelten zu verschiedenen Interpretationen führen. Insofern ist es für das Museum wichtig, mittels spezifisch für Social Media aufbereiteten Bildern mit den Besucher*innen online zu kommunizieren. Doch wie kann die Auswahl digitaler Werke und das Bereitstellen von Inhalten nicht nur bereits stattgefunden (politische) Akte abbilden, sondern stattdessen die eigene Praxis und die eigenen Werte visuell vermitteln und auch kritisch hinterfragen?

1.9. Digitale Photographien als Handlungsraum

» Bilder sind keine Abbildungen existierender Zustände, sondern Knotenpunkte aus Energie und Materie, die zwischen verschiedenen Trägermaterialien migrieren und dabei Menschen, Landschaften, Politik und soziale Systeme formen. – Hito Steyerl⁹⁵

Auch Georg Eckmayr beschreibt das digitale photographische Bild „nicht [als] Objekt, sondern Knotenpunkt, ephemeres Zentrum, innerhalb einer vernetzten Umgebung“.⁹⁶ Er untersucht in seiner Diplomarbeit digitale photographische Bilder als politische Handlungsräume. Theorien von Bildobjekt zum Bild als Raum, digitale Bilder als begriffliche Strukturen und individuelle Reflexionsräume, die affektive Bildwirkung und Information, sind dafür relevant. Einerseits verweist die digitale Photographie als Handlungsraum auf Ereignisse und Fakten (Dokumentcharakter), andererseits auch auf individuelle Erfahrungsebene der teilnehmenden Subjekte (individuelle Reflexionsraum).⁹⁷

Anschließend an das vorherige Kapitel und Flussers Theorie werden photographischen Abbildungen neue Funktionen zugeschrieben. Sie werden in persönliche Gespräche integriert und dienen nicht mehr nur dokumentarisch als visuelle Belege. Sie sind visuelle Kommentare, kleine Hinweise die nur in Bezug auf die gerade stattfindende Kommunikation Bedeutung erhält. Für die Bedeutungsbildung sind in diesem Fall die Autor*Innenschaft, sowie die Umstände der Entstehung, weniger relevant. Für den Bezug zur Position im aktuellen Gespräch geht es vielmehr um die pure visuelle Oberfläche.⁹⁸ In Themenausstellungen mit Positionen zeitgenössischer Kunst werden die Werke auch oft entwendet, um auf ein Thema aufmerksam zu machen bzw. in Kombination mit

anderen Werken einen Sachverhalt zu vermitteln. In diesem Fall ist die Produktion und der/die Autor*In des Werkes nebensächlich, während der Inhalt des Werks, der im Bezug zum Thema der Ausstellung steht, manchmal allzu vordergründig ist und – das ist wiederum die Chance – im Kontext der Ausstellung neue Bedeutung erhalten kann.

Zurück vom physischen Ausstellungsraum in den virtuellen Raum: auch hier stellt sich die Frage nach dem emanzipatorischen Potential von (digitalen photographischen) Bildern. „In digitalen Umgebungen kann der Affekt, den Bilder auslösen auch direkt ins Handeln münden“, meint Eckmayr und beschäftigt sich kritisch mit den Bedingungen des Handlungsraumes. Seine Arbeit beschäftigt sich nicht mit der Ästhetik dieser Bilder, vielmehr soll das Verhältnis von Ansehen und Handeln in digitalen Umgebungen untersucht werden.⁹⁹ Ausgangspunkt für die These zum digitalen Bild als Handlungsraum ist, dass Bilder auf Screens – anders als bei Fernsehgeräten – nicht nur gesehen, sondern auch bearbeitet werden können.¹⁰⁰ Der Handlungsraum bezieht sich dabei vor allem auf zwei Techniken der Handhabung digitaler Bilder. Zum einen die digitale Bildbearbeitung und zum anderen die digitalen Verbreitungsmöglichkeiten und das damit verbundene Entstehen von Bedeutungsketten.¹⁰¹ Vor allem der letzte Punkt ist für diese Arbeit relevant, da durch das Zirkulieren von Botschaften durch Social Networks aktivistisches Potential steckt.

Bilder sollten, nicht nur technisch, sondern gleichzeitig als kontinuierlich und begrifflich strukturiert, begriffen werden. Dabei sei das „Dilemma aller Bilder“, dass der „Schauwert nicht dem Informationsgehalt und dem damit verbundenen Wirklichkeitsanspruch entspricht“. Ohne verallgemeinern zu wollen, können starke Bildkompositionen intensivere affektive Reaktionen hervorrufen und einen größeren Handlungsraum ermöglichen, während mehr Informationsgehalt weniger stark affektiv wirkt. Zwischen dem Bezugsrahmen der Bedeutungsbildung der beiden Aspekte der affektiven Wirkung und dem faktischen Informationsgehalt, d.h. ob die Photographie Informationen liefert, die als Grundlage einer Handlung dienen können, liegt der Kurzschluss unaufmerk-

⁹⁵ Hito STEYERL, in: Katja KWASTEK, Wir sind nie Digital gewesen, in: Postdigital 1: Allgegenwart und Unsichtbarkeit eines Phänomens. Kunstforum international, Bd. 242 hg. v. Franz THALMAIR, Köln 2016, S. 75.

⁹⁶ Georg ECKMAYR, Technische Bilder: politisches Potential, Schaulust, und Handlungsraum: vom Ansehen zum Handeln: ein Entwurf einer aufs Handeln gerichteten Ästhetik digitaler photographischer Bilder in vernetzten Umgebungen, Dissertation Universität für angewandte Kunst Wien, Wien 2016, S. 30

⁹⁷ Ebenda, S. 11.

⁹⁸ Ebenda, S. 13.

⁹⁹ Ebenda, S. 22.

¹⁰⁰ Ebenda, S. 17.

¹⁰¹ Ebenda, S. 24.

samer Beobachter. Oft wird dieses pathetische Potential photographischer Bilder instrumentalisiert. Für eine kritische Analyse muss „die Vielschichtigkeit zwischen individuellen Wirkungen und öffentlichen Bezügen miteinbezogen werden“, sowie die „vermeintlichen Gegensätze zwischen Affekt und Handeln aufgehoben werden“.¹⁰²

¹⁰² Ebenda, S. 25–26.

Wwie

Wie?

2.1. Kultureller Organisationswandel

„Unternehmen müssen verstehen, dass Social Media ein Kultur- und kein Technikwandel ist, der es erlaubt, Beziehungen besser, schneller und unabhängig von Zeit und Raum zu pflegen. – Ergin IYILIKCI, Jan-Paul SCHMIDT¹⁰³

Da sich durch das Internet unsere Realität um eine virtuelle Ebene erweitert hat, ist Social Media nicht nur ein technisches, sondern vor allem auch ein kulturelles Thema. Dies stellt Institutionen und Organisationen vor große Herausforderungen, da Social Media und die institutionellen Mission Statements oft (noch) nicht kompatibel sind. Es treffen häufig klassische Medienstrukturen, proprietäres Wissen, strenge Hierarchien, lange Freigabeprozesse und Top Down-Kommunikation auf Peer-to-peer, Transparenz, Echtzeit, Dialog und Partizipation.¹⁰⁴ Aber wie demokratisch sind die neuen Diskurse der Partizipation in Unternehmen? Und wie sehr zielen sie demgegenüber vielmehr auf Ökonomisierung von Partizipation?

Das Thema „Institutionelle Strukturen demokratisieren“ wurde auch im Rah-

¹⁰³ Ergin IYILIKCI, Jan-Paul SCHMIDT, Kultureller und struktureller Wandel durch Social Media, in: Lars DÖRFEL, Theresa SCHULZ (Hg.), Social Media in der Unternehmenskommunikation, Berlin 2011, S. 79.

¹⁰⁴ Ebenda, S. 78.

men der Ausstellung „FUTURE Undone“ behandelt. Eine Versuchsanordnung über die Zukunft des Museums und das Museum der Zukunft.¹⁰⁵ thematisiert. Es wurde über interne Strukturen und Arbeitsformen innerhalb und außerhalb von Kulturinstitutionen diskutiert. Zur Debatte standen Formen der Mitarbeiter*innenpartizipation, flache Hierarchien, Selbstorganisation sowie Definitionen von Arbeit – und damit verbunden auch Problematiken wie Selbstausbeutung, Unsicherheit und dergleichen. Aufgeworfen wurde unter anderem die Frage: „Wie können uns gegenwärtige demokratische Formen institutioneller Strukturen dabei helfen, informelle Hierarchien im Museum, etwa zwischen KuratorInnen und Kunst- und KulturvermittlerInnen aufzuheben?“¹⁰⁶ Zu Ende des Gespräches wurden die Besucher*innen gebeten, in Gruppen einen Satz für das Museum der Zukunft zu schreiben. Vorgelesen wurden unter anderem die Sätze „Im Museum der Zukunft gibt es keine festgefahrenen Strukturen“, „Das Museum der Zukunft soll eine Organisationsstruktur haben, die Durchlässigkeit zulässt“, sowie „flexible Realisationsmöglichkeiten auf politische Veränderungen/Entwicklungen“.¹⁰⁷ Die Forderungen weisen darauf hin, dass strenge Hierarchien und wenig Durchlässigkeit den musealen Arbeitsalltag noch oft bestimmen.

Die nötige Veränderung klassischer Denkweisen ist auch von hoher Bedeutung, um Social Media effizient zu nutzen. Offenheit, Transparenz und Echtzeit müssen gefördert und verlangt werden. Zudem müssen personelle Ressourcen und eine klare Strategie für Social Media definiert werden. Ein großer Irrtum ist, dass Social Media einfach beiläufig funktioniert. Erst wenn Social Media sowohl aktiv und strategisch, als auch kritisch eingesetzt wird, kann das volle kulturelle

¹⁰⁵ Im Rahmen des Public Programs „Archäotopische Untersuchungen“ fand das Gespräch am 26.10.2017 um 19:00 im Ausstellungsraum, AIL – Angewandte Innovation Laboratory, statt. Eingeladen waren ExpertInnen innerhalb und außerhalb von Kulturinstitutionen (Barbara Buzanich-Pörtl, Beratergruppe Neuwaldegg Wien und Matthias Beitzl, Volkskundemuseum Wien) um das Thema aus einem multiperspektivischen Blickwinkel, sowie aus Theorie und Praxis, zu beleuchten. Das Protokoll dazu befindet sich im Ausstellungskatalog.

¹⁰⁶ Marie ARTAKER, Raffaella SULZNER, Institutionelle Strukturen demokratisieren, in: / ecm 2016-2018 (Hg.), Ausstellungskatalog: FUTURE undone. Eine Versuchsanordnung über die Zukunft des Museums und das Museum der Zukunft, Wien 2017.

¹⁰⁷ / ecm 2016-2018, 2017.

Potenzial genutzt werden.¹⁰⁸

Mit der Veränderung der Organisationsstruktur ist die Etablierung von interdisziplinären Teams notwendig, die aus Expert*innen sämtlicher Abteilungen bestehen. Anhand der vielseitigen Erfahrungen und des Wissens, das dadurch in das Team getragen wird, können Themen aus unterschiedlichen Blickwinkeln betrachtet und der Wissenstransfer in die jeweiligen Abteilungen gewährleistet werden. Die interdisziplinären Teams treiben das Thema strategisch voran und legen Botschaften fest. Zudem analysieren sie Kanäle, erstellen Situationsanalysen, identifizieren Stärken, Chancen und Risiken. Weitere Ziele, Maßnahmen, Ressourcen und Ansprechpartner*innen werden definiert. Dabei ist wichtig, dass interner Wissensaufbau und kontinuierlicher Austausch gegeben ist.¹⁰⁹

2.2. Ängste abbauen

„Kontrollverlust“ war laut einer Social Media Governance Studie¹¹⁰ unter Kommunikationsmanager*innen und PR-Verantwortlichen die am häufigsten genannte Angst. Als größte Gefahr wird mit 66% der „schlecht steuerbare Kommunikationsverlauf“ gewählt und 38% Kontrollverlust über die Selbstdarstellung der Organisation. Doch Gespräche über die eigene Organisation fanden auch vor Social Media statt, zu diesem Zeitpunkt war die Kontrolle über Diskussionen und Themenagenden auch nicht möglich. Durch einen sinnvollen Einsatz von Echtzeitmedien ist jedoch die Einflussmöglichkeit heute höher.¹¹¹ Eine zentrale Herausforderung für einen zeitgemäßen Umgang mit Social Media ist es, sich mit der neuen Ausgangssituation vertraut zu machen und diese zu akzeptieren. Ein aktives Agenda Setting hilft, den gefühlten Kontrollverlust über die Gespräche der eigenen Institution zu überwinden und ermöglicht einen freieren Umgang mit den Netzwerken für die Mitarbeiter*innen.¹¹²

Vertrauen in die eigenen Mitarbeitenden ist eine grundlegende Voraussetzung

¹⁰⁸ Ergin IYILIKCI, Jan-Paul SCHMIDT, S. 79.

¹⁰⁹ Ebenda, S. 83-84.

¹¹⁰ Fink & Fuchs, : Social Media Governance 2011 (28.08.2011), <https://www.ffpr.de/2011/08/28/social-media-governance-2011/> (Stand: 29.08.2018)

¹¹¹ Ergin IYILIKCI, Jan-Paul SCHMIDT, S. 80-81.

¹¹² Ebenda, S. 87.

für Social Media. Kontrollen und Freigabeschleifen verhindern die authentische, transparente und zeitnahe Nutzung. Um richtige Entscheidungen zu treffen und mögliche Folgen ihrer Handlungen abschätzen zu können, müssen Mitarbeiter*innen geschult und unterstützt werden. Emotionale oder beleidigende Reaktion auf Kritik könnte schnell zu Reputationsschaden für das gesamte Unternehmen führen, daher ist Sensibilisierung und „Guidance“ notwendig.¹¹³

Eine weitere Besorgnis ist oft, dass das Digitale den realen Museumsbesuch verdrängen würde. Doch das reale Erleben eines Museum, mit allen Sinnen, kann durch eine virtuelle Präsenz nicht ersetzt werden. Besonders durch die vermehrte Zeit, die in virtuellen Welten verbracht wird, wird das Authentische umso mehr geschätzt. Durch die digitalen Informationstechnologien ist es heute jedoch möglich, auch nach dem Museumsbesuch noch mit dem Haus in Kontakt zu bleiben und Informationen sowie Inhalte zu beziehen – auch, wenn man örtlich nicht anwesend sein kann.¹¹⁴ Ob Museen aufgrund vieler subkultureller Strömungen an Deutungshoheit verlieren und als kulturstiftende Institutionen obsolet werden, wird in dieser Arbeit nicht weiter besprochen. In Bezug auf die Digitalität und die Masseninformationen könnte das Museum aber gerade deshalb eine entscheidende Rolle spielen. In diesem Sinne lässt sich der Text von der deutschen Kulturwissenschaftlerin und Journalistin Mercedes Bunz zum Journalismus auch auf das Museum umlegen (siehe rechts).

Das Museum kann vom online stattfindenden Dialog profitieren und das virtuelle Netzwerk auch im realen Museumsalltag nutzen. Positioniert sich die Institution auf sozialen Netzwerken mit themenspezifischen Aktivitäten als Themenführer, kann sich dies positiv auf die fachliche Reputation auswirken. Das hinterlässt einen prägenden Eindruck bei Besucher*innen und Medienschaffenden und ist auch für Kooperationen oder Projektförderungen von Vorteil.¹¹⁵

¹¹³ Ebenda, S. 84.

¹¹⁴ Axel VOGELSSANG, Bettina MINDER, Seraina MOHR, Social Media für Museen. Ein Leitfaden zum Einstieg in die Nutzung von Blog, Facebook, Twitter & Co für die Museumsarbeit, Luzern 2011, S. 89.

¹¹⁵ Axel VOGELSSANG, Bettina MINDER, Seraina MOHR, S. 85.

Eine offene, dabei aber fragmentierte Gesellschaft braucht **professionellen Journalismus Museen**: erstens weil ~~er~~ es den gemeinsamen Faktenhintergrund erzeugt. ~~Er~~ Es ist die Schnittstelle, an der wir aushandeln, was für alle als relevant gelten soll. Zweitens ist ~~er~~ es mit einer gewissen Glaubwürdigkeit und Verlässlichkeit ausgestattet, da ~~er~~ es einer eigenen **journalistischen musealen Ethik** (ICOM¹¹⁶) unterworfen ist, die ihm gesellschaftliche Verantwortung aufbürdet. Schließlich steht ~~der Journalismus~~ **das Museum** drittens nicht nur im Mittelpunkt gesellschaftlicher Auseinandersetzungen. In einer digitalen Welt, in der Informationsüberfluss zur Normalität geworden ist, kommt ihm zudem die wichtige Funktion einer orientierenden Instanz zu.¹¹⁷

¹¹⁶ „Die «Ethischen Richtlinien für Museen von ICOM» bilden die Grundlage der professionellen Arbeit von Museen und Museumsfachleuten. Bei der Aufnahme in die Organisation verpflichten sich die Mitglieder, diesen Kodex zu befolgen.“ – Ethische Richtlinien für Museen von ICOM – Internationaler Museumsrat, 2010.

¹¹⁷ Original adaptiert: Mercedes BUNZ, Die stille Revolution, Berlin 2012, S. 102.

2.3. Entwicklung einer Social Media-Haltung

Um einen gemeinsamen Bezugsrahmen zu erstellen, ist es wichtig, eine grundlegende Haltung zum Thema zu entwickeln. Nur wenn das Konzept klar definiert ist, kann Social Media sinnvoll und langfristig genutzt werden. Die Anpassung und die Haltung an neue Gegebenheiten ist dabei jedoch ein stetiger Prozess.¹¹⁸ Zudem ist es wichtig, Social Media nicht isoliert von anderen Bereichen zu betrachten, sondern an vorhandene Maßnahmen anzuschließen.¹¹⁹

Generell sind Authentizität und Transparenz wichtige Grundsätze für die Kommunikation in sozialen Netzwerken. Allerdings ist es essentiell vorab kritisch zu diskutieren, mit welchen Bereichen man als Institution in die Öffentlichkeit treten möchte. Die Notwendigkeit einer nötigen Distanz, einem Raum der Privatsphäre und der Datenschutz darf dabei nicht vernachlässigt werden.

Für die Authentizität sollten sich Mitarbeiter*innen auf den Plattformen zu erkennen geben und eigenverantwortlich handeln. Für die Kommunikation mit den Besucher*innen im Netz sind keine Freigabeprozesse und Rücksprachen notwendig – außer bei Unsicherheiten und kritischen Themen. In diesem Fall ist eine Absprache mit den Vorgesetzten sinnvoll, um kommunikative Fehler zu vermeiden.¹²⁰ Um kurze Wege in der Kommunikation mit den Besucher*innen zu ermöglichen, ist es daher notwendig entsprechende Akzeptanz und Freiräume für agiles Handeln in sozialen Netzwerken zu kreieren. Rückhalt kann hier durch eine „Social Media Policy“ gewährleistet werden. Darin wird genau definiert, wer welche Medien im Namen der Institution nutzen darf und wie diese genutzt werden sollen.¹²¹

Im nächsten Schritt müssen die Voraussetzungen für Social Media geprüft werden. Bestehen flache Hierarchien, Offenheit in den einzelnen Abteilungen und ist entsprechender Ressourceneinsatz gegeben?¹²² Wenn die Social Media Aktivitäten zur Ausrichtung und zum Selbstverständnis des Museums passen,

¹¹⁸ Ergin IYILIKCI, Jan-Paul SCHMIDT, S. 83.

¹¹⁹ Axel VOGELSANG, Bettina MINDER, Seraina MOHR, S. 65.

¹²⁰ Ergin IYILIKCI, Jan-Paul SCHMIDT, S. 85.

¹²¹ Axel VOGELSANG, Bettina MINDER, Seraina MOHR, S. 34.

¹²² Ebenda, S. 45.

führt das auch zur Social Media Akzeptanz innerhalb des Museums.¹²³ Insofern ist eine Abstimmung mit der Kultur des Hauses wesentlich, um online entsprechend zu agieren.

Fördert die Institution direkten Kontakt mit den Besucher*innen? In Hinblick auf die Partizipation ist es wichtig, diese Frage zu klären: Spielt (Kunst)vermittlung eine zentrale Rolle innerhalb der Institution? Wird die Vermittlung in die Konzeption von Ausstellungen integriert? Wie ernst werden die inhaltlichen Fragen von Besucher*innen beantwortet? Wie geht man mit diesen um? Werden Besucher*innen in Ausstellungsprojekte miteinbezogen? In welcher Form ist die Mitgestaltung seitens Besucher*innen möglich?¹²⁴

2.4. Strategie und Planung

Eine grundlegende Frage zu Beginn der Konzeption einer Social Media Strategie ist: „Wem sagen wir es und warum?“¹²⁵

Verschiedene Ziele sind für die Nutzung von Social Media möglich. Diese gehen über die marketingtechnischen Aspekte hinaus (wie etwa die Erregung von Aufmerksamkeit, um neue Zielgruppen zu erreichen, oder die Kommunikation von Angeboten). Die Medien können genutzt werden, um Besucher*innen in die Ausstellungskonzeption miteinzubeziehen, einen Fachdialog mit Interessierten zu pflegen oder eine Gemeinschaft zu gründen. Das Ziel der eigenen Social Media Aktivitäten muss klar überlegt werden und sollte mit der Hauskultur übereinstimmen. Daraufhin lässt sich festlegen, welche Felder und Themen online kommuniziert werden. Dies könnten Ausstellungen, Vermittlungsprojekte oder Themen außerhalb laufender Ausstellungen sein.¹²⁶ Zudem stellt sich die Frage, von wem die Inhalte kommuniziert werden. Sind es Personen aus dem Marketing, der Sammlung, der Forschung, der Vermittlung oder die Kurator*innen?¹²⁷

¹²³ Ebenda, S. 65.

¹²⁴ Ebenda, S. 51.

¹²⁵ Ebenda, S. 65.

¹²⁶ Ebenda, S. 66–67.

¹²⁷ Ebenda, S. 29.

Die Handlungsfelder lassen sich grob in drei Kategorien trennen:

1. *Information, Informieren.* Die klassische Senderperspektive. Berichte über Aktivitäten oder Objekte, wie etwa Ausstellungsöffnungszeiten, Künstlergespräche, Führungen und andere Programmpunkte werden weitergegeben.
2. *Dialog, Kommunizieren.* In Dialog mit den Besucher*innen treten. Diese konsumieren und kommentieren eventuell die bereitgestellten Inhalte. Die Themen werden für Social Media aufbereitet. Dies könnten Videos von Künstler*innengesprächen sein oder ein/e Kurator*in bzw. ein/e Vermittler*in teilt die eigene Perspektive auf die Ausstellung, etc. Dabei besteht nach wie vor noch relativ viel Kontrolle über die Kommunikation.
3. *Kollaboration, Partizipieren.* Der/die Besucher*in oder Leser*in wird zur Beteiligung aufgerufen und in einem klaren Rahmen in die Kommunikation integriert. Diese Eindrücke und möglicherweise sogar Materialien können zu einer Ausstellung beitragen. Dadurch, dass man das Publikum direkt nach Meinungen oder Eindrücken fragt, oder bittet, selbst Inhalte zu einem bestimmten Thema beizutragen, ist die Möglichkeit eines Kontrollverlusts höher. Dieses Risiko sollte man jedoch viel eher als Chance sehen, da durch interessante Inhalte und verstärkte Bindungen ein erweitertes Netzwerk entstehen kann.¹²⁸ Allerdings bleibt hierbei fragwürdig, ob tatsächliche Partizipation stattfinden kann oder es nur bei einem leeren Buzzwort bleibt.

2.5. Inhalte teilen

Social Media für Marketingzwecke zu nutzen, ist durchaus sinnvoll, sollte sich allerdings nicht nur darauf beschränken. Die Plattformen können auch genutzt werden, um Inhalte zu vermitteln, denn durch das Erzählformat können abstrakte Inhalte konkretisiert werden. Durch diese Möglichkeiten kann man über die Institutionen, deren Objekte und Menschen erzählen. In Videos ist das Teilen von den Prozessen der Restauration von Objekten, der Aufbau von Ausstellungen oder Neuzugänge möglich. Zudem ist es persönlicher und menschlicher,

¹²⁸ Ebenda, S. 27, S. 69.

echte Personen erzählen zu lassen, anstatt repräsentativ unter dem Namen der Institution zu agieren. Abseits von Marketing und Vermittlung, ist es auch interessant, Einblicke aus dem Alltag des Aufsichtspersonals oder des Archivars zu bekommen. Dadurch lassen sich neue Perspektiven, wie beispielsweise zum Thema Lagerung von Kunstwerken zeigen. Auch ein Einblick in das Archiv kann über Social Media gewährt werden, da mit wenig Aufwand kaum zugängliche Objekte gezeigt werden können.¹²⁹

Es ist auch möglich, Besucher*innenstimmen als Inhalte bereitzustellen. Das Brooklyn-Museum arbeitet beispielsweise stark mit Besucher*innenpartizipation und führt dies online fort: im Rahmen des Black List Projects, eine Ausstellung zum Thema Hautfarbe, konnten Besucher*innen über eine extra eingerichtete Videostation ihre persönlichen Erfahrungen zum Thema teilen. Die Kommentare zur Ausstellung wurden per Knopfdruck aufgenommen und direkt auf den YouTube-Channel hochgeladen – insgesamt wurden mehr als 200 Besucher*innenvideos produziert.¹³⁰

Als weiteres Beispiel wurde ein kurzes fiktives Konzept zu einer Ausstellung zum Thema Migrationsgeschichte im Leitfaden für Social Media Aktivitäten im musealen Bereich entworfen. Hierbei wurden in die Social Media Planung die Kuratierenden, Marketing und Kommunikation und Vermittlung als verantwortliche Rollen mitgedacht. Als Ziel soll, abseits der Marketingzwecke, eine eigenständiger Kanal mit Inhalten etabliert werden, welche über traditionelle Medien nicht transportiert werden. Zudem soll das Publikum eingebunden werden um Ausstellungsinhalte zu generieren. Als Zielgruppen sollen Schweizer mit und ohne Migrationshintergrund angesprochen werden, sowie Schweizer, die im Ausland leben. Mit konkreten Fragen wird das Publikum in die Ausstellung integriert. „Wer wanderte aus? Wann? Warum?“ sind mögliche Fragestellungen. Die Video und Audiodokumente zu den Migrationsgeschichten werden wie bei dem Black List Project über eine allgemein zugängliche Aufnahmebox im Ausstellungsraum generiert. Zudem werden Besucher*innen gebeten, alte Familienfotos zu teilen, und für Jugendliche wird ein Fotowettbewerb zum The-

¹²⁹ Ebenda, S. 69–70.

¹³⁰ Ebenda, S. 56.

ma Migration abgehalten. Diese Inhalte werden auf YouTube geladen und auf Facebook geteilt, zudem werden dort regelmäßige aktuelle und weiterführende Themen der Ausstellung vermittelt.¹³¹ Dieses Beispiel veranschaulicht, dass sich eine Ausstellung im physischen und digitalen Raum ergänzen kann und somit auf mehreren Ebenen gleichzeitig stattfindet.

2.6. Kollaboration

Entscheidend für Social Media im Museum ist auch, dass keine Einzelperson für die Inhalte verantwortlich ist. Die ganze Institution muss daran beteiligt sein, mit offener Dynamik und der Bereitschaft, Prozesse nach außen zu tragen. Ein möglicher Social Media Manager produziert zu Beginn vermutlich die meisten Beiträge selbst, später sollte die Koordinierung aller Beteiligten im Vordergrund stehen. Die Person übernimmt die Verantwortung über sämtliche Social Media Kanäle und überprüft, ob die Einhaltung der ausgearbeiteten Social Media Policy gegeben ist.¹³²

Ein Workshop, inklusive Formularen zur Planung von konkreten Social Media Aktivitäten, sowie weitere Anregungen für den Aufbau eines Social Media Auftritts finden sich im Leitfaden Social Media für Museen von Axel Vogelsang, Bettina Minder und Seraina Mohr (Hochschule Luzer – Design & Kunst, 2011).

2.7. Kritische ästhetische Vermittlung 2.0

Martina Leeker stellt die Frage, welcher Typ von Vermittlung in digitalen Kulturen aufkommt und kritisiert ebenfalls die fehlende kritische Distanz zur Konnektivität. Während in der ersten Phase digitaler Kulturen der Fokus auf Partizipation und Irritation lag, um einen demokratisierenden Effekt und kritische Reflexion und Handlungsermächtigung zu ermöglichen, muss nun ein neuer Fokus gefunden werden. Das unausgeglichene Verhältnis an Datenmengen und Menschen an Algorithmen, die sich daraus speisen und selbst optimieren, muss

ausgeglichen werden.¹³³ In digitalen Kulturen können die bestehenden Konzepte der Partizipation und Irritation nicht mehr aufgegriffen werden, „eine kritische ästhetische Vermittlung 2.0 müsste Vermittlung erst wieder heraus- und herstellen.“¹³⁴ Es ist essentiell, digitale Algorithmus-Programmier-Kulturen aufzudecken, da diese eklatant asoziale, sexistische, rassistische, klassenausgrenzende und datenausbeuterische Aspekte aufweisen. Im Sinne kritischer Digitaler Humanities sollten diese konkret umgebildet werden: nicht nur durch Kritik und unreflektierte Partizipation, sondern auch durch Produktion und Durchsetzung neuer Infrastrukturen. Kritische Vermittlung an technische Existenz trägt zur Veränderung derer Bedingungen bei.¹³⁵

Die transmediale¹³⁶ stellte ab Oktober 2018 die aktive Nutzung von Facebook ein und will damit zur Dezentralisierung von Plattformmonopolen beitragen. Sie anerkennen die Relevanz von sozialen Medien in der heutigen Gesellschaft, aber wollen alternative Kommunikationsformate erproben und hoffen dadurch den Diskurs anzuregen.¹³⁷

¹³¹ Ebenda, S. 72–73.

¹³² Ebenda, S. 48–49.

¹³³ Martina LEEKER, (Ästhetische) Vermittlung 2.0. Von Kunst-/Vermittlung und Kritik in digitalen Kulturen. In: Sandra Sabisch, Torsten Meyer, Heinrich Lüber, Eva Sturm (Hg.), Kunstpädagogische Positionen, Band 40, Hamburg 2018, S. 9–10.

¹³⁴ Ebenda, S. 18.

¹³⁵ Ebenda, S. 28.

¹³⁶ Das transmediale Festival findet jährlich in Berlin statt und widmet sich der kritischen Reflexion kultureller Transformationen aus einer post-digitalen Perspektive. 2019 beschäftigt sich die transmediale mit der Frage, welche Rolle Emotionen und Empathie in der digitalen Kultur spielen.

¹³⁷ Transmediale: Outro (4.10.2018), <https://transmediale.de/de/content/outro> (Stand: 25.11.2018)



So?

3.1. Beobachtungen

Im Jahr 2017 veranlasste der US amerikanische Präsident Donald Trump einen Einwanderungsstopp in die Vereinigten Staaten, bei dem vor allem muslimische Staaten betroffen waren. Darauf nahmen drei Kunstmuseen in New York online Position und veröffentlichten Beiträge dazu. Das MoMA, The Museum of Modern Art, reagierte zeitnah eine Woche nach der Verlautbarung und installierte in Ausstellungsräumen der Sammlungen Arbeiten jener Künstler, die aus den betroffenen Regionen stammen. Der Beitrag (Abb. 6) hatte großes mediales Interesse mit fast dreißigtausend Reaktionen von User*innen.

The Metropolitan Museum of Art veröffentlichte eine Veranstaltungsankündigung zu dem Thema im Juni 2017 (Abb. 7) und das Solomon R. Guggenheim Museum nahm mit einem Blog Beitrag im September (Abb. 8) des selben Jahres Bezug. Alle Museen schrieben sich in das aktuelle Geschehen ein: das MoMA arbeitete mit dem Ausstellungsraum, das MET gab extra Führungen durch die Galerien und das Guggenheim Museum stellt extra Inhalte dazu auch online bereit, wenn auch über ein halbes Jahr später. Durch das Beziehen einer Position schreiben sich die Museen in die Ausverhandlung kultureller und sozialer Werte online ein. Sie nutzten die sozialen Netzwerke um online Stellung zu beziehen. Das MoMa hatte durch das zeitnahe Handeln den stärksten Gegenwartsbezug. In keinem der Fälle wurde visuelles Material speziell für den digitalen Raum aufbereitet.

Es stellt sich ebenfalls die Frage, ob die Museen in New York sich eher dazu bemächtigt fühlen, sich klar in Opposition zur Regierung zu stellen, da sie nicht vom Staat als Geldgeber abhängig sind und sie um keine Subventionen fürchten.

Bei einem Blick auf die Wiener Ausstellungslandschaft bleibt politisches Engagement weitgehend aus. Lediglich die Secession nahm am 21. Dezember 2017 in der Öffentlichkeit gegen die Regierung Position ein, da diese deren Motto „Der Zeit ihre Kunst, der Kunst ihre Freiheit“ in das Regierungsprogramm einband. Auf rein quantitativer Ebene wurden ebenfalls die Facebook Beiträge des MAK, Museum für angewandte Kunst Wien, während der Ausstellung „Ästhetik der Veränderung. 150 Jahre Universität für angewandte Kunst Wien“ vom 15. Dezember 2017 bis 15. April 2018 analysiert. Im Vorwort der Ausstellung zum Thema Zukunft der Universität spricht der aktuelle Universitätsrektor Gerald Bast die angelaufene digitale Revolution an und deren massiven Einfluss auf unsere Art zu arbeiten, zu leben und schreibt, dass sich die Angewandte „keiner Ästhetik der Stagnation und Apathie, sondern einer Ästhetik der Veränderung und Erneuerung verschreibt“. ¹³⁸ Auch das MAK tritt laut dessen Mission Statement für einen „positiven“ Wandel unserer Gesellschaft ein und es definiert sich als Ort der Begegnung, Interaktion und internationales Forum. ¹³⁹ Insofern lässt sich daraus lesen, dass das MAK an die Wirkkraft von Kunst und Design im Sinne des New Institutionalism ¹⁴⁰ glaubt und sich als diskursiver Ort sieht. In den sozialen Netzwerken, in diesem Fall Facebook, bleibt die Mission noch weitgehend unerfüllt. Während des genannten Zeitraums wurden 77 Beiträge veröffentlicht und dabei acht Fragen gestellt. Die Kategorie der Frage wurde

¹³⁸ Ästhetik der Veränderung. 150 Jahre Universität für angewandte Kunst Wien, Wien 2017, S. 50.

¹³⁹ Thun-Hohenstein, Christoph: MAK Mission Statement, https://www.mak.at/das_mak/mission_statement (Stand: 20.02.2018)

¹⁴⁰ Der Begriff New Institutionalism stammt aus den Sozialwissenschaften. In der kuratorischen Praxis beschreibt es die kritische Debatte darüber, Kunstinstitutionen von innen heraus zu verändern. Es zeichnet sich durch die Rhetorik der vorübergehenden Begegnungen und Offenheit aus. In der zeitgenössischen Kunstpraxis umfasst es die Bereich des Dialoges und der Partizipation, die prozessbasierte Werke produzieren, anstatt Objekte für den passiven Konsum. (Quelle: Claire DOHERTY, New Institutionalism and the Exhibition as Situation, in: Protections Reader, Kunsthaus Graz 2006)

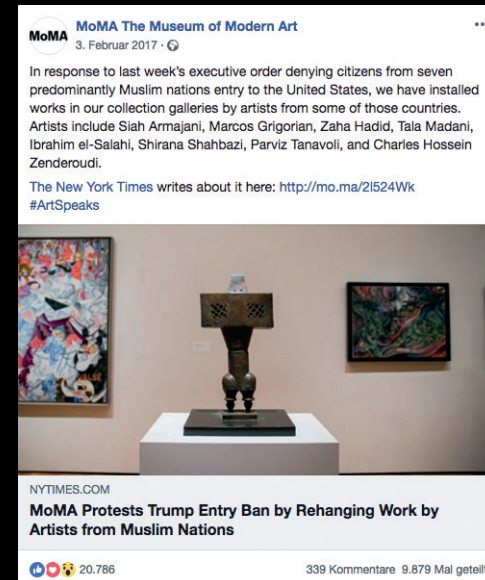


Abb. 6

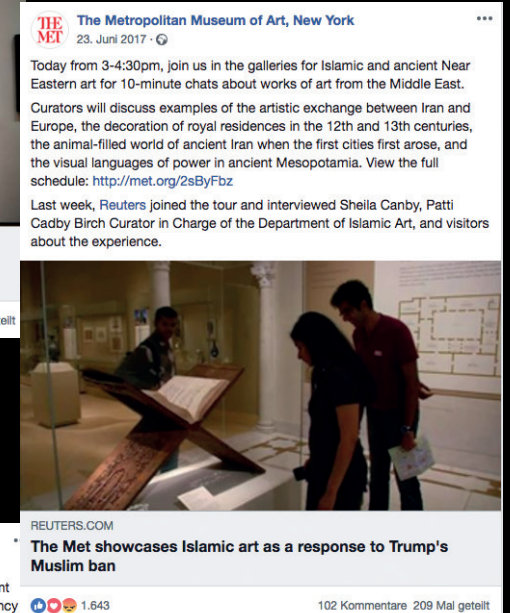


Abb. 7

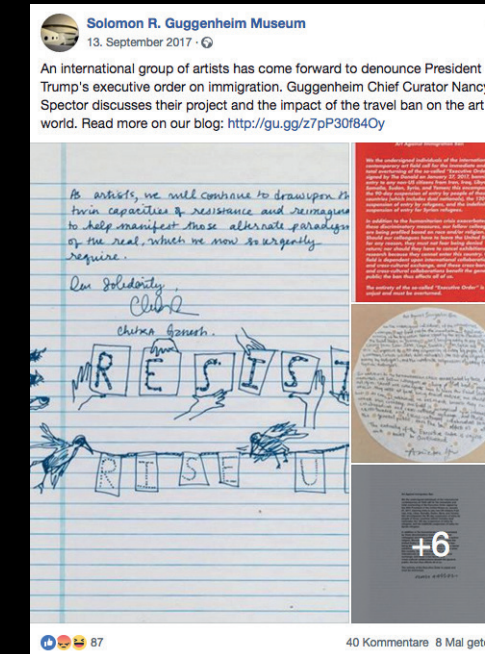


Abb. 8

gewählt, um zu sehen, ob ein Dialog mit den Besucher*innen angeregt wird. Allerdings blieben selbst bei Kommentaren stets die Antworten vom Museum aus. Diese Beobachtungen sind keineswegs repräsentativ für den Umgang mit sozialen Netzwerken im musealen Bereich, sondern sollen lediglich aufzeigen, dass es noch offenes Nutzungspotential gibt.

3.2. Resümee

Die Digitalität hat unser Zusammenleben grundlegend verändert und inzwischen leben wir bereits in einem post-digitalen Zeitalter. Dies bedeutet nicht, dass das Digitale überwunden wurde, sondern dass eine klare Unterscheidung zwischen analog/physisch und digital nicht mehr denkbar ist. Der Alltag in technologisch entwickelten Ländern ist bereits grundlegend von Digitalität durchzogen und eine Abhängigkeit vom Digitalen und vom Internet im privaten und professionellen Alltag gegeben. Insofern ist es wichtig, das Digitale als wesentlichen Bestandteil des Daseins anzunehmen und in die eigene Praxis zu integrieren. Digitales Handeln sollte nicht losgelöst von der realen Welt verstanden, sondern viel mehr als dessen Erweiterung betrachtet werden. So ist das Digitale lediglich eine Erweiterung für den bestehenden Raum. Gegenwartsbezug, Offenheit, Transparenz und Kooperation sind wesentliche Grundzüge des Social Webs, die es aus kritischer Distanz zu betrachten und reflektieren gibt. In dieser Arbeit bleiben die Fragen nach Strategien zur Dezentralisierung von Plattformen gegen den Kapitalismus der Plattformen und politische Demokratisierungsprozesse durch das Digitale offen. Der kritische Diskurs zu Social Networks im Allgemeinen wird aktuell aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet: Problematik des Kapitalismus der Plattformen¹⁴¹, die Entfremdung des Menschen zur Welt durch das Digitale, Social Media als Ablenkungsmaschine¹⁴², die scheinbare Partizipation und Big Data. All diese Aspekte vertiefend zu besprechen hätte den Rahmen dieser Arbeit gesprengt. Dennoch soll darauf hingewiesen werden, dass ein bewusster und reflektierter Umgang mit dem Internet, Social Media, Daten, sowie die Dezentralisierung von Plattformmonopolen angesichts der kapitalistischen

¹⁴¹ Nick SNRICEK, Platform Capitalism, Cambridge 2017.

¹⁴² Jonathan CRARY, 24/7 Schlaflos im Spätkapitalismus, Berlin 2014; Byung-Chul HAN, Im Schwarm, Berlin 2014; Dominic PETTMAN, Infinite Distraction, Cambridge 2016.

Strukturen und unausgeglichene Machtverhältnisse zwischen Inhaber*innen und User*innen von hoher Relevanz ist. Für vertiefende Lektüre werden die in den Fußnoten erwähnten Werke nahegelegt. In Zukunft ist eine Etablierung neuer Plattformen von Nöten und die transmediale¹⁴³ hat sich beispielsweise im Oktober 2018 mit einem klaren Statement dazu entschieden, Facebook nicht mehr aktiv zu nutzen und neue Kommunikationsformate zu erproben.

Die Arbeit endet mit der theoretischen Auseinandersetzung und Fragen zum Thema der Digitalität und Museum, Impulse für weitere Forschungsarbeit und Praxis zu liefern. Mit dem Bewusstsein darüber, dass sich durch den digitalen Raum der physische Raum und damit unsere Realität erweitert. Durch visuelle Kommunikation, digitale Bilder in vernetzten virtuellen Umgebungen, können Handlungsräume mit politischen Potentialen entstehen. Diese Potentiale gilt es mit experimentellen Ansätzen und Mut zum Neuen in der Praxis zu erforschen. Um die digitale Kultur in Institutionen zu leben, bedarf es auch einer Offenheit für interdisziplinäres Arbeiten zwischen verschiedenen Abteilungen und das Vertrauen in und unter den Mitarbeiter*innen. Im Sinne des „Public“ von Public Program sollten soziale Netzwerke nicht nur dazu genutzt werden, eine Öffentlichkeit anzusprechen, sondern dabei unterstützen, eine Öffentlichkeit herzustellen. Social Networks können vor allem dafür genutzt werden, Interessen zu stärken und Gemeinschaften zu formieren, um schließlich auch tatsächlichen, „realen“ Einfluss zu nehmen, wie das Beispiel des arabischen Frühlings zeigte. Um sich den kapitalistischen Zügen der aktuellen Plattformen wie Facebook zu entziehen, bedarf es neuer Plattformen und der Infragestellung des eigenen privaten Medienverhaltens..

Die Umstellung der Organisationskultur auf die digitale Kultur ist eine wesentliche Grundlage: Offenheit, Transparenz, flachere Hierarchien, transdisziplinäre Teams, interner und kontinuierlicher Austausch sind entscheidend – nicht nur für bestehende Netzwerke, sondern auch um in Zukunft agil auf Veränderungen reagieren zu können.

¹⁴³ Das transmediale Festival findet jährlich in Berlin statt und widmet sich der kritischen Reflexion kultureller Transformationen aus einer post-digitalen Perspektive. 2019 beschäftigt sich die transmediale mit der Frage, welche Rolle Emotionen und Empathie in der digitalen Kultur spielen.

3.3. Ausblick

Unabhängig von den hier erarbeiteten theoretischen Grundlagen der Digitalität und Handlungsmacht in vernetzten, virtuellen Räumen unserer digitalen Lebensrealität, möchte ich abschließend diese Seiten nutzen um auf weitere Aspekte des digitalen Diskurses aufmerksam zu machen:

1. Angesichts der fortlaufenden technologischen Entwicklungen scheint es für mich relevant, sich kritisch mit der Sharing Economy von Jeremy Rifkin auseinanderzusetzen. Seine These lautet, dass durch das Aufkommen des Internets Wissen für breite Massen kostenfrei zur Verfügung steht und in Zukunft auch weitere Konsumgüter durch 3D-Drucke und Open Source Software kostenfrei gedruckt werden können. Strom kann durch eigene Solaranlagen selbst produziert werden und Plastik durch 3D Druck im Idealfall recycelt; Wissen und Güter werden somit zu Null-Grenzkosten produziert. Welche Bedeutung hat Eigentum noch, wenn man ohnehin alles haben könnte, weil es quasi gratis wird? Ausgehend von bestehenden Modellen wie AirBnB, Car Sharing, City Bike Entlehnungen etc, geht Rifkin davon aus, dass sich die Gesellschaft mehr vom Eigentum „befreit“ und sich zu einer Gesellschaft entwickelt, in der vordergründig Güter geteilt werden. Soziales Kapital steht in dem Vordergrund und das Bewusstsein darüber, dass die eigenen Handlungen einen Einfluss auf den Lebensraum, Menschen und anderen Spezies haben.¹⁴⁴ Das Teilen von Wissen, Outreach und Community Building ist auch für kulturelle Institutionen im Sinne des Austausches im Rahmen diskursiver Formate wichtig und fände in dieser Zukunftsvision Anklang.

So wünschenswert diese Entwicklung auch sein mag, stellt sich hier dennoch wieder die Frage, wer in einem solchen Fall die geteilten Güter verwaltet und somit im Besitz der Infrastrukturen ist. Wer besitzt die Server, auf denen die Daten der Clouds gespeichert werden? Wer stellt die Technologien und Leitungen für das Internet zur Verfügung? Wird sich dadurch der Spalt zwischen gesellschaftlichen Schichten noch mehr vergrößern, da

¹⁴⁴ Jeremy RIFKIN, *The Zero Marginal Cost Society. The Internet of Things, the Collaborative Commons, and the Eclipse of Capitalism*, New York 2014.

nur wenige diese besitzen? Wie kann man zur Dezentralisierung mit eigenen Servern und Open Source Programmen entgegenwirken?

2. In Anbetracht der Hinwendung zu Performativität und zum Diskurs, den Ausstellungsraum als Möglichkeitsraum und Ort der Begegnung zu sehen, scheint es, dass sich hier eine natürliche Opposition zum Virtuellen des Digitalen entwickelt (hat). Durch moderne digitale Kommunikationssysteme wird die direkte Konfrontation mit menschlichen Individuen reduziert und diese wird durch das Performative wieder mehr in den Mittelpunkt gestellt. Der Mensch erfährt durch Werkzeuge und Technologien eine Entfremdung von sich selbst und von seinem Leib. Marx spricht in diesem Zusammenhang auch von der „Entfremdung des Menschen von dem Menschen“.¹⁴⁵ Zudem erfolgt die Kommunikation vermehrt mittels Bilder und das Bearbeiten und Teilen von visuellen Material wird nun einfacher und schneller möglich denn je – was bleibt dann noch der bildenden Kunst?

Der Körper fand im geisteswissenschaftlichen Diskurs des letzten Jahrhunderts wenig Beachtung.¹⁴⁶ Für mich persönlich erscheint es wesentlich, sich innerhalb der digitalen Debatte und kritischen Vermittlung mit der Bedeutung des menschlichen Leibs als Akteur innerhalb komplexer, diverser Machtverhältnisse zwischen Mensch, Technik und algorithmischer Systemen auseinanderzusetzen. In der Reihe *Archiving Knowledge* graviert Ali Akbar Mehta (2018) folgenden Satz auf eine von vielen geprägten Marmorfliesen: „The body is an archive. The body will always be central to resistance.“¹⁴⁷ Das Wissen, das im Körper gespeichert wird, ist für Algorithmen (noch) unantastbar und könnte so als demokratischer Körper gesehen werden. Im Rahmen des ImpulsTanz Festival 2018 fand ebenfalls eine somatische De-

¹⁴⁵ Neffe, Jürgen: Karl Marx. Kontrollverlust (25.04.2018), <https://www.zeit.de/2018/18/karl-marx-200-jahre-analyse-kapitalismus/komplettansicht> (Stand: 25.11.2018)

¹⁴⁶ Anne-Christin STOCKMEYER, *Identität und Körper in der (post)modernen Gesellschaft : zum Stellenwert der Körper/Leib-Thematik in Identitätstheorien*, Marburg 2004.

¹⁴⁷ Ali Akbar Mehta verfasste 2018 an der Aalto University in Helsinki seine Masterarbeit „Cyber Archives“. Im Rahmen der Jahresausstellung 2018 „The Essence“ der Universität für Angewandte Kunst Wien lud ihn die Schule der Archäeutopie zu einem öffentlichen Vortrag und anschließenden Gespräch ein, bei denen diese Fließen Teil seiner Präsentation waren. Der Körper ist nicht zentral für seine Forschungsfrage, aber dieses Zitat ist relevant für die eben angeführte These zum Stellenwert des menschlichen Körpers.

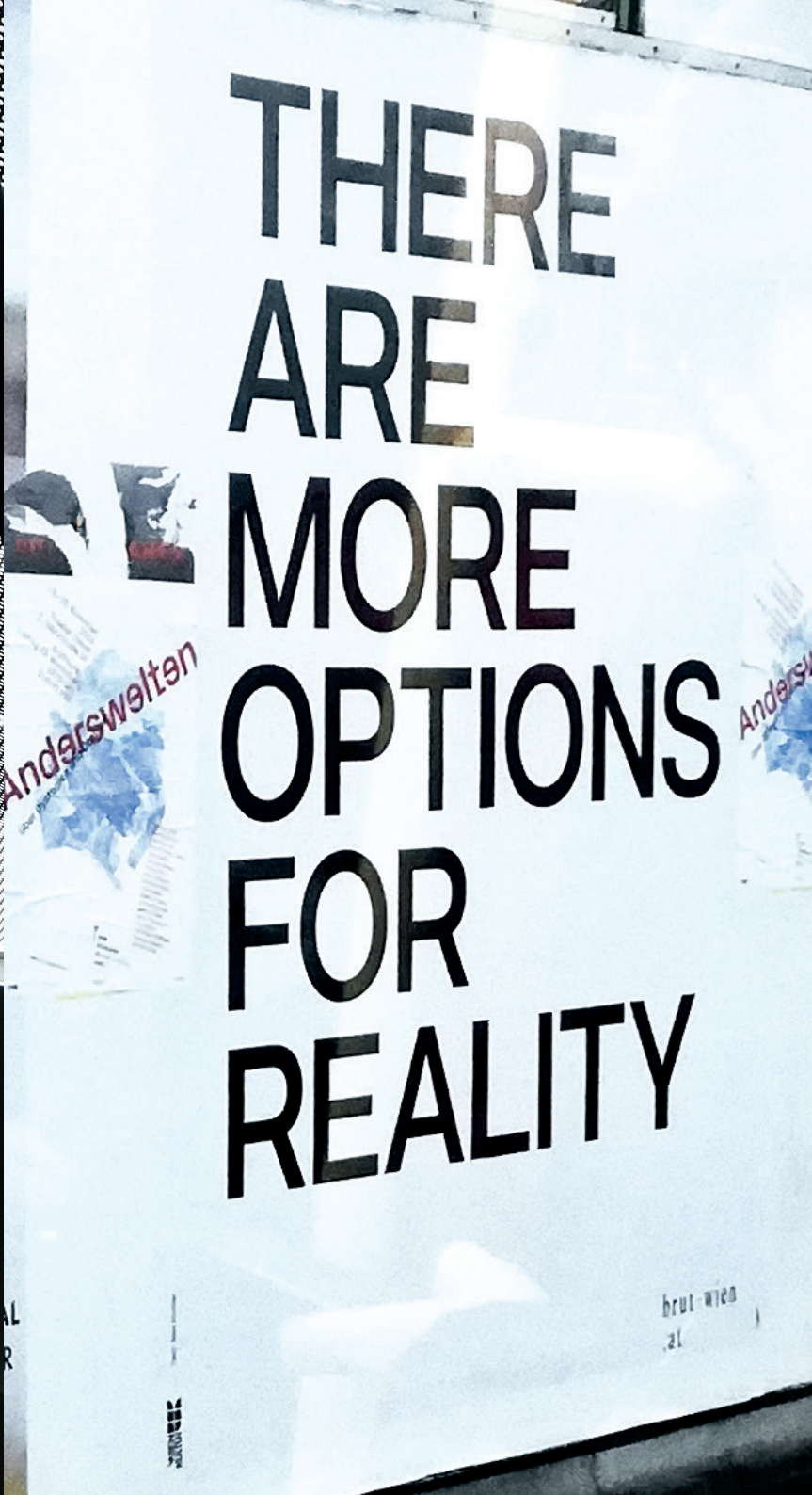
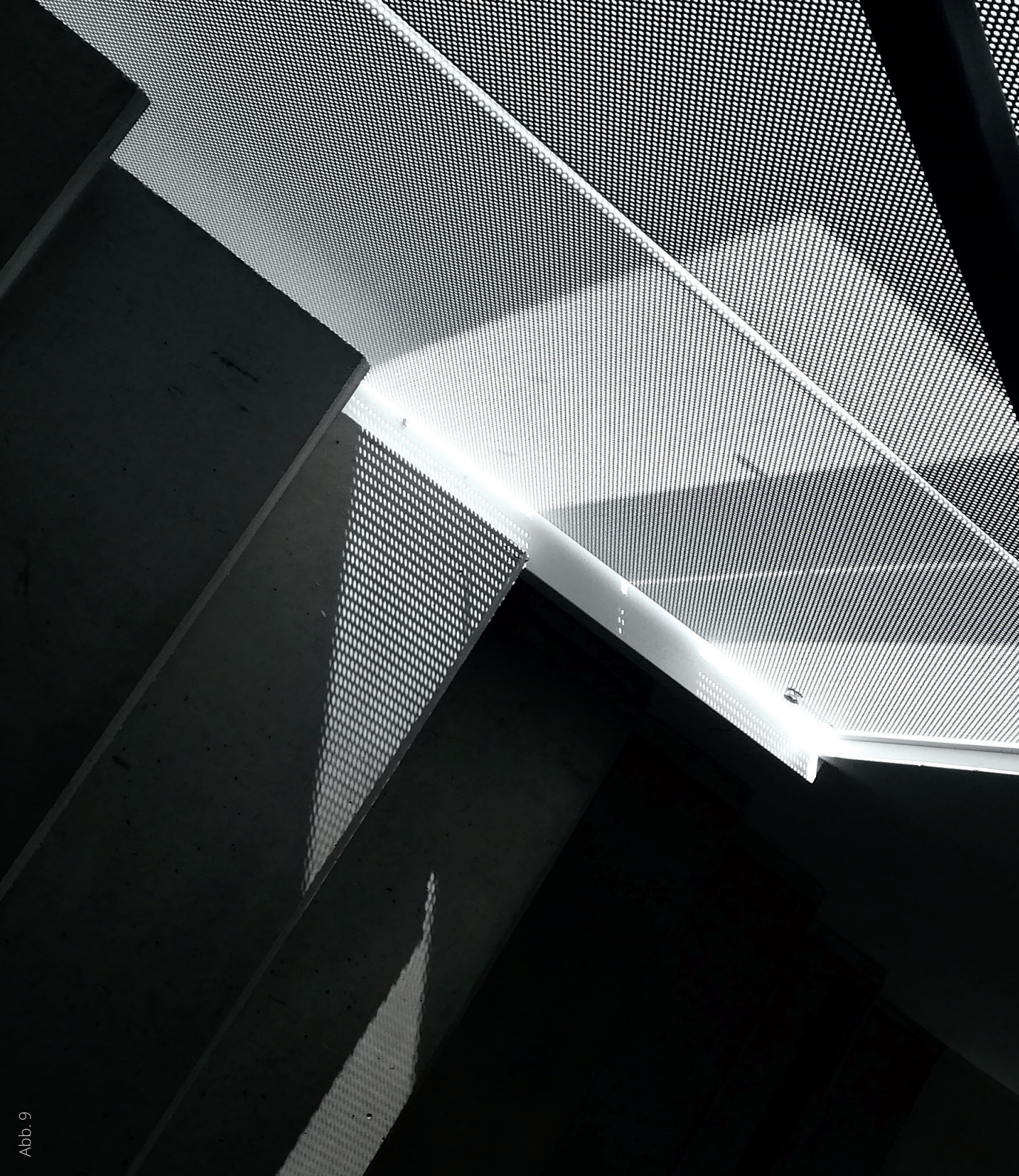
monstration als Performance statt, bei der der Körper als demokratischer Körper gesehen wurde.¹⁴⁸ Ich behaupte bzw. möchte den Denkanstoß geben, dass zur Bildung des politischen Subjekts und möglicher Handlungsmacht in der Zukunft die Bewusstheit über den eigenen menschlichen Körper inmitten digitaler Technologien und Algorithmen von hoher Wichtigkeit ist. Diese These weiter zu verfolgen wäre ein spannender Ausgangspunkt für weitere Forschungsfelder.w

3. Angesichts der prekären Verhältnisse unter denen unsere Technologien ermöglicht werden, besteht noch hoher Aufklärungsbedarf. In Ghana werden bei Müllhalden, auf denen tonnenweise Elektronikschrott aus dem Westen liegt, Eisen, Aluminium und Kupfer von alten Geräten aus Smart Phones unter lebensgefährlichen Umständen gefischt, um diese weiter zu verarbeiten. In den Philippinen filtern Arbeiter*innen Inhalte, die auf Facebook zensiert werden. Die Dokumentarfilme *Welcome to Sodom – Dein Smartphone* ist schon hier (Florian Weigensamer, Christian Krönes, 2018) und *The Cleaners* (Hans Block, Moritz Rieseewieck, 2018) beschäftigen sich mit diesen Thematiken. Kritische und reflexive Auseinandersetzung mit den Bedingungen, unter denen unsere digitale Infrastruktur zustande kommt, sollte Teil des Bildungsauftrags (an Schulen) sein und in den Lehrplan integriert werden. Maßgeblich für eine gelebte digitale Kultur sind nicht nur die Technologien, die wir nutzen, sondern vor allem auch die Einstellung mit der wir einander und Herausforderungen begegnen.

3.4. Abschließend

Museen können versuchen, sich über Social Media – mit den Ansätzen aus dem zweiten Kapitel *Wie?* – in die Praktiken der digitalen Kultur einzuschreiben. Auf diese Weise können sie sich online über den „physischen“ Raum hinweg, im Sinne einer unkonventionellen politischen Partizipation, an Gesellschaft teilhaben. Durch mehr oder weniger direkte Kommunikation können Besucher*innen in die Gespräche eingebunden werden. Allerdings ist eine reale Einflussnahme, basierend alleinig auf online Aktivität, nicht denkbar. Zudem sind mit aktuellen, geläufigen sozialen Netzwerken (wie vor allem Facebook und Instagram) kapitalistische Strukturen mit intransparenten, rassistischen Algorithmen verbunden, die von unseren Daten gespeist und selbstoptimiert werden. Klick für Klick werden wir analysiert. Der Preis für die scheinbare Teilhabe liegt in unseren Daten der Privatsphäre. Um dem leeren Versprechen der Partizipation entgegenzuwirken, bedarf es neuer Social Networks – jene, die tatsächlich „sozial“ vertretbar sind.

¹⁴⁸ Die Performance wurde zu Susan Philipsz Soundinstallation „The Voices“ in Kooperation mit dem Haus der Geschichte Österreich entwickelt. Die Soundinstallation regt zur Reflexion des Anschlusses im Rahmen des Gedenkjahres 2018 – 100 Jahre Republik Österreich – an. Im August 2018 fand die Performance zweimal am Heldenplatz statt.



Literatur

- **Hannah ARENDT**, Das Handeln, in: Hannah ARENDT, Vita activa oder Vom tätigen Leben, abgedruckt in: Adam Budak / Peter Pakesch (Hg.), Human Condition. Mitgefühl und Selbstbestimmung in prekären Zeiten, S.106–121., Köln 2010.
- **Marie ARTAKER, Raffaella SULZNER**, Institutionelle Strukturen demokratisieren, in: / ecm 2016-2018 (Hg.), Ausstellungskatalog: FUTURE undone. Eine Versuchsordnung über die Zukunft des Museums und das Museum der Zukunft, Wien 2017.
- **Mieke BAL**, Sagen, Zeigen, Prahlen, in: Thomas Fechner-Smarsly, Sonja Neef (Hg.), Kulturanalyse, Frankfurt am Main 2002.
- **Samuel H. BARNES, Max KAASE**, Political Action. Mass Participation in Five Western Democracies, Beverly Hills 1979.
- **Elke BIPPUS, Beate OCHSNER, Isabell OTTO**, Between Demand and Entitlement, In: Mathias Denecke, Anne Ganzert, Isabell Otto, Robert Stock (Hg.), ReClaiming participation technology - mediation - collectivity, Bielefeld 2016.
- **Claire BISHOP**, Radical Museology. Or What's Contemporary in Museums of Contemporary Art?, London 2014.
- **Beatrice von BISMARCK, Jörn SCHAFAPFF, Thomas WESKI** (Hg.), Cultures of the Curatorial, Berlin 2012.
- **Grant BLANK, William H. DUTTON**, Next Generation Internet Users, in: William H. DUTTON, Mark GRAHAM (Hg.), Society & The Internet. How Networks of Information and Communication are Changing Our Lives, Oxford 2014.
- **Mercedes BUNZ**, Die stille Revolution, Berlin 2012.
- **James CLIFFORD**, Museums as contact zones. In: ders. Routes: Travel and Translation in the late twentieth century, Cambridge, Massachusetts 1997, S. 188–219.
- **Jonathan CRARY**, 24/7 Schlaflos im Spätkapitalismus, Berlin 2014.
- **Martin DEGE**, Liquid Democracy, In: Mathias Denecke, Anne Ganzert, Isabell Otto, Robert Stock (Hg.), ReClaiming participation technology - mediation - collectivity, Bielefeld 2016, S. 157–176.
- **Mathias DENECKE, Anne GANZERT, Robert STOCK**, Introduction, In: Mathias Denecke, Anne Ganzert, Isabell Otto, Robert Stock (Hg.), ReClaiming participation technology - mediation - collectivity, Bielefeld 2016.
- **Claire DOHERTY**, New Institutionalism and the Exhibition as Situation, in: Protections Reader, Kunsthaus Graz 2006.
- **Christian DÜRNBERGER**, Denken im Umbruch der Symbole. Karl' Jaspers' Begriff der Achsenzeit in einer kommunikationsphilosophischen Interpretation nach Vilém Flusser.

Diplomarbeit der Universität Wien, Wien 2006.

- **Anja EBERSBACH, Markus GLASER, Richard HEIGL**, Social Web, Konstanz 2011.
- **Georg ECKMAYR**, Technische Bilder: politisches Potential, Schaulust, und Handlungsraum: vom Ansehen zum Handeln: ein Entwurf einer aufs Handeln gerichteten Ästhetik digitaler photographischer Bilder in vernetzten Umgebungen, Dissertation Universität für angewandte Kunst Wien, Wien 2016.
- **Friedrich ENGELS, Karl MARX, Slavoj ŽIŽEK**, Das Kommunistische Manifest. Die verspätete Aktualität des Kommunistischen Manifests, Frankfurt am Main 2018.
- **Vilem FLUSSER**, Die Schrift. Hat schreiben Zukunft?, Götting 2002.
- **Simon A. FRANK**, Kulturmanagement und Social Media: Neue interdisziplinäre Perspektiven auf eine User-generated Culture im Kulturbetrieb, Bielefeld 2015.
- **Robert GANDER, Andreas RUDIGIER, Bruno WINKLER**, Gegenwärtigkeit und Verantwortung, in: Robert Gander, Andreas Rudigier, Bruno Winkler (Hg.), Museum und Gegenwart. Verhandlungsorte und Aktionsfelder für soziale Verantwortung und gesellschaftlichen Wandel, Bielefeld 2015.
- **Susanne GESSER, Angela JANNELLI, Martin HANDSCHIN, Sibylle LICHTENSTEIGER**, Das partizipative Museum. Zwischen Teilhabe und User Generated Content. Neue Anforderungen an kulturhistorische Ausstellungen, Bielefeld 2012.
- **Kenneth GOLDSMITH**, Wasting Time on the Internet, New York 2015.
- **Rosalind GILL**, Culture and Subjectivity in Neoliberal and Postfeminist Times, In: Subjectivity, Nr. 25, 2008.
- **Lawrence GROSSBERG**, Was sind Cultural Studies?, in: Karl H. HÖRNING Rainer WINTER (Hg.), Widerspenstige Kulturen. Cultural Studies als Herausforderung, Frankfurt am Main 1999.
- **Donna HARAWAY**, Teddy Bear Patriarchy, Taxidermy in the Garden of Eden, New York City, 1908–1936, in: Donna HARAWAY, The Haraway Reader, S. 151–198, New York 2004.
- **Nanna HEIDENREICH**, Die Perspektiven der Migration aufzeichnen/einnehmen/ausstellen/aktivieren., in: Alexander FLEISCHMANN, Doris GUTH (Hg.), Kunst. Theorie. Aktivismus. Emanzipatorische Perspektiven auf Ungleichheit und Diskriminierung, Bielefeld 2015.
- **Byung-Chul HAN**, Im Schwarm, Berlin 2014.
- **Brigitte HIPFL**, Medien – Gewalt – Handlungsmacht, in: Josef BARLA (Hg.), Gewalt und Handlungsmacht: queer_feministische Perspektiven, Frankfurt am Main 2012.
- **Hajo HIPFNER**, Bedeutung, Anwendungen und Einsatzpotenziale von Social Software. In Knut Hildebrand, Josefine Hofmann (Hg.): Social Software., Heidelberg 2006, S. 30–35.

- **Hans Dieter HUBER**, Museen im Internet, 1997.
- **Ergin IYILIKCI, Jan-Paul SCHMIDT**, Kultureller und struktureller Wandel durch Social Media, in: Lars DÖRFEL, Theresa SCHULZ (Hg.), Social Media in der Unternehmenskommunikation, Berlin 2011.
- **Beatrice JASCHKE, Nora STERNFELD**, Zwischen/Räume der Partizipation, in: Verband österreichischer Kunsthistorikerinnen und Kunsthistoriker (Hg.), Räume der Kunstgeschichte, Wien 2015.
- **Richard JOHNSON**, Was sind eigentlich Cultural Studies?, in: Roger BROMLEY, Udo GÖTTLICH, Carsten WINTER (Hg.), Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung, Lüneburg 1999, S. 139–188.
- **Katja KWASTEK**, Wir sind nie Digital gewesen, in: Postdigital 1: Allgegenwart und Unsichtbarkeit eines Phänomens. Kunstforum international, Bd. 242 hg. v. Franz THALMAIR, Köln 2016.
- **Mirko LANGE**, Social Media auf dem Weg zur Professionalisierung, in: Lars DÖRFEL, Theresa SCHULZ (Hg.), Social Media in der Unternehmenskommunikation, Berlin 2011.
- **Martina LEEKER**, (Ästhetische) Vermittlung 2.0. Von Kunst-/Vermittlung und Kritik in digitalen Kulturen. In: Sandrea Sabisch, Torsten Meyer, Heinrich Lüber, Eva Sturm (Hg.), Kunstpädagogische Positionen, Band 40, Hamburg 2018.
- **Henrietta LIDCHI**, The Poetics and the Politics of Exhibiting Other Cultures, in: Representation. Cultural Representation and Signifying Practices, S. 151–222, Milton Keynes 1997.
- **Jeremy RIFKIN**, The Zero Marginal Cost Society. The Internet of Things, the Collaborative Commons, and the Eclipse of Capitalism, New York 2014.
- **Dominic PETTMAN**, Infinite Distraction, Cambridge 2016.
- **Susan PLAWECKI**, Public Program als Haltung, Masterarbeit der Universität für angewandte Kunst Wien, 2018.
- **Nick SNRICEK**, Platform Capitalism, Cambridge 2017.
- **Felix STALDER**, Kultur der Digitalität, Berlin 2017.
- **Nora STERNFELD**, Handbuch Ausstellungstheorie und -praxis, Wien 2013.
- **Nora STERNFELD**, Im post-repräsentativen Museum, in: Carmen Mörsch, Angeli Sachs, Thomas Sieber (Hg.), Ausstellen und Vermitteln im Museum der Gegenwart, Bielefeld 2016.
- **Hito STEYERL**, „Die Realität hat sich erweitert, und ich folge ihr“ Ein Gespräch von Katja Kwastek, in: Postdigital 1: Allgegenwart und Unsichtbarkeit eines Phänomens. Kunstforum international, Bd. 242 hg. v. Franz THALMAIR, Köln 2016.

- **Anne-Christin STOCKMEYER**, Identität und Körper in der (post)modernen Gesellschaft : zum Stellenwert der Körper/Leib-Thematik in Identitätstheorien, Marburg 2004.
- **Axel VOGELSSANG, Bettina MINDER, Seraina MOHR**, Social Media für Museen. Ein Leitfaden zum Einstieg in die Nutzung von Blog, Facebook, Twitter & Co für die Museumsarbeit, Luzern 2011.
- **Maren ZIESE**, Kuratoren und Besucher. Modelle kuratorischer Praxis in Kunstaustellungen, Bielefeld 2010.
- **Annina ZWETTLER**, Wie Museen mit ihren Märkten kommunizieren, in: ARGE schnittpunkt (Hg.), Handbuch Ausstellungstheorie und -praxis, Wien 2013.

Online

- **Die Angewandte**: Ästhetik der Veränderung – 150 Jahre Universität für angewandte Kunst Wien, http://www.dieangewandte.at/aktuell/ausstellungen/ausstellungen_detail?artikel_id=1505377009558 (Stand: 20.02.2018)
- **Christl, Wolfie**: Kommerzielle digitale Überwachung im Alltag (11.2014), https://crackedlabs.org/dl/Studie_Digitale_Ueberwachung.pdf (Stand: 5.12.2018)
- **Colomina, Beatriz**: Broadcasting Yourself – Social Media Urbanism / Response by Kieran Long (28.06.2018), <https://vimeo.com/277444320> (Stand: 12.09.2018)
- **Cramer, Florian**: What is ‚Post-digital‘?, <http://www.aprja.net/what-is-post-digital/> (Stand: 16.09.2018)
- **Facebook**: The Facebook Page - Info, <https://www.facebook.com/pg/facebook/about/> (Stand: 01.06.2018)
- **Fink & Fuchs**: Social Media Governance 2011 (28.08.2011), <https://www.ffpr.de/2011/08/28/social-media-governance-2011/> (Stand: 29.08.2018)
- **Gartner IT Glossary**: Big Data, <https://www.gartner.com/it-glossary/big-data> (Stand: 5.12.2018)
- **Geißel, Brigitte; Penrose, Virginia**: Dynamiken der politischen Partizipation und Partizipationsforschung (09.2003), https://www.fu-berlin.de/sites/gpo/pol_sys/partizipation/Dynamiken_der_politischen_Partizipation/geissel_penrose.pdf (Stand: 6.12.2018)
- **Helge, David**: Museen im Medienwandel: Der digitale Kurator (19.09.2012), <http://openmuseum.de/museen-im-medienwandel-der-digitale-kurator-2> (Stand: 01.06.2018)
- **Howell O’Neil, Patrick**: This 1969 map shows the humble beginnings of the Internet (24.01.2014), <https://www.dailydot.com/irl/map-internet-1969> (Stand: 01.06.2018)
- **Riese, Monica**: The definitive history of social media (12.09.2016), <https://www.dailydot.com/debug/history-of-social-media> (Stand: 01.06.2018)

- **Rogoff, Irit:** Looking Away. Participations in Visual Culture, http://kvelv.files.wordpress.com/2013/10/irit_rogoff_looking_away_participations_in_visual_culture.pdf (Stand: 5.11.2018)
- **Schüring, Henning:** Social Media statt Web 2.0 (31.03.2010), <http://www.henningschuerig.de/2010/social-media-statt-web-20> (Stand: 29.08.2018)
- **Thun-Hohenstein, Christoph:** MAK Mission Statement, https://www.mak.at/das_mak/mission_statement (Stand: 20.02.2018)
- **Transmediale:** Outro (4.10.2018), <https://transmediale.de/de/content/outro> (Stand: 25.11.2018)

Abbildungen

Abb. 1: Fake News, Marianna Mondelos, 2018

Abb. 2: „Du hast ein Internetgesicht“, Marianna Mondelos, entdeckt in Madrid, 2018

Abb. 3: Auszug aus Kenneth Goldsmiths „Theory“ (2016)

Abb. 4: adaptiert von Helge, David: Museen im Medienwandel: Der digitale Kurator (19.09.2012), <http://openmuseum.de/museen-im-medienwandel-der-digitale-kurator-2> (Stand: 01.06.2018)

Abb. 5: Google Trends

Abb. 6: Screenshot: Facebook Beitrag, MoMa The Museum of Modern Art. 03.02.2017 <https://www.facebook.com/MuseumofModernArt/posts/10155904470952281>

Abb. 7: Screenshot: Facebook Beitrag, The Metropolitan Museum of Art, New York. 23.06.2017 <https://www.facebook.com/metmuseum/posts/10154839468292635>

Abb. 8: Screenshot: Facebook Beitrag, Solomon R. Guggenheim Museum. 13.09.2017 <https://www.facebook.com/guggenheimmuseum/posts/10155715373003501>

Abb. 9: Collage mit Plakat vom brut: „brut ist eine Produktions- und Spielstätte für Performative Künste in Wien und gehört zu den renommiertesten Häusern der freien Performance-, Tanz und Theaterszene im deutschsprachigen Raum.“ (<https://brut-wien.at/de/Haus/Profil>, Stand 06.12.2018)

– Lebenslauf –

Marianna Areti Mondelos, geboren am 21. April 1992 in Gmunden.

Sie maturierte an der höheren Lehranstalt für Kunst und Design, Abteilungszweig Grafik- und Kommunikations-Design (Digitale Medien) in Linz und absolvierte dort ein vertiefendes Jahr in der Meisterschule. Anschließend schloss sie das Bachelorstudium der Koreanologie an der Universität Wien ab und verbrachte während der Studienzeit mehrere Monate in Seoul. Diese Masterarbeit verfasste sie im Rahmen des /ecm - educating/curating/managing Masterlehrgangs 2016–18 an der Universität für Angewandte Kunst Wien.

Berufliche Erfahrungen sammelte sie als Grafik Freelancerin, Kleinunternehmerin, Social Media Producerin und Social Media Marketing Managerin. Aktuell betreut sie bei Humanbrand Media Kampagnen von Microsoft in der DACH-Region. Die Bewerbung der Produkte erweckte ihr generelles Interesse an Digitalisierungsprozessen und entwickelte daraus eine kritische Haltung zur Digitalität.

Ausgleich zum Digitalen findet sie durch zeitgenössischen Tanz.

