

Master Thesis

ecm – educating/curating/managing 2010–2012

Masterlehrgang für Ausstellungstheorie und –praxis

an der Universität für angewandte Kunst Wien

Das Museum, die Öffentlichkeit und der Dritte Ort

Überlegungen zur Herstellung allgemeiner Teilöffentlichkeiten

im musealen Kontext

Severin Dünser

Wien, Juni 2022

Betreut von Mag. Luisa Ziaja und Mag. Christine Haupt-Stummer

Abstract

Die Fragmentierung der Öffentlichkeit in eine Vielzahl von Teilöffentlichkeiten geht einher mit einer Krise des Allgemeinen, des gesellschaftlich Verbindenden. Im Museum konkurrieren Demokratie und Elitarismus miteinander, während sie ineinander verwoben sind. „Öffentlichkeit“ wird hier nur punktuell hergestellt. Um eine langfristige, allgemeine Teilöffentlichkeit im Museum zu etablieren, wird in dieser Arbeit vorgeschlagen, das Modell des „Dritten Ortes“ im Museum zu verankern und es mit einer museumseigenen, digitalen sozialen Plattform zu verbinden.

The fragmentation of the public sphere into a multitude of partial publics goes hand in hand with a crisis of the general, the socially unifying. In the museum, democracy and elitism compete with each other while being intertwined. Here, “a public” is only generated from point to point. In order to establish a long-term, general partial public in the museum, this paper proposes to anchor the "Third Place" model in the museum and to connect it with a museum-owned digital social platform.

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	1
Die Öffentlichkeit	3
Das Museum	17
Das Museum und die Öffentlichkeit	29
Ein „Dritter Ort“ im Museum	41
Praktische Überlegungen zur Struktur von Museen	54
Schlussbemerkungen	66
Literaturverzeichnis	71
Lebenslauf	76

Einleitung

In den letzten Jahren ist es zu scheinbar plötzlichen Entwicklungen gekommen, die unsere Gesellschaft vor große Zerreißproben stellen. Die Coronapandemie war dabei wohl nur ein Katalysator, der Prozesse beschleunigt und spürbarer gemacht hat, die schon länger im Hintergrund stattfanden. Es sind Risse sichtbar geworden, die die Mitglieder der westlichen Gesellschaft auseinanderzutreiben und ein konsensuelles Zusammenleben immer mehr zu einem konkurrierenden Nebeneinanderleben zu machen scheinen. Die liberalen Demokratien der westlichen Welt haben dabei als politische Systeme bei ihren Bürger*innen an Attraktivität verloren und werden von Teilen der Bevölkerungen in Frage gestellt. Wir sind in der Spätmoderne angekommen¹ und das normative Projekt einer aufklärerischen Moderne mündet in eine Zeit der Individualisierungen und Singularisierungen, die es erschweren, Übereinkünfte zu treffen, bzw. die einen gesamtgesellschaftlichen Konsens überhaupt gänzlich in Zweifel ziehen.

Vor dem Hintergrund dieser Umbrüche stellt sich die Frage, welche Auswirkungen sie auf Institutionen haben, und wie Kunstmuseen mit ihnen umgehen sollen. Historisch gesehen hatten Museen zunächst eine repräsentative Funktion (Wunderkammer als Ausdruck von Herrschaft), bevor sie immer mehr zu einem Mittel der Erziehung der Bürger*innen wurden. Sie

¹ Vgl. Anthony GIDDENS, Kritische Theorie der Spätmoderne, Passagen-Verlag Wien 1992; Andreas RECKWITZ, Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne, Suhrkamp Berlin 2017.

vermitteln noch immer einen normativen Wertekanon, der gegenläufig zur Parallelität einer Vielzahl an (oft auch gegensätzlichen) Standpunkten in der Gesellschaft ist. Das Hinterfragen des politischen Systems bringt auch ein unterschwelliges Misstrauen in seine Institutionen mit sich, insbesondere in die Objektivität der von ihnen vermittelten Inhalte. Wie sollten die Kunstmuseen diesem Verlust an Vertrauen also begegnen?

In den folgenden Kapiteln versuche ich Perspektiven für das Kunstmuseum zu entwickeln, indem ich verschiedene Fragestellungen beantworte. Zunächst widme ich mich dem Begriff der „Öffentlichkeit“ und beschreibe, wie er sich gewandelt hat und was er heute bedeutet. Dann erörtere ich, was ein Kunstmuseum ist und welche Aufgaben es wahrnimmt. Im Anschluss ziehe ich meine Schlüsse aus den beiden vorangegangenen Kapiteln und gehe der Frage nach, was die Öffentlichkeit des Museums war und ist. In der Folge gehe ich auf das Konzept des „dritten Ortes“ ein, den ich als essentielle Brücke zwischen verschiedenen Individuen und Gruppen innerhalb der Gesellschaft sehe. Daraus ziehe ich in Relation zum veränderten Öffentlichkeitsbegriff Schlüsse, wie das Museum ein Ort für individuelle und gemeinschaftliche Aktivitäten sein und wie es zu einem dritten Ort für allgemeine Teilöffentlichkeiten werden könnte.

Die Öffentlichkeit

„Öffentlichkeit“ ist ein relativ schwammiger Begriff, der sich schwer fassen lässt. Bezeichnet er einfach eine Menge von Menschen, die im Austausch miteinander stehen oder eine gesellschaftliche Situation des Dialogs abseits des privaten Lebensbereichs? Und gibt es die eine Öffentlichkeit überhaupt oder handelt es sich nicht vielmehr um eine Vielzahl von Teilöffentlichkeiten? Ich versuche in diesem Kapitel anhand verschiedener Standpunkte den Begriff auszuloten und vor dem Hintergrund jüngster gesellschaftlicher Entwicklungen eine aktuelle Synthese herauszuarbeiten.

„Öffentlichkeit“ ist ein Begriff, der sowohl in der Soziologie, Politikwissenschaft und Kommunikationswissenschaft als auch in anderen Forschungsbereichen von Interesse ist und aus den jeweiligen Blickwinkeln auch unterschiedlich definiert wird. Zudem gibt es innerhalb der Disziplinen in Vergangenheit und Gegenwart auch divergierende Auffassungen darüber, was unter „Öffentlichkeit“ zu verstehen ist. Außerdem unterliegt der Begriff einem Wandel, der sich im Zuge der Digitalisierung verstärkt hat und ältere Konzepte von „Öffentlichkeit“ mittlerweile teilweise in Frage stellt.

Der Begriff der Öffentlichkeit entwickelt sich im 18. Jahrhundert. Er ist zunächst im Kontext von Demokratisierungsprozessen der Gegensatz zum Geheimen in dem Politisches zwischen ausgewählten Personen verhandelt wird². Jürgen

² Vgl. Jürgen HABERMAS, Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft, Suhrkamp Verlag Frankfurt am Main 1990¹ (Unveränderter Nachdruck der zuerst 1962 im Hermann Luchterhand Verlag, Neuwied, erschienenen Ausgabe), S. 95–96.

Habermas verortet die Entstehung einer modernen Öffentlichkeit in den Kaffeehäusern und Salons des 18. Jahrhunderts. Sie sind Strukturen, die einen Austausch ermöglichen und dem Bürgertum seinen Aufstieg in der stark hierarchischen Gesellschaft der damaligen Zeit ermöglichen.

In seinem Buch „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ zeichnet Habermas den Wandel der Öffentlichkeit und des Begriffs davon historisch und theoretisch nach und entwickelt seinen Öffentlichkeitsbegriff bezogen auf die moderne, bürgerliche Gesellschaft. Für seine Auffassung einer bürgerlichen Öffentlichkeit sieht er drei Merkmale als wesentlich an. Das erste Merkmal ist die freie Zugänglichkeit für alle, wie er schreibt: „Zunächst ist eine Art gesellschaftlichen Verkehrs gefordert, der nicht etwa die Gleichheit des Status voraussetzt, sondern von diesem überhaupt absieht. Gegen das Zeremoniell der Ränge setzt sich tendenziell der Takt der Ebenbürtigkeit durch“³. Als zweiten Punkt nennt er das „Allgemeine“ als Thema von Diskussionen, mit dem sich das Publikum kritisch beschäftigt. Er stellt es in Zusammenhang mit dem Erwerb und Besitz von literarischen, philosophischen und künstlerischen Werken, deren Handel er mit dem Tausch von Ideen gleichsetzt: „Die Privatleute, denen das Werk als Ware zugänglich wird, profanieren es, indem sie autonom, auf dem Wege der rationalen Verständigung untereinander, seinen Sinn suchen, bereden und damit aussprechen müssen, was eben in der Unausgesprochenheit solange

³ Ebenda, S. 97.

autoritative Kraft hatte entfalten können“⁴. Das dritte Merkmal ist für Habermas die grundsätzliche „Unabgeschlossenheit des Publikums“⁵:

Die diskutablen Fragen werden ‚allgemein‘ nicht nur im Sinne ihrer Bedeutsamkeit, sondern auch der Zugänglichkeit: alle müssen dazugehören können. Wo sich das Publikum institutionell als feste Gruppe von Gesprächspartnern etabliert, setzt es sich nicht mit dem Publikum gleich, sondern beansprucht allenfalls, als sein Sprecher, vielleicht gar als sein Erzieher, in seinem Namen aufzutreten, es zu vertreten - die neue Gestalt der bürgerlichen Repräsentation.⁶

Und das Publikum ist nach Habermas als „Träger der öffentlichen Meinung“⁷ das Subjekt dieser Öffentlichkeit. Einzige Voraussetzung für die Teilnahme des Subjekts an der öffentlichen Diskussion ist das Anerkennen der Spielregeln. Zu ihnen zählt einerseits die Offenheit gegenüber und Anerkennung von überzeugenden Argumenten, andererseits das Ablegen von Vorurteilen⁸ - es geht also um Vernunft und Rationalität als Kriterien, Status oder Klassenzugehörigkeit des Subjekts haben nach Habermas in der bürgerlichen Öffentlichkeit keine Auswirkung auf die Rezeption der von ihm vermittelten Inhalte. Allerdings scheint gesellschaftliche Teilhabe nach Habermas‘ Modell einer bürgerlichen Öffentlichkeit eine Idealvorstellung widerzuspiegeln, da

⁴ Ebenda, S. 98.

⁵ Ebenda.

⁶ Ebenda, S. 98-99.

⁷ Ebenda, S. 55.

⁸ Ebenda, S. 103.

bestimmte Teile der Gesellschaft es aus unterschiedlichen Gründen weitaus schwerer hatten und haben, sich und ihren Standpunkt einzubringen. Das führt zu der Frage, ob es überhaupt so etwas wie eine Öffentlichkeit geben kann, in der sich alle verschiedenen Meinungen repräsentiert finden, oder ob es aufgrund unterschiedlicher ökonomischer und technologischer Möglichkeiten der Einzelnen nicht zwangsläufig zu einem Ungleichgewicht in einem Wettstreit der besten Argumente kommen muss.

Eine Antwort auf diese Frage gaben 1972 Oscar Negt und Alexander Kluge mit ihrem Buch „Öffentlichkeit und Erfahrung“⁹. Sie skizzieren darin ebenso eine idealisierte Form der Öffentlichkeit, nur dass es nun keine bürgerliche ist, sondern eine proletarische. Um als Gesellschaft zu einer solchen Form von Öffentlichkeit zu kommen, müssten allerdings in einem Zwischenschritt zunächst Gegenöffentlichkeiten entstehen: „Den Begriff Produktionsöffentlichkeit haben wir in unserem gemeinsamen Buch ‚Öffentlichkeit und Erfahrung‘ eingeführt. Dort beschreiben wir die bürgerliche oder repräsentative Öffentlichkeit, die sich als die Eine und Allgemeine der Gesamtgesellschaft definiert. Ihr stehen Gegenöffentlichkeiten gegenüber als besondere, in denen sich (oft nur provisorisch und potentiell) das zusammenfasst, was von der repräsentativen Öffentlichkeit ausgegrenzt oder nicht erreicht wird (das Proletarische, das Intime, das Geheime, die besonderen Gewaltverhältnisse). Bei der Untersuchung dieser Gegenöffentlichkeiten stießen wir im Umkreis großer Produktionsunternehmen, im 20. Jahrhundert zunehmend, auf eine mächtige Untergruppe besonderer Öffentlichkeiten, die

⁹ Alexander KLUGE und Oskar NEGTE, Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit, Suhrkamp Frankfurt am Main 1972.

wir Produktionsöffentlichkeiten nennen.“¹⁰ Es geht Kluge und Negt also darum aufzuzeigen, dass die bürgerliche eine repräsentative Öffentlichkeit ist, die allerdings viele Lebensrealitäten ausklammert, die zwangsläufig eigene (Gegen-)Öffentlichkeiten bilden. Zudem kommt es mit (auch immer günstigeren) Möglichkeiten der Medienproduktion zu einer zunehmenden Dezentralisierung von Öffentlichkeiten, die gerade auch mit dem Internet seit Ende der 1990er Jahre stetig an Dynamik gewinnt.

Die Systemtheorie von Niklas Luhmann verfolgt einen anderen Ansatz. In ihr geht es nicht um die einzelnen Elemente einer Gesellschaft, sondern die Beziehungen zwischen ihnen. Diese äußern sich in Form von Kommunikation, die einen gesellschaftskonstituierenden Prozess darstellt. Zwischen den einzelnen Elementen (die ebenso Subjekte wie z.B. auch Medien sein können) kann nicht unbegrenzt Kommunikation stattfinden. Durch Selektion werden die Kanäle auf die wichtigsten reduziert, um die Komplexität niedrig zu halten. Diese Selektion basiert auf Differenzierung, durch die sich verschiedene Systeme innerhalb der Gesellschaft ausbilden, die sich gegenseitig bedingen. Eines dieser Systeme sind die Massenmedien, die nach Luhmann die Aufgabe erfüllen, Realität innerhalb der Gesellschaft zu konstruieren. Im Jahr 1995 schließt er in ihnen allerdings eine Interaktion zwischen Sender und Empfänger aufgrund einer „technisch bedingten Notwendigkeit einer

¹⁰ Alexander KLUGE und Oskar NEGt, Geschichte und Eigensinn, Band 2, Deutschland als Produktionsöffentlichkeit, Suhrkamp Frankfurt am Main 1993 (erstmalig veröffentlicht 1981), S. 435.

Kontaktunterbrechung“¹¹ aus. „Ihre Präferenz für Information, die durch Publikation ihren Überraschungswert verliert, also ständig in Nichtinformation transformiert wird, macht deutlich, dass die Funktion der Massenmedien in der ständigen Erzeugung und Bearbeitung von Irritation besteht - und weder in der Vermehrung von Erkenntnis noch in einer Sozialisation oder Erziehung in Richtung auf Konformität mit Normen“¹², so Luhmann. Die Öffentlichkeit definiert er als „Reflexion jeder gesellschaftsinternen Systemgrenze, oder anders: als gesellschaftsinterne Umwelt der gesellschaftlichen Teilsysteme, also aller Interaktionen und Organisationen, aber auch der gesellschaftlichen Funktionssysteme und der sozialen Bewegungen“¹³. Öffentlichkeit ist nach Luhmann also ein Medium der Reflexion, „das die Unüberschreitbarkeit von Grenzen und, dadurch inspiriert, das Beobachten von Beobachtungen registriert“¹⁴.

Habermas beschreibt 1962 die Öffentlichkeit aus historischer und theoretischer Sicht und legt ihren Idealzustand in einer modernen, bürgerlichen Gesellschaft dar. Negt und Kluge stellen dem 1972 das Konzept der Gegenöffentlichkeiten entgegen, die sich in Opposition zu einer repräsentativen, allgemeinen Öffentlichkeit formieren. Luhmanns funktional-strukturelle Überlegungen von

¹¹ Niklas LUHMANN, Die Realität der Massenmedien, Springer Fachmedien Wiesbaden 1996² (erstmalig erschienen 1995), S. 11.

¹² Ebenda, S. 174.

¹³ Ebenda, S. 184–185.

¹⁴ Ebenda, S. 187.

1995¹⁵ skizzieren noch verstärkter eine Enthierarchisierung und Dezentralisierung der Öffentlichkeit.

Die verschiedenen Perspektiven spiegeln auch ein Bild der Medien wieder, die zur Zeit der Entstehung der verschiedenen Aufsätze dominant waren. So fand ein erster Strukturwandel der Öffentlichkeit im 18. und 19. Jahrhundert statt, als mittels Zeitungen begonnen wurde, massenmedial zu kommunizieren (und nicht mehr nur in kleinen Gruppen etwa in Kaffeehäusern). Ein zweiter Strukturwandel vollzog sich ab der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts, als die bis dahin parteiische Presse mit klarer ideologischer Positionierung mehr und mehr durch Medienunternehmen verdrängt wurde, die nach ökonomischen Gesichtspunkten agierte. Veröffentlicht wurde nun Informations- und Unterhaltungspublizistik, die höchstmögliche Quoten und Auflagen, aber damit verbunden auch Werbeeinnahmen erwarten ließ. Gleichzeitig diversifizierte sich auch das Medienangebot – sowohl das Privatfernsehen als auch Magazine und Zeitschriften für jedes Partikularinteresse erweiterten das Spektrum¹⁶.

Aber seit den 1990er-Jahren kam es parallel zu einer zunehmenden Digitalisierung der Kommunikation, die ab der Jahrtausendwende einen Internetboom auslöste und ab den 2010er-Jahren in eine „technische, soziale

¹⁵ Luhmann entwickelte seine Überlegungen allerdings schon seit den 1970er-Jahren.

¹⁶ Mark EISENEGGER, Dritter, digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit als Folge der Plattformisierung, in: Mark EISENEGGER, Marlis PRINZING, Patrik ETTINGER und Roger BLUM (Hg.), Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit, Springer Fachmedien Wiesbaden 2021¹, S. 18: „Der zweite Strukturwandel förderte die Ausweitung des Medienangebots zu einem breit gefächerten Medienkiosk unter Einschluss von Boulevard- und Forumszeitungen sowie vielfältigen Special-Interest-Medien“.

und ökonomische Konzentration auf wenige global tätige Tech-Plattformen“¹⁷ mündete, wie es der Kommunikationswissenschaftler Mark Eisenegger beschreibt. Der Einfluss der digitalen Plattformen auf die Struktur und Inhalte öffentlicher Kommunikation hat die Medienunternehmen mittlerweile abgelöst und die durch sie veränderten Spielregeln legen einen erneuten Umbruch, einen dritten Strukturwandel der Öffentlichkeit nahe, den ich anhand der Überlegungen von Mark Eisenegger umreiße.

In seinem Aufsatz „Dritter, digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit als Folge der Plattformisierung“ von 2021 argumentiert er, die Ursache für den neuen Umbruch sei nicht in der Digitalisierung an sich zu finden, sondern in der „Plattformisierung“. Darunter versteht Eisenegger den „gesellschaftlichen Bedeutungsaufstieg digitaler Tech-Plattformen seit den 2010er Jahren“ und den stetig wachsenden Anteil „infrastruktureller und regelsetzender Plattform-Elemente in den Internet-Ökosystemen“¹⁸. Sie verändere laut Eisenegger die mediale Öffentlichkeit und damit auch die gesamte Gesellschaft.

Eisenegger zeigt mehrere Indizien auf, an denen sich der dritte Strukturwandel ablesen lässt. Als ein Indiz nennt er Plattform-Logiken, die sehr konkrete Auswirkungen auf die Gesellschaft haben. „Den Plattform-Algorithmen liegen kulturell imprägnierte und ökonomisch motivierte Werte einer kalifornischen Ideologie zugrunde, die in Form von Programmieranweisungen steuerungswirksam werden“¹⁹, schreibt er, und konstatiert, dass die Plattformen

¹⁷ Ebenda, S. 19.

¹⁸ Ebenda, S. 17.

¹⁹ Ebenda, S. 25.

durch in Codes verborgene Ideologien maßgeblich auf die Konstruktion von Öffentlichkeit einwirken. Die Vernetzung der Nutzer innerhalb der Plattformen mit Freunden und das Abonnieren und Folgen von Gleichgesinnten fördert eine gemeinschaftliche Kommunikationslogik, aber auch einen digitalen Tribalismus der auf emotionalen Bindungen fußt. Neben der Stärkung sozialer Beziehungen wird auf den Plattformen noch die Selbstdarstellung als Zweck verfolgt. Für die Nutzer spielt sich also alles zwischen den Polen von sozialer Einbindung und Identitätsmanagement ab. Die Plattformen ihrerseits „selektionieren, aggregieren und hierarchisieren [mittels] Algorithmen Nachrichten, Postings, Videos oder Fotos, strukturieren die private wie die öffentliche Kommunikation und werden damit zu Konstrukteuren gesellschaftlicher Wirklichkeit eigener Art sowie zum Nukleus einer technisch vermittelten Rahmung, Kontrolle und Kuratierung sozialen Handelns“²⁰. Das Auswerten von Nutzervorlieben führt dazu, dass Inhalte individuell zugeschnitten werden. Allerdings entsteht dadurch eine äußerst fragmentierte Plattform-Öffentlichkeit, in der Informationen nur spezifisch angeboten werden und damit einer breiteren Öffentlichkeit verborgen bleiben (was auch dazu führt, dass Falschinformationen entweder gar nicht oder nur zeitlich verzögert von Nutzern korrigiert werden, die Richtigstellungen aber durch das selektive Informationsangebot nicht unter den Konsumenten der „Fake News“ zirkulieren). Dass die Plattformen kein Interesse an einer Korrektur der Algorithmen haben, liegt an deren Ausrichtung auf Reichweite und Interaktion: gut ist, was oft angesehen, kommentiert und geliket wird – unabhängig von inhaltlichen Kategorien. In den personalisierten Newsfeeds werden Beiträge

²⁰ Ebenda, S. 27.

vermischt, die sowohl professionell als auch privat erstellt werden, informativ oder unterhaltsam sind, kommerzielle oder ideologische Interessen verfolgen. Aus der Wahrnehmung der Nutzer entsteht so eine Melange, die die Grenzen zwischen journalistischen und anderen Inhalten zunehmend verschwimmen lässt. Die Folgen des digitalen Strukturwandels sind laut Eisenegger eine „Deinstitutionalisierung journalistischer Informationsmedien und ihrer Qualitätsstandards und eine Institutionalisierung neuer Plattform-Logiken“²¹. Der Wegfall der traditionellen Medien als Gatekeeper liberalisiert den öffentlichen Diskurs, verschlechtert aber seine Qualität. Die Möglichkeiten für eine Teilhabe an ihm erhöhen sich für Privatpersonen erheblich. Die Fragmentierung der Plattform-Öffentlichkeit führt auch zu einer Dezentralisierung und Enthierarchisierung, wodurch die „Meinungsäußerungsfreiheit strukturell gestärkt“²² wird.

Diesen dritten Strukturwandel sieht Eisenegger vor dem Hintergrund neuer Leitbilder in der Gesellschaft. Die Finanzkrise von 2008 markiert einen Wendepunkt, ab dem das bis dahin dominierende Leitbild des Neoliberalismus abgelöst wird. Da den frei agierenden Kräften der Wirtschaft nicht mehr zugetraut wird, verantwortlich im Sinne der Gesellschaft zu handeln, rücken andere Modelle an deren Stelle. Einerseits ist es eine „Globalisierungs- und Elitenkritik und eine korrelative Re-Nationalisierung der öffentlichen Kommunikation“²³. Andererseits, aber auch teilweise mit ersterem verbunden,

²¹ Ebenda, S. 36.

²² Ebenda.

²³ Mark EISENEGGER und Linards UDRIS, Eine öffentlichkeitssoziologische Theorie des sozialen Wandels in der digitalen Gesellschaft, in: Mark EISENEGGER, Linards UDRIS und

ist es ein „digital-solutionistisches Gesellschaftsmodell“²⁴, das anstelle des Neoliberalismus tritt. Es wird bestimmt vom Glauben in „die beinahe unbeschränkte Transformations-, Lösungs- und Heilungskraft digitaler Technologien“. „Gesellschaftlich leitend“, so Mark Eisenegger und Linards Udris, „wird die Vorstellung, dass es für (beinahe) jedes soziale Problem auch eine digital-technologische Lösung (Solution) gibt und dass alle gesellschaftlichen Probleme als technologische Probleme definierbar sind“²⁵. Das führe dazu, dass digitale Technologien zwar im Gewand des Datenkapitalismus durchaus problematisch gesehen werden, ihnen aber trotzdem ein beinahe dogmatisches Problemlösungsvermögen zugesprochen wird, über das sie in Konkurrenz zu demokratischen Institutionen treten. Die Institutionskritik erbt der digitale Solutionismus vom Neoliberalismus, in dem die digitalkapitalistischen Ideen ihren Ausgang nehmen.²⁶

Die Fragmentierung und Tribalisierung von Öffentlichkeit in der Spätmoderne beschreibt auch ein weiterer Soziologe. Andreas Reckwitz sieht sie in seinem Buch „Die Gesellschaft der Singularitäten“ aber aus einer anderen Perspektive,

Patrik ETTINGER (Hg.), Wandel der Öffentlichkeit und der Gesellschaft, Springer Fachmedien Wiesbaden 2019¹, S. 16.

²⁴ Ebenda.

²⁵ Ebenda.

²⁶ Ebenda, S. 17: „Im digitalen Solutionismus verbindet sich damit partiell ein institutionenkritischer Libertarismus mit einem weitreichenden Technikdeterminismus. Es sind solche libertären, institutionenkritischen Ideenelemente, die der digitale Solutionismus vom neoliberalen Gesellschaftsmodell beerbt, aber radikaltechnologisch auflädt“.

die er aus dem Kontrast zwischen einer sozialen Logik des Allgemeinen und des Besonderen entwickelt.

Reckwitz sieht in der Rationalisierung die dominante Leitidee der Moderne zwischen 1920 und 1970. Es wird generalisiert, standardisiert und formalisiert, um die Effizienz und Berechenbarkeit der Industrie sicherzustellen, und damit auch einen gesamtgesellschaftlichen Wohlstand. In dieser „Massenkultur“²⁷ ist die Logik des Allgemeinen vorherrschend und das, was aus der Reihe tanzt, eher negativ konnotiert, auch wenn auf Konsumebene schon eine Tendenz zum Besonderen stärker wird. Dominant wird die soziale Logik des Besonderen laut Reckwitz ab den 1970er-Jahren, ausgelöst durch einen Bedeutungsrückgang der Industrie, das Aufkommen einer neuen Mittelklasse parallel zur 1968er-Bewegung, für die Werte wie Individualität und Authentizität zentral sind, als auch durch die fortschreitende Digitalisierung. Die Massenware, die auf ein Preis-Leistungs-Verhältnis ausgerichtet war, wird nun „kulturalisiert“, d.h. ihre Attraktivität spiegelt sich in ihrem „Image“ wider, das in einem Bewertungsprozess durch die Konsumenten konstruiert wird (und den die Wirtschaft auch zu steuern versucht). Die Einzigartigkeit wird zum Gradmesser eines Valorisierungsvorgangs, den Reckwitz unter dem Begriff der „Singularisierung“ subsummiert.

Im Bereich der Arbeitswelt verändert sich die Ausrichtung des arbeitenden Subjekts auf Leistung hin zu einer auf Performanz: die Einzigartigkeit wird vom Arbeitnehmer in Form von Originalität und Kreativität zur Schau gestellt. Die kollektiv dominante Bewertung nach Besonderheit führt auch zu einer

²⁷ Andreas RECKWITZ, Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne, Suhrkamp Berlin 2017¹, S. 101.

Polarisierung, in der der Niedriglohnsektor gegenüber der Wissensökonomie eine weitere soziale Abwertung erfährt. Das Entwickeln und Vermitteln eines individuellen Profils steht nach Reckwitz auch im Zentrum der Digitalisierung. Im Gegensatz zur Technik der Industriegesellschaft verstärke „die Digitalität und das Internet eine Kulturalisierung des Sozialen“ und werde dadurch zu einer „Kulturmaschine“²⁸. Innerhalb dieser „Kulturmaschine“ werden Profile collageartig aus einzelnen Elementen zusammengesetzt, in deren Kombination sich „die einzelne Person und ihr ‚Kosmos‘ als Besonderheit“²⁹ ergibt. Die Verhandlung von Distinktion folgt dabei dem Ideal einer neuen Mittelschicht, die in einer „Selbstkulturalisierung des Lebensstils“ eine „umfassende Ästhetisierung und Ethisierung des Alltagslebens, die nach Selbstverwirklichung und dem Authentischen sucht“³⁰ anstrebt. Reckwitz vergleicht dabei das spätmoderne Subjekt weniger mit dem Lebenskünstler als mit dem Kurator, dessen Kunst „in der klugen Auswahl und Aneignung, der kreativen Transformation und Einbettung, die aus dem Disparaten ein stimmiges Ganzes machen, das trotzdem seine Heterogenität bewahrt“³¹ besteht. Reckwitz stellt die Frage, ob eine Dominanz der sozialen Logik des Besonderen zu einer Krise des Allgemeinen führt und das Streben nach gesamtgesellschaftlichem Fortschritt der Moderne ablöst. Er identifiziert drei Problemfelder, die die „Krise des Allgemeinen“ forcieren: In der Arbeitswelt ist es eine Krise der Anerkennung, die sich aus der Abwertung von

²⁸ Ebenda, S. 227.

²⁹ Ebenda, S. 249.

³⁰ Ebenda, S. 283.

³¹ Ebenda, S. 295.

Niedrigqualifizierten ergibt, in der Kultur eine Krise der Selbstverwirklichung, die entgegen den Autonomieerwartungen auch zur „Quelle von Defiziterfahrungen“³² wird, sowie eine Krise des Politischen, das an „gesamtgesellschaftlichen Steuerungsmöglichkeiten verloren“³³ hat – angefeuert von einer digitalen Verlagerung der politischen Debatte „in autonome Teilöffentlichkeiten“³⁴.

Sowohl Eisenegger als auch Reckwitz stellen eine Parzellierung der Öffentlichkeit fest, die zu einer Polarisierung entlang verschiedener Achsen führt. Reckwitz schließt sein Buch mit Überlegungen, „wie eine zumindest provisorische ‚Rekonstitution des Allgemeinen‘ innerhalb einer Gesellschaft der Singularitäten möglich ist“. Einen möglichen Ansatz sieht er im Wiederherstellen einer allgemeinen Öffentlichkeit, in der „Subjekte aus den unterschiedlichen Klassen und Milieus der Gesellschaft aufeinandertreffen“³⁵. Und es stellt sich die Frage, ob nicht gerade Kunstmuseen dafür prädestiniert wären, als Orte für solche allgemeinen Öffentlichkeiten zu fungieren und verbindende Qualitäten für die Gesellschaft anbieten könnten.

³² Ebenda, S. 434.

³³ Ebenda.

³⁴ Ebenda.

³⁵ Ebenda, S. 440

Das Museum

Etymologisch lässt sich der Begriff Museum von Museion herleiten, dem Heiligtum der Musen im antiken Griechenland. Museien waren Orte der Bildung und Ertüchtigung, die oft nur aus einem Altar und Abgrenzungen bestanden. Um die Mitte des 4. Jhdt. v.u.Z. entwickelte Aristoteles' Schule im Lykeion von Athen eine internationale Bedeutsamkeit. Es wird angenommen, dass das Museion von Alexandria um 280 v.u.Z. von König Ptolemäus I. in Anlehnung an eines im Lykeion gegründet wurde. Im Museion von Alexandria forschten und unterrichteten Gelehrte aus aller Welt, es war eine Bildungseinrichtung. Dort wurden in der angeschlossenen Bibliothek Texte editiert und katalogisiert und auch eine Norm für wissenschaftliche Praxis entwickelt. Als königliche Gründung hatte das Museion ebenso eine repräsentative Funktion und symbolisierte die Herrschaft über das Wissen der damaligen Zeit. In Konkurrenz zu Alexandria stand Pergamon, dessen König Attalos I. Statuen und Malereien aus kontrollierten oder eroberten Gebieten sammelte und in der Stadt „ausstellte“. Der Kunsthistoriker Jeffrey Abt legt nahe, dass in der Zeit zwischen der Hellenistischen und der Römischen Dominanz in der Antike ein Umbruch stattfand, sodass Objekte nicht mehr der religiösen Verehrung, sondern als Eroberungstrophäen sowie der kulturellen Verehrung dienten³⁶. Das kam in Rom vom 1. bis zum 2. Jhdt. v.u.Z. noch mehr zur Geltung, als griechische Statuen in großer Anzahl im öffentlichen Raum platziert wurden. Römische Privatleute demonstrierten ihre Macht und ihren Reichtum durch das eigenmächtige

³⁶ Jeffrey ABT, The Origins of the Public Museum, in: Sharon MACDONALD (Hg.), A Companion to Museum Studies, Blackwell Publishing Oxford 2006¹, S. 117.

Aufstellen von griechischen Statuen und konkurrierten so mit der Staatsmacht, woraufhin Augustus bestimmte, dass griechische Kunst fortan öffentliches Eigentum und nur im Dienst des Staates zu nutzen sei³⁷. Auch nach dem Untergang Roms hielt Byzanz am Aufstellen griechischer Statuen fest, auch wenn ihre paganen Motive im Gegensatz zur christlichen Staatsreligion standen. Aber sie erfüllten offensichtlich eine stärkere, repräsentative Funktion, die sowohl herrschaftliche Dominanz und das Anknüpfen an eine hellenistisch-römische Geschichte vermittelte³⁸.

In der Renaissance erwachte ein neues Interesse an Aristoteles. Nicht nur wurden seine Texte übersetzt, sondern auch seine empirische Methodik angewandt. Objekte, die beschrieben wurden, kamen bald auch aus der neuen Welt, und man begann, Möbel für ihre Aufbewahrung zu bauen. Die Orte, an denen sie ab dem späten 15. Jhd. aufgestellt wurden, waren oft nur diesem Zweck gewidmet und wurden u.a. Wunderkammer, Gabinetto, Studiolo, Galleria, aber meist in Anlehnung an die antiken Vorbilder, Musaeum genannt³⁹. Die Sammlungen der Renaissance waren dabei meist an privaten Orten untergebracht, die mehr und mehr zu öffentlichen Orten für eine bestimmte Schicht von Gebildeten wurden. Sie entwickelten sich zum Rahmen für den gelehrten Diskurs in Gegenwart seiner Gegenstände und da dieser wichtig für die Bildung einer Zivilgesellschaft war, wurde das Musaeum zunehmend als gewissermaßen öffentliches Forum gesehen⁴⁰. Die 1570/71 errichteten

³⁷ Ebenda.

³⁸ Ebenda, S. 119.

³⁹ Ebenda, S. 119–120.

⁴⁰ Ebenda, S. 122.

Räumlichkeiten für die Sammlung von Ferdinand II. in Schloß Ambras in Innsbruck waren zunächst offen für Gäste des Erzherzogs, ab dem frühen 17. Jhdt. wurden auch regelmäßige Führungen angeboten. Ab 1580 wurde die Sammlung von Francesco de' Medici aus den privaten Gemächern in die Uffizien von Florenz übersiedelt, wo sie die lokale Elite und ausländische Würdenträger bestaunen konnten. Sie stifteten nun nicht mehr nur privates Vergnügen, sondern wurden auch zum „Teil der öffentlichen Reputationen“⁴¹. Ähnliches passierte Ende des 16. bis Anfang des 17. Jhdt. in Prag, wo Rudolf II. seine Sammlung von Naturalia und Artificialia so im Palast aufstellen ließ, dass sie besucht werden konnten, ohne andere Räume zu betreten. Auch in den römischen Palästen des frühen bis späten 17. Jhdt. wurde das so gehandhabt. Hier beschränkte sich das Publikum zunächst auf höchste Kreise, erweiterte sich aber zunehmend auch auf „Künstler, Reisende und andere interessierte Personen“⁴².

John Tradescant der Ältere war Gärtner und Botaniker und eröffnete 1629 mit dem Musaeum Tradescantianum in Lambeth das erste öffentliche Museum in England. In diesem Kuriositätenkabinett versammelte er vor allem Naturalia und Artificialia aus Algier und Virginia. Sein Sohn übernahm die Sammlung und erweiterte sie. Sie konnte gegen einen geringen Eintrittspreis im Rahmen individueller Führungen besucht werden. Tradescant vermachte die Sammlung Elias Ashmole, der zuvor an ihrer Katalogisierung beteiligt war. Er vergrößerte die Sammlung weiter und schenkte sie schließlich seiner Alma Mater, der

⁴¹ Patricia WADDY, *Seventeenth-century Roman Palaces. Use and Art of the Plan*, MIT Press Cambridge 1990, S. 58–59.

⁴² Ebenda.

Oxford University, die 1683 das Ashmolean Museum eröffnete. Das Museum wurde architektonisch so strukturiert, dass es durch ein Labor, einen Vortragssaal und die Sammlungsräume das philosophische Studium der Physik (im Sinne von Aristoteles) unterstützte. Gleichsam war es gegen eine geringe Gebühr (die variabel je nach individuellen finanziellen Möglichkeiten war) für alle öffentlich zugänglich⁴³. Durch die Schenkung sicherte Ashmole die Kontinuität seiner Sammlung und das Museum verband, wie das Ideal aus der Antike, die Forschung mit seinen Gegenständen.

1753 schenkte Sir Hans Sloane seine umfangreiche Sammlung von Objekten und Büchern dem Staat, der damit das British Museum gründete. Auch dieses sollte nicht nur Gelehrten und Studenten vorbehalten sein, sondern einer möglichst breiten Öffentlichkeit zugänglich sein. Während das Museum in England weiter eng mit Forschung und Lehre verknüpft war, entwickelte es sich gegen Ende des 18. Jahrhunderts hin zu einem „sozialen und physischen Raum zur Unterbringung größerer Anzahlen von Besucher*innen mit unterschiedlichen Hintergründen und Klassen“⁴⁴, so Jeffrey Abt. Die königlichen Sammlungen im kontinentalen Europa öffneten sich im 18. Jahrhundert ebenso für eine größere Öffentlichkeit. Allerdings waren es fast immer handfeste Interessen, die dahinter standen – sei es das Zeigen von Wohltätigkeit gegenüber den Untertanen, von moralischer Überlegenheit durch den Inhalt von ausgestellten Kunstwerken, oder auch nur das Fördern der Künste zur Bildung der Bevölkerung (im Sinne der Regierenden).

⁴³ ABT, *The Origins*, S. 125.

⁴⁴ Ebenda, S. 127: „[...] the museum in England was becoming a social as well as physical space in order to accommodate larger numbers of visitors of varying backgrounds and classes”.

Im Zuge der Französischen Revolution gingen die ehemals königlichen Sammlungen ins Staatseigentum über und wurden in der Grand Galerie des Louvre ausgestellt, die in Muséum central des arts de la République – Zentrales Kunstmuseum der Republik – umbenannt wurde. Im Sinne der Aufklärung und dem Streben nach Rationalität hatte man Bedenken hinsichtlich der religiösen Inhalte vieler Kunstwerke. Das Problem löste man, indem man sich nicht nur auf die Ästhetik der Werke verließ, sondern sie auch einer chronologischen Reihung unterordnete, die eine visuelle Kunstgeschichte vermittelte⁴⁵. Napoleons Feld- und Raubzüge führten dazu, dass die erbeutete Kunst nicht mehr genug Platz im Louvre fand, sodass neue Museen nach dem Modell des Louvre in verschiedenen Regionen Frankreichs gegründet wurden. Aber auch in den eroberten Gebieten außerhalb Frankreichs gründete Napoleon Museen nach dem Pariser Vorbild, so etwa 1807 die Galleria dell' Accademia in Venedig, 1808 den Vorgänger des Rijksmuseums in Amsterdam, 1809 die Pinacoteca di Brera in Mailand und das Museo del Prado in Madrid. Auch nach dem Sturz von Napoleon und dem Ende seiner Herrschaft über weite Teile Europas blieben die Institutionen bestehen und festigten das Modell des öffentlichen Museums als Symbolisierungen nationaler Errungenschaften.

Im Nordamerika des 19. Jhdt. wurde das Verhältnis zwischen Öffentlichkeit und Sammeln durch die Demokratie und ihre rechtlichen und ökonomischen Bedingungen in eine andere Richtung gelenkt. Das Smithsonian Museum, das 1846 aufgrund einer Hinterlassenschaft an die Vereinigten Staaten von Amerika

⁴⁵ Schon um 1780 wurde die Neuhängung der kaiserlichen Gemäldesammlung im Oberen Belvedere in Wien durch Christian von Mechel so gestaltet, dass eine historische Entwicklung nachvollzogen werden konnte.

durch den Engländer James Smithson (der selbst nie in Amerika war) gegründet wurde, stellt eher eine Ausnahmeerscheinung dar – die Vereinigten Staaten von Amerika hatten an sich kein Interesse am Betreiben von Museen. Im Fall des Smithsonian Museums waren die unverhofften finanziellen Mittel und seine Funktion von Forschung und Wissensvermittlung für die Gründung ausschlaggebend. Um die Forschung zu unterstützen wurden Sammlungen aufgebaut, die schließlich wesentlich für das Museum wurden. Im Unterschied zum staatlich betriebenen und geführten Smithsonian wurden Museen in den USA privat gegründet und verwaltet. Die Möglichkeiten zur Anhäufung von Reichtum führten zu einer großen Anzahl an Einzelpersonen, die sowohl die finanziellen Mittel und das inhaltliche Interesse zu Sammeln mitbrachten, als auch die sozialen Verbindungen zu Gleichgesinnten, mit denen gemeinsam kulturelle Einrichtungen nach europäischem Vorbild gegründet werden konnten. Es wurden überproportional viele Kunstmuseen gegründet, da man die US-Amerikanische Kultur als noch jung und schlicht ansah und sie stärken wollte⁴⁶. Ab den 1870er-Jahren kam es zu einer Reihe von Neugründungen, darunter das Museum of Fine Arts in Boston und das Metropolitan Museum of Art in New York im Jahr 1870, 1876 im Zuge der Weltausstellung der Vorläufer des Philadelphia Museum of Art, 1879 das Art Institute of Chicago und 1885 das Detroit Institute of Arts. Diese Museen wurden als nichtstaatliche, gemeinnützige Institutionen gegründet, dem ein Kuratorium aus führenden Köpfen aus der Zivilgesellschaft vorstand. Auch heute noch wird die breite Mehrheit der US-Amerikanischen Museen sowohl privat geführt als auch finanziert, staatliche Förderungen stellen in der Regel nur einen unwesentlichen

⁴⁶ ABT, The Origins, S. 130.

Beitrag zum Gesamtbudget dar. In den US-Amerikanischen Museen des 19. und 20. Jhdt. gab es wie in Europa keine Zugangsbeschränkungen mehr, grundsätzlich konnten alle die Institutionen besuchen. Das Ziel der Museen richtete sich vor dem Hintergrund so wahrgenommener politischer Notwendigkeiten und sozialer Bedürfnisse auf das Gestalten der Öffentlichkeit und damit dem Vermitteln bestimmter Haltungen, Fertigkeiten und Tugenden an die Besucher*innen. Es wurde vorausgesetzt, dass die Auseinandersetzung mit der Vergangenheit und den „konstanten Wahrheiten“ in ihr mittels des Narrativs eines menschlichen Fortschritts direkt zu sozialen Verbesserungen beitragen würde⁴⁷.

Diese Entwicklung hat, so der einflussreiche Historiker Krzysztof Pomian, ihren Hintergrund in einer „Verlagerung des Schwerpunkts von der Vergangenheit in die Zukunft, die sich im wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Leben des Westens zwischen dem 12. und 19. Jhdt. vollzogen hat“⁴⁸. Der Wandel beschleunigte sich während der Renaissance und der Aufklärung zusätzlich und drehte die Nadel des Kompass von einer Orientierung an der fernen Vergangenheit und den Anfängen hin zu einem unbestimmten Punkt in der Zukunft. Die Weltsicht war nicht mehr bezogen auf eine Vergangenheit und wurde „futurozentrisch“⁴⁹, das Empfinden von Zeit war nicht mehr rückbezüglich, sondern eine „progressive Bewegung“⁵⁰ nach vorne. Die

⁴⁷ Vgl. ebenda, S. 132.

⁴⁸ Krzysztof POMIAN, Wie schlecht steht es wirklich um die Zukunft der Museen?, Frankfurter Allgemeine Zeitung, 24.11.2020, Nr. 274, S. 12.

⁴⁹ Ebenda.

⁵⁰ Ebenda.

Entwicklung des Museums steht damit, so Pomian, in direktem Zusammenhang: „Wenn sein Auftrag lautet, die Überreste der Vergangenheit in einem Zustand, der dem ursprünglichen möglichst nahekommt, für eine unendlich ferne Zukunft zu bewahren, dann deshalb, weil diese Überreste Zeugnisse der menschlichen Innovationskraft sind“⁵¹. Darüber hinaus basiere die museale Idee auf dem Glauben, dass unsere Nachfahren in einer nicht näher festgelegten Zukunft ähnlich wie wir sein und leben werden und sich so wie wir für unsere Vorfahren interessieren und sich mit ihnen auch identifizieren werden. In seinem Text zeichnet Pomian das Bild einer eher düsteren Zukunft für die Museen: Verschiedene Katastrophen und Krisensituationen würden kommen, deren Ursache man in der Vergangenheit sehen werde und deren Überreste in den Museen man wohl nicht mehr studieren wollen wird. Dem entgegneten verschiedene Autoren, dass man der Institution Museum auch eine Wandlungsfähigkeit zugestehen müsse⁵², ohne die es über die letzten Jahrhunderte wohl nicht so erfolgreich gewesen wäre.

Dass sich die Institution in einem stetigen Wandel befindet, beweist auch die lebendige Diskussion rund um die Neuadaptation der Definition des Museums

⁵¹ Ebenda.

⁵² Vgl. Gottfried FLIEDL, Am Ende. Das Museum, am 29.11.2020 auf <https://museologien.blogspot.com/2020/11/am-ende-das-museum.html> (zuletzt aufgerufen am 5. 5. 2022); Susanne NEUBURGER, Das scheidende Museum? Gedanken zu Krzysztof Pomians Katastrophenszenario, am 10. 9. 2021 auf <https://www.museumdenken.eu/post/gedanken-zu-krzysztof-pomians-katastrophenszenario> (zuletzt aufgerufen am 5. 5. 2022).

durch das International Council of Museums (ICOM). Die derzeit gültige Definition von 2007 lautet folgendermaßen:

„Ein Museum ist eine der Öffentlichkeit zugängliche, nicht gewinnorientierte, ständige Einrichtung im Dienste der Gesellschaft und ihrer Entwicklung, die das materielle und immaterielle Erbe der Menschheit und ihrer Umwelt zum Zwecke der Bildung, des Studiums und des Vergnügens erwirbt, bewahrt, erforscht, vermittelt und ausstellt.“⁵³

2019 wurde ein neuer Entwurf vorgeschlagen, der die Definition ausweitet:

„Museen sind demokratisierende, für jeden zugängliche und mehrstimmige Räume für den kritischen Dialog über vergangene und zukünftige Entwicklungen. Indem sie die Konflikte und Herausforderungen der Gegenwart anerkennen und sich damit auseinandersetzen, sorgen sie dafür, dass Artefakte und Exemplare für die Allgemeinheit aufbewahrt, vielfältige Erinnerungen für zukünftige Generationen konserviert und für alle Menschen die gleichen Rechte und der gleiche Zugang zu kulturellem Erbe garantiert werden.

Museen sind nicht auf Profit ausgerichtet. Sie sind partizipative, transparente Einrichtungen, die in aktiver Partnerschaft mit und für unterschiedliche Gemeinschaften an der Erfassung, Bewahrung, Erforschung, Interpretation,

⁵³ ICOM Museum Definition (eine von den deutschsprachigen Nationalkomitees autorisierte deutsche Fassung gibt es derzeit nicht), vom 24. 8. 2007 auf <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/> (zuletzt aufgerufen am 6. 5. 2022): “A museum is a non-profit, permanent institution in the service of society and its development, open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits the tangible and intangible heritage of humanity and its environment for the purposes of education, study and enjoyment.”

Darstellung und Vertiefung verschiedener Weltanschauungen arbeiten. Ihr Ziel ist es, einen Beitrag zur Menschenwürde, zur sozialen Gerechtigkeit, zur globalen Gleichheit und zum Wohl der Erde zu leisten.“⁵⁴

Der Prozess der Neufassung kam ins Rollen, da das ICOM es als Notwendigkeit sah, seine Museumsdefinition an die Bedürfnisse des 21. Jhdt. anzupassen. Der Vorschlag stieß aber auf Widerstand, der im Wesentlichen drei Punkten bemängelte: Die neue Formulierung schränke die Definition zu sehr ein, sie sei zu lang und zu politisch. Juliette Raoul-Duval, Vorsitzende von ICOM Frankreich, kritisierte sie als „ideologisches“ Manifest⁵⁵, und François Mairesse, Professor an der Université Sorbonne Nouvelle, sieht sie als „Bekundung modischer Werte, viel zu kompliziert und teilweise absurd“ im Gegensatz zu

⁵⁴ Definitionsmöglichkeit zusammengestellt durch das Standing Committee on Museum Definition, Prospects and Potentials und als Vorschlag ausgewählt durch das Executive Board of ICOM, veröffentlicht am 25. Juni 2019 auf <https://icom.museum/en/news/icom-announces-the-alternative-museum-definition-that-will-be-subject-to-a-vote/> (zuletzt aufgerufen am 6. 5. 2022): „Museums are democratising, inclusive and polyphonic spaces for critical dialogue about the pasts and the futures. Acknowledging and addressing the conflicts and challenges of the present, they hold artefacts and specimens in trust for society, safeguard diverse memories for future generations and guarantee equal rights and equal access to heritage for all people.

Museums are not for profit. They are participatory and transparent, and work in active partnership with and for diverse communities to collect, preserve, research, interpret, exhibit, and enhance understandings of the world, aiming to contribute to human dignity and social justice, global equality and planetary wellbeing.”

⁵⁵ Juliette RAOUL-DUVAL in einem Statement gegenüber The Art Newspaper, 19. 8. 2019 auf <https://www.theartnewspaper.com/2019/08/19/what-exactly-is-a-museum-icom-comes-to-blows-over-new-definition> (zuletzt aufgerufen am 6. 5. 2022).

einer Definition, die einfach und präzise ein Objekt beschreiben sollte – sie berücksichtige die außergewöhnliche Vielfalt an Museen nicht⁵⁶. Auch ich teile die Meinung, dass der Vorschlag ungeeignet ist. Meiner Meinung nach liegt das Problem darin begründet, dass die ICOM Museumsdefinition von vielen Staaten herangezogen wird, um die Förderungswürdigkeit einzelner Einrichtungen zu bewerten. Insofern würde die neue Definition einige Institutionen ausschließen, die der noch gültigen Version entsprechen. Allerdings sehe ich auch eine Notwendigkeit, dass sich Museen an die neuen Gegebenheiten anpassen. Aber das muss nicht von heute auf morgen passieren, sondern kann innerhalb eines Veränderungsprozesses stattfinden. Insofern wäre es angebracht, sowohl eine leicht angepasste Fassung der Museumsdefinition zu verabschieden, als auch ein Ideal zu formulieren, in dem festgehalten wird, was ein bestmögliches Museum bedeuten würde. Das wäre eine Aufspaltung in Minimalanforderungen für den Status „Museum“ und in Optimalqualitäten, auf die Institutionen hinarbeiten sollten. Abgesehen davon finde ich, dass Mehrstimmigkeit und Zugänglichkeit wesentliche Eigenschaften für ein Museum im 21. Jhdt. darstellen und dass die Herstellung von Möglichkeiten eines kritischen Dialogs zur Demokratisierung der Öffentlichkeit beitragen sollte, auch wenn das als westlicher und ideologisierender Standpunkt wahrgenommen werden könnte.

⁵⁶ François MAIRESSE in einem Statement gegenüber The Art Newspaper, 19. 8. 2019 auf <https://www.theartnewspaper.com/2019/08/19/what-exactly-is-a-museum-icom-comes-to-blows-over-new-definition> (zuletzt aufgerufen am 6. 5. 2022): “A definition is a simple and precise sentence characterising an object, and this is not a definition but a statement of fashionable values, much too complicated and partly aberrant. [...] it does not take into account the extraordinary variety of museums. It would be disastrous to impose only one type of museum.”

Gerade auch angesichts zunehmend polarisierter Gesellschaften müssen Brücken gebaut werden, die verschiedene Auffassungen verbinden können und an denen nicht nur Gemeinsames ausgehandelt, sondern auch wieder in den Vordergrund gebracht werden kann. Darüber hinaus stehen wir, wie die vorgeschlagene Neudefinition widerspiegelt, vor Herausforderungen wie der Sicherstellung der Menschenwürde und sozialer Gerechtigkeit, der Dekolonialisierung und des ökologischen Gleichgewichts vor denen sich das Museum nicht verschließen kann, wenn es in Zukunft noch eine Rolle in der Gesellschaft spielen will⁵⁷.

⁵⁷ Am 24. August 2022 soll über die neue ICOM-Museumsdefinition abgestimmt werden, deren Wortlaut folgendermaßen vorgeschlagen wurde: „A museum is a not-for-profit, permanent institution in the service of society that researches, collects, conserves, interprets and exhibits tangible and intangible heritage. Open to the public, accessible and inclusive, museums foster diversity and sustainability. They operate and communicate ethically, professionally and with the participation of communities, offering varied experiences for education, enjoyment, reflection and knowledge sharing.“ (veröffentlicht am 20. Mai 2022 auf <https://icom.museum/en/news/the-icom-advisory-council-selects-the-museum-definition-proposal-to-be-voted-in-prague/>, zuletzt aufgerufen am 12. Juni 2022).

Das Museum und die Öffentlichkeit

Im 18. und 19. Jhdt. wurden aus feudalen, bürgerlichen und staatlichen Sammlungen öffentliche Güter, die in Museen zugänglich gemacht wurden. Wie Gordon Fyfe ausführt, wird der Ursprung des Museums zwar auf die Schatz- und Wunderkammern, die Studioli und Sammlungen absolutistischer Herrscher zurückgeführt, die damaligen Museen seien aber nicht nur auf die Öffnung dieser Räume für die Öffentlichkeit reduzierbar. Der Übergang vom Kabinett zum Museum sei „ein erkenntnistheoretischer Wandel, eine Mutation im Raum der Repräsentation, die die westlichen Strukturen des Wissens transformiert hat“⁵⁸.

Mit der Moderne ist die Entstehung einer Kultur des Raumes verknüpft. Wie Michel Foucault schreibt, hat der Raum „in der abendländischen Erfahrung eine Geschichte, und es ist unmöglich, diese schicksalhafte Kreuzung der Zeit mit dem Raum zu verkennen“⁵⁹. Ihm zufolge war der Raum im Mittelalter ein

⁵⁸ Gordon FYFE, *Sociology and the Social Aspects of Museums*, in: Sharon MACDONALD (Hg.), *A Companion to Museum Studies*, Blackwell Publishing Oxford 2006¹, S. 34; Fyfe legt dar, dass dieser erkenntnistheoretische Wandel von mehreren Autoren, meist in Anlehnung an frühe Texte von Michel Foucault, beschrieben wird, darunter Krzysztof Pomian, Eileen Hooper-Greenhill, Susan Pearce, Tony Bennett und Kevin Hetherington.

⁵⁹ Michel FOUCAULT, *Andere Räume*, in: Karlheinz BARCK, Peter GENTE, Heidi PARIS und Stefan RICHTER (Hg.), *Aisthesis. Wahrnehmung heute oder Perspektiven einer anderen Ästhetik*, Reclam Leipzig 1992¹, S. 34.

„hierarchisiertes Ensemble“⁶⁰, ein statischer „Ortungsraum“⁶¹. Mit Galilei und der Wiederentdeckung des unendlichen (Welt-)Raums verschob sich die Auffassung hin zu einer Verbindung von Raum und Zeit, der Ort wurde als in Bewegung befindlich begriffen. Heute seien wir nicht mehr in einer Zeit der Ausdehnung, sondern „in einer Epoche, in der sich uns der Raum in der Form von Lagerungsbeziehungen darbietet“⁶². Das Museum sei jener Ort, an dem versucht werde dieses kontinuierliche Zeit-Raum-Gefüge abzubilden. Nach Foucault ist es ein heterotopischer Ort, ein Ort „außerhalb aller Orte“, eine „tatsächlich realisierte Utopie“, in der andere Orte und Zeiten „gleichzeitig repräsentiert, bestritten und gewendet sind“⁶³. Dem Museum liegt die Idee zugrunde, an einem Ort alle Zeiten, Formen und Geschmäcker fortwährend und unbegrenzt anzuhäufen und zu organisieren, was laut Foucault eine Besonderheit der westlichen Moderne darstellt⁶⁴.

Die Qualität des Museums, eine „tatsächlich realisierte Utopie“ zu sein, ist wohl auch ein Mitgrund dafür, dass das ICOM die Neuformulierung der Museumsdefinition sehr ambitioniert begonnen hat. Dass die Radikalität im Willen zur Veränderung nicht von allen Länderkomitees geteilt wird, hat seine Wurzeln allerdings auch in den westlichen Perspektiven, die hinter mehreren Änderungswünschen stecken. Auch wenn das Museum ein Resultat (und

⁶⁰ Ebenda.

⁶¹ Ebenda, S. 36.

⁶² Ebenda, S. 37.

⁶³ Ebenda, S. 39.

⁶⁴ Ebenda, S. 43.

Katalysator) der westlichen Moderne ist, ist es problematisch westliche Werte für globale Normen heranzuziehen. Die Behauptung von Überlegenheit erzeugt immer Druck auf das Gegenüber, im schlimmsten Fall grenzt es aus. Und das ist ein Phänomen, das in Bezug auf die Struktur der Öffentlichkeit im Museum nicht unwesentlich ist.

Das Versprechen der Moderne einer Emanzipation durch Aufklärung hat sich im 20. Jhdt. trotz der Transformation hin zu einer Wissensgesellschaft nicht eingelöst. Die Rationalität und die Rationalisierung haben sich voneinander entfernt, letztere sorgt durch die Transformation von Schaffenden in Arbeitskräfte für Verwertung und Entfremdung. Das Museum, das aus dem Geist der Vernunft entstand, wurde ebenso auf Funktionen hin rationalisiert, die für manche Besucher*innengruppen zu Entfremdungseffekten führen. Theodor W. Adorno etwa kritisiert: „Museum und Mausoleum verbindet nicht bloß die phonetische Assoziation. Museen sind wie Erbbegräbnisse von Kunstwerken. Sie bezeugen die Neutralisierung der Kultur. Kunstschätze sind in ihnen angehortet: der Marktwert verdrängt das Glück der Betrachtung“⁶⁵. Adorno spricht hier an, wie Objekte durch eine Reduktion auf ihren Signifikanten-Status ihr Signifikat einbüßen – also kaltgestellt werden. Das ist ein von Seiten der Kunstschaffenden oft gehörtes Klagen, deren Werke in der Isolation der Institution als ihrem Kontext entrissen und damit entstellt wahrgenommen werden. Das Museum übt den Kunstschaffenden gegenüber zwar die Rolle eines Gatekeepers aus, der kategorisiert und auch definiert, was zur Hoch- oder Populärkultur zählt. Aber es ist auch ein Ort, an dem die „konkurrierenden

⁶⁵ Theodor W. ADORNO, Valery Proust Museum, in: Prismen. Kulturkritik und Gesellschaft, Deutscher Taschenbuch Verlag München 1963 (geschrieben 1953), S. 176.

Ansprüche von Demokratie und Elitarismus verstrickt“⁶⁶ sind, wie Fyfe in Anlehnung an Cesar Grana schreibt – das Museum kann Gefühle von Aus- und Eingrenzung bestätigen, stellen die Soziologen Pierre Bourdieu und Alain Darbel 1969 fest⁶⁷. Die beiden erhoben Daten und fanden heraus, dass ein statistischer Zusammenhang zwischen Klassenzugehörigkeit und Museumsbesuchen besteht. Sie argumentieren, dass nur ästhetisches Vergnügen bereitet, was auch verstanden wird. Und das Verstehen setze Bildung durch Erziehung und Gewohnheit voraus, was bestimmte Milieus darin benachteiligt, einen Museumsbesuch auch genießen zu können.⁶⁸ Im Gegenteil würden Institutionen von Besucher*innen aus der Arbeiterklasse gar als Orte symbolischer Gewalt erlebt.

⁶⁶ FYFE, *Sociology*, S. 38: “In the USA, Grana (1971), conscious that he was dealing with a new mass phenomenon, was one of the first to note that if the museum was enmeshed in the competing claims of democracy and elitism, then this warranted sociological investigation.”

⁶⁷ Pierre BOURDIEU und Alain DARBEL, *The Love of Art. European Art Museums and Their Public*, Polity Press Cambridge 1991¹ (erstmalig veröffentlicht 1969), S. 112: “[...] it is understandable that in the tiniest details of their morphology and their organization, museums betray their true function, which is to reinforce for some the feeling of belonging and for others the feeling of exclusion.”

⁶⁸ Ebenda, S. 109: “The sociologist establishes, theoretically and experimentally, that the things which please are the things whose concept is understood or, more precisely, that it is only things whose concept is understood which can give pleasure. He or she also establishes that, consequently, in its learned form, aesthetic pleasure presupposes learning and, in any particular case, learning by habit and exercise, such that this pleasure, an artificial product of art and artifice, which exists or is meant to exist as if it were entirely natural, is in reality a cultivated pleasure.”

So argumentiert die Künstlerin und Theoretikerin Marion von Osten, dass „Bildproduktionen“, die Art wie sie ausgestellt und vermittelt werden als auch die „symbolische Ordnung des Raums“ nicht getrennt von den „sozialen Verhältnissen, in denen sie zirkulieren und den Produktionsbedingungen, aus denen sie hervorgehen“⁶⁹ verstanden werden können. Und das deshalb, weil das Gestalten von Raum als auch Bild nicht nur ein sozialer Prozess ist, sondern selbst soziale Strukturen erzeugt. Über die Bedeutung ihrer Darstellungen und Kontextualisierungen hinaus werden im Umgang mit Ausstellungsobjekten soziale Beziehungen hergestellt, aus denen „identifikatorische Gemeinschaften und spezifische Öffentlichkeiten“⁷⁰ entstehen. Kunstwerke sind dabei selbst Ausdruck gesellschaftlicher Realitäten und lassen darüber, was sie darstellen (oder eben auch nicht), Rückschlüsse auf die gegebenen Verhältnisse zu.

Aber der Prototyp des Museums, das Museum des 19. Jhdts., war auf eine bürgerliche Gesellschaft ausgerichtet, und reproduzierte durch Mechanismen des Ausschlusses die gesellschaftlichen Verhältnisse. Und es ist auch heute nachvollziehbar, dass das Museum ein Gefühl von Unsicherheit (und auch Entfremdung) auslösen kann, wenn es Besucher*innen nicht unterstützt, indem etwa Texte auch in einfacher Sprache oder in Fremdsprachen zur Verfügung gestellt, Programme auf Augenhöhe und mit Möglichkeit zur Partizipation angeboten und Öffnungszeiten und Eintrittsgelder auch auf die Bedürfnisse prekär Arbeitender abgestimmt werden. Und man kann das Museum sicherlich

⁶⁹ Marion VON OSTEN, Producing Publics - Making Worlds! Zum Verhältnis von Kunstöffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit, in: Marianne EIGENHEER, Dorothee RICHTER und Barnaby DRABBLE (Hg.), Curating Critique, Revolver Frankfurt a. M. 2007¹, S. 252.

⁷⁰ Ebenda.

als einen Ort wahrnehmen, der zur Reproduktion gesellschaftlicher Verhältnisse beiträgt und Inhalte als Institution des Staates in seinem Sinne vermittelt. Tony Bennett etwa spricht im Zusammenhang mit dem Museum des 19. Jhdts. (auch in Anlehnung an Foucault) von einem „Set kultureller Technologien“⁷¹, das sich freiwillig selbst-regulierende Bürger produziert – im Vergleich zur Institution Gefängnis übt es eine Art von Soft Power aus. Ebenso weist er darauf hin, dass Museen in der Mitte der Städte errichtet wurden, wo sie „als sowohl materielle und symbolische Verkörperungen einer Macht des ‚Zeigens und Erklärens‘, die in einem neu gebildeten, offenen und öffentlichen Raum ausgeübt wurde, versuchten, die Menschen mit rhetorischen Mitteln in die Prozesse des Staates einzugliedern“⁷².

Aber es gibt auch Stimmen, die die Kopplung der Öffentlichkeit an den Staat und damit auch den Aspekt einer implizierten Rolle des Museums als Erziehungswerkzeug für gute Bürger infrage stellen. So bezieht sich Marion von Osten auf den Queertheoretiker Michael Warner⁷³, der festhält, dass Öffentlichkeiten in einer bestimmten Praxis und einem spezifischen Kontext entstehen und dabei keinen Normen entsprechen, sondern nur den Ansprüchen

⁷¹ Tony BENNETT, *The Exhibitionary Complex*, in: *New Formations* Nr. 4, Lawrence & Wishart London Frühling 1988, S. 76: „It is, then, as a set of cultural technologies concerned to organize a voluntarily self-regulating citizenry that I propose to examine the formation of the exhibitionary complex.“

⁷² Ebenda, S. 99: „Museums were also typically located at the centre of cities where they stood as embodiments, both material and symbolic, of a power to 'show and tell' which, in being deployed in a newly constituted open and public space, sought rhetorically to incorporate the people within the processes of the state.“

⁷³ VON OSTEN, *Producing Publics*, S. 254.

auf Identifikation, also subjektiven Bedürfnissen. Ihn interessiert, welche Möglichkeiten queere Gegenöffentlichkeiten ihren Subjekten geben, neue Selbstzuschreibungen jenseits von normativen Identitätskategorien wie lesbisch oder schwul zu entwickeln und individuell einzunehmen. Ähnliche Ideen verortet von Osten bei Paolo Virno⁷⁴, der die alte Form der Öffentlichkeit in der Zeit des Postfordismus durch eine Multitude ersetzt. So sei die alte Öffentlichkeit an den Staat und seine Repräsentation des Volkes gebunden, die Multitude dagegen ist eine Individuation der Einzelnen aber dabei eine Vielheit im Gemeinsamen. Sie ist eine „nichtstaatliche Öffentlichkeit, die sich fernab von den Mythen und Riten der Souveränität konstituiert“⁷⁵.

Ähnliches konstatiert der Kunsttheoretiker Simon Sheikh. Auch er stellt einen kausalen Zusammenhang zwischen dem Begriff der Öffentlichkeit und spezifischen Ideen von Subjektivität und bürgerlichen Tugenden des 19. Jhdts. her und infrage, ob der Begriff unter den heutigen Bedingungen überhaupt noch tragfähig ist⁷⁶. Nach Habermas sei die Öffentlichkeit ein Bereich zwischen Individuum und Staat, eine Pufferzone aus politischer Auseinandersetzung, Kultur und Marktplatz. Die bürgerliche Öffentlichkeit basiere auf der Polis der griechischen Antike, in der nur diejenigen Mitspracherecht hatten, deren Lebensunterhalt nicht direkt von Arbeit abhing und denen insofern ein Interesse

⁷⁴ Ebenda.

⁷⁵ Paolo VIRNO, Grammatik der Multitude / Die Engel und der General Intellect, Turia + Kant Wien 2005, S. 30.

⁷⁶ Simon SHEIKH, Publics and Post-Publics. The Production of the Social, in: Jorinde SEIJDEL (Hg.), Art as a Public Issue. How Arts and Its Institutions Reinvent the Public Dimension, Open – Cahier on Art and the Public Domain Nr. 14, NAI publishers Rotterdam 2008, S. 28–36.

am Gemeinwohl zugesprochen wurde. Als Pufferzone vermittelt die bürgerliche Öffentlichkeit zwischen dem Politischen und Staatsfragen, und dem nicht-Politischen, Arbeit und Gender. Außerdem stellt sie eine Balance zwischen Öffentlichem und Privatem her, die sicherstellt, dass die Grenzen nicht verschwimmen. Jedenfalls trennt sie die zwei Bereiche so voneinander, dass sie nicht verschmelzen. Die Gegenöffentlichkeiten erzeugen neue Orte der Öffentlichkeit, die viel alltäglichere Situationen miteinbeziehen, aber auch zu einer Fragmentierung der Verortung von Öffentlichkeit führen. Außerdem werden aus einer klassischen Öffentlichkeit mehrere Öffentlichkeiten. Und aufgrund einer Zersplitterung entlang der Achsen von Identität, Ethnizität, Klasse, Gender und anderen kann die Bevölkerung nicht mehr als einheitliche Entität begriffen werden. Das stelle laut Sheikh nicht nur eine „(kulturelle) Diversität“ her, sondern auch eine „Oppositionalität, eine radikale Differenz“⁷⁷. Auch der Raum an dem Öffentlichkeiten und Gegenöffentlichkeiten realisiert werden, ist nicht mehr greifbar. Die Orte des Öffentlichen lösen ihre physische Form in einem Prozess gleichzeitigen Ausdehnens und Verschwindens zunehmend auf. Die Idee der Öffentlichkeit wird zu einem „leeren Signifikanten, der stetig mit signifizierendem Inhalt befüllt wird, mit dem Bilden des Sozialen, mit der Produktion von Subjektivität und mit der Verteilung von Ökonomie“⁷⁸. Sheikh führt weiter aus, dass die Öffentlichkeit ein wesentlicher Bestandteil des Nationalstaates ist und auf ähnlichen Mechanismen der Ausgrenzung, des Drinnen und Draußen beruht, und nur schwer getrennt von Nationalität und

⁷⁷ Ebenda, S. 33.

⁷⁸ Ebenda.

Nationalismus betrachtet werden kann⁷⁹. Da die Öffentlichkeit dazu diene, das Soziale in der Gesellschaft zu verankern und nicht aus dem Sozialen selbst entstehe, sei sie keine Konstante, auf die man sich verlassen könne: Sie sei eine „zunehmend leere Kategorie, geradezu obsolet, was weniger mit dem Verschwinden von Privatem und Öffentlichem oder mit der Verschmelzung von öffentlicher Auseinandersetzung und Warenbörse zu tun hat, sondern vielmehr mit der Tatsache, dass das Zentrum der Öffentlichkeit als Nation einfach nicht halten kann, weder als identitäres, wirtschaftliches noch politisches Konzept“⁸⁰. Er sieht den Nationalstaat im Jahr 2008 als Auslaufmodell, das gegenüber der Wirtschaft zunehmend an Einfluss und Attraktivität verliert⁸¹. Insofern geht Sheikh vom Zustand einer Post-Öffentlichkeit aus, in der keine Vereinbarkeiten zu oder auch Verräumlichungen von Öffentlichkeiten mehr bestehen. Unter Post-Öffentlichkeit versteht er dabei keine Nicht-Öffentlichkeit, keine radikale Abkehr von bürgerlichen Öffentlichkeiten und Gegenöffentlichkeiten, sondern deren Wandlung hin zu einem Leben nach dem Tod, zu einer geisterhaften Präsenz. Er schlussfolgert, man müsse neue Formierungen von Öffentlichkeit herausbilden, die nicht mehr auf dem Staat und bürgerlichen Tugenden

⁷⁹ Ebenda, S. 34

⁸⁰ Ebenda: „The public sphere is thus an increasingly empty category, obsolete even, which has not so much to do with the blurring between private and public, or with the conflation between public deliberation and commodity exchange, but rather with the fact that the centre of the public-as-nation simply cannot hold, neither as an identitarian, economic nor political concept.“

⁸¹ Sheikh gibt als Beispiel an, dass bei den Übertragungen der Fußballweltmeisterschaft manche Fernsehsender den Namen der Vereine anzeigen, bei denen die einzelnen Mitglieder der jeweiligen Nationalmannschaft spielen.

beruhen, sondern die sich unter post-öffentlichen Bedingungen zwischen neuen Polen, jenseits von öffentlich und privat, bewegen. Sheikh zitiert auch Virno, um abschließend auf eine Gefahr hinzuweisen: „Wenn sich das Öffentlichsein des Intellekts nicht einer Öffentlichkeit unterstellt, einem politischen Raum, innerhalb dessen die Vielen sich um die gemeinschaftlichen Angelegenheiten kümmern können, zeitigt dieses Öffentlichsein schreckliche Effekte. Ein Öffentlichsein ohne Öffentlichkeit [...]“⁸². Deshalb solle man, so Sheikh, die Post-Öffentlichkeit als eine Art Linse benutzen, durch die man die Sicht auf eine neue Realität schärfen kann. Man solle das Werkzeug einsetzen um die Reproduktion alter und gegenwärtiger Muster zu vermeiden, neue Sichtweisen und Praxen zu bilden und neue Formierungen des Sozialen als auch Institutionen dafür zu entwickeln.⁸³

Das Verhältnis von Museum und Öffentlichkeit ist zusammenfassend gesehen ein komplexes, da beide in stetiger Veränderung begriffen sind. Sammlungen und deren Ordnungen sind historisch gewachsen und können daher auch mit ihrer Geschichte verbunden wahrgenommen werden, die in den meisten Fällen mit Imperialismus, Kapitalismus, Elitarismus, Enteignung oder Ausbeutung assoziiert wird. Aber das Museum ist auch ein Ort, an dem diese Verhältnisse thematisiert werden können. Und es ist, wie Foucault schreibt, ein Ort außerhalb der Orte, an dem diese aber zusammenkommen, bzw. an dem

⁸² Paolo VIRNO, Das Öffentlichsein des Intellekts. Nichtstaatliche Öffentlichkeit und Multitude, Jänner 2001 auf <https://transversal.at/transversal/0605/virno/de> (zuletzt aufgerufen am 10. 5. 2022).

⁸³ Vgl. SHEIKH, Post-Publics, S. 36.

zwischen ihnen vermittelt wird - ähnlich der Auffassung einer Öffentlichkeit als Pufferzone zwischen verschiedenen Polen.

Unabhängig von den verschiedenen Perspektiven der zuvor besprochenen Autorinnen und Autoren auf den Begriff der Öffentlichkeit, hat mit der Digitalisierung jedenfalls ein dritter Strukturwandel eingesetzt. Er geht einher mit einer sinkenden Relevanz des Staates zugunsten des Individuums. Und durch die sich ändernden Bedingungen kommt es verstärkt zu Polarisierungen innerhalb der Gesellschaft, als auch zu einer Fragmentierung sozialer Formierungen in immer kleinere und immer mehr Teilöffentlichkeiten⁸⁴.

Aus dieser Situation, als auch aus der Verwobenheit des klassischen Öffentlichkeitsmodells mit dem Staat als dominanter Figur, ergibt sich eine Notwendigkeit, eine neue Form von „Öffentlichkeit“ zu finden und sie zwischen ebenso neuen Achsen auszurichten. Diese Pole könnten das Allgemeine und das Besondere sein, oder auch das Ökonomische und das Kulturelle⁸⁵. Aber jedenfalls bedingen die Umstände auch, dass das Museum nicht nur sich selbst neu denkt, sondern auch seine Auffassung von Öffentlichkeit anpasst. Es muss aus der Adjustierung heraus die Teilöffentlichkeiten reflektieren, die es erzeugt und in einem nächsten Schritt mit den Teilöffentlichkeiten in Einklang bringen, die es erzeugen möchte.

⁸⁴ Vgl. EISENEGGER, Dritter Strukturwandel; RECKWITZ, Singularitäten.

⁸⁵ Das scheint insofern interessant für mich zu sein, da auch Sheikh feststellt, dass der öffentliche Raum immer mehr zu einem Ort des Konsums anstelle eines Ortes der Partizipation wird, und die Konsumation zu einer dominierenden Form sozialer Kommunikation (Vgl. SHEIKH, Post-Publics, S. 33).

Mir erscheint die Argumentation von Andreas Reckwitz plausibel, der dafür plädiert, zumindest provisorisch allgemeine Öffentlichkeiten wieder herzustellen. Und so eine Situation der Vielstimmigkeit, in der Menschen unterschiedlicher Klasse, Ethnizität, Religion, sexueller und kultureller Identität aufeinandertreffen, könnte das Museum erzeugen. So wie das Museum die Welt in sich zu versammeln sucht, sie also widerspiegelt, könnte es auch eine allgemeine Öffentlichkeit in sich versammeln, mit der Intention, dass sich deren Spiegelung in eine gesellschaftliche Selbstreflektion verwandelt. Von der Metaebene abgesehen, würde solch eine neue allgemeine Teilöffentlichkeit zu einer Re-Identifikation mit dem Gemeinsamen und Verbindenden einladen. Und das Abenteuer des Zusammentreffens mit dem Unerwarteten wäre für die einzelnen Individuen ganz im Sinne der „Experience Economy“⁸⁶ ein lohnendes, „besonderes“ Erlebnis. Aber was müsste man tun, um das Museum zu einem Ort zu machen, an dem solch eine allgemeine Teilöffentlichkeit entstehen kann?

⁸⁶ Die „Experience Economy“ erläutere ich im nächsten Kapitel.

Ein „Dritter Ort“ im Museum

1992 veröffentlichte Gerhard Schulze das Buch „Die Erlebnisgesellschaft“⁸⁷, in dem er eine auf Gegenwart, Konsum und Glückseligkeit ausgerichtete, hedonistische Gesellschaft beschreibt. In Anlehnung daran entwickeln B. Joseph Pine II und James H. Gilmore 1998 eine Theorie der „Experience Economy“⁸⁸, die die Dienstleistungsökonomie ablösen soll. Ihrer Theorie zufolge sind es keine einfachen Waren mehr, die gekauft werden, sondern Erlebnisse, die mit diesen verknüpft sind. Waren würden zunehmend psychologisiert und versprechen eine transformative Kraft der Erfahrung, während deren Konsum der individuellen Differenzierung des Subjekts diene. An der Theorie wurde kritisiert, dass alle Beziehungen zwischen Konsumenten und Produzenten Erfahrungen generieren würden und dass sie insofern keine neuen Erkenntnisse einbringen würde. Dennoch nehme ich eine Verschiebung des Schwerpunkts von Konsumententscheidungen weg von reinen Bedarfserwägungen hin zu einer Orientierung an emotionalen Mehrwerten wahr. Auch die „Eventisierung“ der Kultur seit den 1990er-Jahren zeugt davon, dass „das Publikum“ nicht mehr nur zur Bildung ins Museum kommt, sondern auch für die soziale Erfahrung. Durch den Umgang mit digitalen sozialen Plattformen verändert sich das Selbstverständnis, nicht nur Inhalte zu konsumieren, sondern sich auch aktiv einzubringen. Das Museum wird in Folge nicht nur als Ort von Ausstellungen

⁸⁷ Gerhard SCHULZE, Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart, Campus Verlag Frankfurt 1992.

⁸⁸ B. Joseph PINE II und James H. GILMORE, The Experience Economy, Harvard Business School Press Boston 1999.

wahrgenommen, sondern auch als Ort des Austauschs, an dem man sich sozial, emotional und intellektuell beteiligt.

So haben Museen ihr Vermittlungs- und Veranstaltungsprogramm intensiviert, schaffen damit allerdings nur punktuell, Menschen zu versammeln. Denn die Infrastruktur ist darauf ausgelegt, den Ausstellungsbesuch mit Konsumationsmöglichkeiten zu verbinden – d.h. es gibt typischerweise ein Restaurant und einen Museumsshop, in denen versucht wird, Umsatz zu generieren. Dabei handelt es sich um Durchzugsorte, an denen sich Besucher*innen in der Regel nur kurz aufhalten, ähnlich Autobahnraststätten. Warum diese Einrichtungen so nicht geeignet sind, Teilöffentlichkeiten abseits von Veranstaltungen herzustellen, erschließt sich beim Blick auf sogenannte „Dritte Orte“.

Der Ausdruck „Dritter Ort“ wurde vom US-amerikanischen Soziologen Ray Oldenburg geprägt. Er veröffentlichte 1989 das Buch „The Great Good Place“, in dem er mit dem Dritten Ort die „wesentlichen Situationen des informellen, öffentlichen Lebens“⁸⁹ umschreibt. Dass er die Situation als „Dritten Ort“ bezeichnet, hängt mit seiner Abgrenzung zu anderen Orten zusammen. Der erste und wichtigste Ort ist nach Oldenburg das Zuhause, wo man aufwächst, sich zurückziehen kann und Sicherheit findet, sowohl bevor man in die Arbeitswelt eintritt als auch danach. Der zweite Ort ist der Arbeitsplatz, an dem das Subjekt auf eine bestimmte Rolle reduziert ist. Dort herrscht Wettbewerb

⁸⁹ Ray OLDENBURG, *The Great Good Place. Cafés, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*, Da Capo Press Boston 1999² (erstmalig erschienen bei Paragon House 1989), S. 16: „the core settings of informal public life“.

und es gibt Leistungsanreize, um in der Hierarchie aufzusteigen, aber er verleiht dem Alltag auch eine zeitliche Struktur. Und natürlich wird hier auch das Geld verdient, das den Lebensstandard garantiert. Der Dritte Ort ist schließlich "eine allgemeine Bezeichnung für eine große Vielfalt von öffentlichen Orten außerhalb der Wohnung und des Arbeitsplatzes, an denen sich Individuen regelmäßig, freiwillig, informell und in freudiger Erwartung treffen"⁹⁰.

Oldenburgs Motivation diesem Dritten Ort ein Buch zu widmen begründet er mit der Beobachtung, dass dieser Typus in den USA der späten 1980er-Jahre immer mehr verschwinde: „Die Struktur gemeinsamer Erfahrungen, die über das hinausgehen, was Familie, Arbeitsplatz und passiver Konsum bieten, ist klein und schrumpft. Die wesentliche Gruppenerfahrung wird durch das übertriebene Selbstbewusstsein des Einzelnen ersetzt. Die amerikanischen Lebensstile sind trotz aller materiellen Errungenschaften und der Suche nach Bequemlichkeit und Vergnügen von Langeweile, Einsamkeit, Entfremdung und einem hohen Preis geplagt“⁹¹. Das öffentliche Leben sei zunehmend von Konsum geprägt anstatt von zwischenmenschlicher Kommunikation (da die Dritten Orte dazu fehlen), deshalb verlagere sich der Stressabbau in den privaten Bereich oder an

⁹⁰ Ebenda: „The third place is a generic designation for a great variety of public places that host the regular, voluntary, informal, and happily anticipated gatherings of individuals beyond the realms of home and work.“

⁹¹ Ebenda, S. 13: „The structure of shared experience beyond that offered by family, job, and passive consumerism is small and dwindling. The essential group experience is being replaced by the exaggerated self-consciousness of individuals. American life-styles, for all the material acquisition and the seeking after comforts and pleasures, are plagued by boredom, loneliness, alienation, and a high price tag.“

den Arbeitsplatz⁹². Damit die Gesellschaft nicht überhitzt, brauche es also Situationen, die einen Ausgleich bieten. Für diese Dritten Orte erstellt Oldenburg eine Liste mit acht Merkmalen, die diese aufweisen müssen, um ihre gesellschaftliche Funktion zu erfüllen.

Erstens sind Dritte Orte ein neutraler Boden⁹³. Alle sollen kommen und gehen können wann sie wollen, niemand ist als Gastgeber einer gewissen Rolle verpflichtet, kann sich aber trotzdem wie zu Hause fühlen. Die Neutralität führe zu informelleren, gar intimeren Beziehungen als es an privaten Orten möglich wäre.

Zweitens haben Dritte Orte eine ausgleichende Wirkung⁹⁴. Da niemandem der Zutritt verwehrt wird, treffen Menschen mit unterschiedlichem Hintergrund und Status aufeinander, die aber innerhalb des Dritten Ortes keine Relevanz haben. Der Dritte Ort macht alle gleich, er wirkt demokratisierend und erleichternd, da keine Rollen gespielt, kein Status verteidigt werden muss. Insofern ist der Dritte Ort ein inklusiver Raum – nur die persönlichen Probleme müssen vor der Tür bleiben.

Drittens steht das Gespräch im Mittelpunkt⁹⁵. Es muss nicht die einzige Aktivität sein, aber sie soll nicht verunmöglicht werden, etwa durch zu laute Musik. Alles, was den lebendigen Fluss von Konversationen hemmt, schwächt den Dritten Ort – ganz egal ob es sich dabei um „einen Langweiler, eine Horde barbarischer

⁹² Ebenda, S. 10–11.

⁹³ Ebenda, S. 22–23.

⁹⁴ Ebenda, S. 23–27.

⁹⁵ Ebenda, S. 27–31.

College-Studenten oder mechanische oder elektronische Spielereien“⁹⁶ handelt. Die Stimmung der Unterhaltung soll leichtfüßig und humorvoll sein, durchaus spielerisch und offen – im besten Fall in größerer Runde als nur zu zweit.

Viertens müssen Dritte Orte zugänglich sein⁹⁷. Das heißt, dass sie einfach erreichbar sein sollen, unweit vom Wohnort, sodass auch spontane Besuche möglich sind. Zeitlich muss sichergestellt sein, dass Dritte Orte dann verfügbar sind, wenn man nicht arbeitet oder zu Hause ist – d.h. im besten Fall davor, dazwischen und danach. So können Besucher*innen regelmäßig kommen, auch wenn nicht in festen Intervallen, und zu einer Konstanz beitragen, die dem unorganisierten und unstrukturierten Charakter der informellen Begegnungen etwas Halt verleiht.

Fünftens braucht ein Dritter Ort Stammgäste⁹⁸. Das sind eben jene, die regelmäßig kommen, mit denen man gewissermaßen rechnen kann. Sie bilden die Atmosphäre und sorgen für die Grundstimmung. Die Stammgäste führen auch Neulinge in die anwesende Gemeinschaft ein, die durch regelmäßige Besuche und Teilnahme an Gesprächen Vertrauen aufbauen und so zu Stammgästen werden können – diese Inklusivität ist notwendig für die Lebendigkeit des Dritten Ortes.

⁹⁶ Ebenda, S. 30: „Whatever interrupts conversation’s lively flow is ruinous to a third place, be it the bore, a horde of barbaric college students, or mechanical or electronic gadgetry.“

⁹⁷ Ebenda, S. 32–33.

⁹⁸ Ebenda, S. 33–36.

Sechstens ist der Dritte Ort unauffällig⁹⁹. Die Schlichtheit ist unpräventios und unterstützt die Gäste dabei, ihren Status vor der Tür zu lassen. Einfachheit und Bescheidenheit des Dritten Ortes sollen auch die alltägliche Gewöhnlichkeit eines Besuchs widerspiegeln – Besuche von besonders oder aufwändig eingerichteten Orten suggerieren ein außergewöhnliches Erlebnis und insofern Unregelmäßigkeit.

Siebtens herrscht eine spielerische Stimmung¹⁰⁰. Freude und Teilhabe bestimmen die Situation, nicht „Angst und Entfremdung“. „Das untrügliche Zeichen für die Aufnahme in die Gemeinschaft der Stammgäste [...] ist nicht das, ernst genommen zu werden, sondern das, in die Spielformen ihres Zusammenschlusses einbezogen zu werden.“¹⁰¹

Achtens ist der Dritte Ort ein Zuhause außerhalb des Zuhause¹⁰². Er ist zwar kein privater Raum, aber er bietet ähnliche Gefühle von Geborgenheit, Besitz und Zugehörigkeit. Er strahlt soziale Wärme aus und ist potenziell erholsam. Und er ist ein Ort, an dem man zwanglos und locker sein kann – so wie man eben ist, ganz unabhängig von den Rollen, die man in der Arbeitswelt einnimmt. Zusammenfassend lässt sich also zu Oldenburgs Definition des Dritten Ortes sagen, dass er einen neutralen Boden darstellt und die Besucher*innen sozial

⁹⁹ Ebenda, S. 36–37.

¹⁰⁰ Ebenda, S. 37–38.

¹⁰¹ Ebenda, S. 38: „The unmistakable mark of acceptance into the company of third place regulars is not that of being taken seriously, but that of being included in the play forms of their association.“

¹⁰² Ebenda, S. 38–40.

gleichstellt. Das Gespräch ist das verbindende Hauptelement in ihm und dient sowohl zum Austausch als auch zum Ausdrücken von Individualität. Er ist für alle zugänglich und auch geographisch nah gelegen, damit er auch spontan besucht werden kann. Er ist dann geöffnet, wenn die meisten Gäste Zeit für einen Besuch hätten – am besten täglich und wenn nicht gearbeitet wird. Er hat Stammgäste, die im Wesentlichen die Atmosphäre bestimmen. Die Stimmung im Dritten Ort ist spielerisch und heiter. Die Einrichtung ist schlicht und hat einen unauffälligen Charakter. Dennoch vermittelt der Dritte Ort das Gefühl zu Hause zu sein, auch wenn er nicht so eingerichtet ist.

Es gibt mehrere Punkte in Oldenburgs Definition, die auch auf Museen zutreffen. Es gibt hier Stammgäste, die unplanmäßig aber regelmäßig wiederkommen. Die meisten kennen sich mittlerweile und tauschen sich aus. Oft sind sie vom Museum in Freundeskreisen organisiert, die moderiert werden und so, wie Katharina Hoins schreibt¹⁰³, zwar nicht der Definition entsprechen, aber den informellen Austausch abseits angeleiteter Strukturen befördern. Allerdings sind die Mitglieder von Freundeskreisen in der Regel recht homogen – bildungsbürgerlich und relativ wohlhabend. Und wie schon früher angesprochen, kommen sie nur punktuell zusammen, wenn Veranstaltungen stattfinden.

Typischerweise befinden sich Museen an Orten, die relativ zentral gelegen und dementsprechend gut erreichbar sind. Und sie sind ein neutraler Boden, indem

¹⁰³ Katharina HOINS, Das Museum als Dritter Ort – Schlagwort oder Leitbegriff?, in: Henning Mohr und Diana Modarressi-Tehrani (Hg.), Museen der Zukunft. Trends und Herausforderungen eines innovationsorientierten Kulturmanagements, transcript Verlag Bielefeld 2022¹, S. 277.

sie potenziell allen offen stehen – nicht alle Museen sind staatliche Einrichtungen, insofern lässt sich eine Übertragung einer dem Staat gegenüber kritischen Haltung auf sie nicht generalisieren. Aber sie sind keine Orte, an denen automatische und selbstverständliche Inklusion stattfindet. Das Publikum des Museums setzt sich zwar aus Menschen mit unterschiedlichem Hintergrund und Status zusammen, diese Differenzen werden aber nicht oder nur in bestimmten Situationen nivelliert. Der Wille zur Inklusion wird von Museen zwar kommuniziert, sie wird aber nur in Teilbereichen praktiziert. Es ist zugegebenermaßen auch schwierig, da Kultur an sich ein Statussymbol darstellt, mit dem Individuen auch ihren außermusealen Status erhöhen. Die darauf beruhende Attraktivität für Besucher*innen wollen Museen in der Regel nicht aufgeben, Status wird bei Veranstaltungen sogar eher betont als zugunsten von Inklusivität abgeschwächt.

Auch Eintrittspreise sind in der Regel im Museum nicht nach den finanziellen Möglichkeiten der Besucher*innen gestaffelt, sondern für alle gleich (abgesehen von einer Unterscheidung zwischen Kindern, Studenten, Erwachsenen und Senioren). So werden zwar alle finanziell gleich behandelt, aber ökonomisch schlechter gestellte Personen damit strukturell benachteiligt. Der Eintrittspreis stellt einen Flaschenhals dar, der die Diversität des Publikums stark einschränkt und es schwierig macht, eine breite Allgemeinheit der Gesellschaft in der Teilöffentlichkeit des Museums abzubilden.

Die Öffnungszeiten sind ein weiterer Engpass. Museen müssen für Schulen und Universitäten verfügbar sein, sind also schon am Vormittag geöffnet. Um den acht Arbeitsstunden einer Aufsicht zu entsprechen, sind die Öffnungszeiten aus Gründen der Kosteneffizienz meist auf die Stunden zwischen 10 und 18 Uhr festgelegt. Oft gibt es noch Sonderöffnungszeiten, wie z.B. einen Wochentag,

an dem bis in die Nachtstunden geöffnet ist. D.h. für eine Mehrheit ist das Museum nur am Wochenende und evtl. an einem Abend der Woche besuchbar. Auch das beschränkt die Diversität des Publikums, während es spontane Besuche für eine Mehrheit erschwert, für die ein Dritter Ort täglich außerhalb der Arbeitszeit verfügbar sein sollte.

Einen unauffälligen Charakter würde man Museen im Regelfall auch nicht attestieren. Sie sind meist zwar schlicht gehalten, aber kommunizieren ihr bewusstes Gestaltet-Sein und suggerieren Kennerschaft, die eine Ausgrenzung von Sich-Nicht-Eingeweiht-Fühlenden impliziert. Zudem sind sie darauf ausgerichtet, Objekte und Subjekte zu auratisieren und Kontraste hervorzuheben. Wo ausgestellt wird, fühlt man sich schnell auch selbst exponiert und bewertet. Ein zwangloses Verhalten und lockerer Umgang miteinander wird damit jedenfalls nicht begünstigt. Auch die Ernsthaftigkeit der im Museum verhandelten Themen steht eher in einem Widerspruch zu einem spielerischen, ungebundenen Charakter des Dialogs¹⁰⁴.

Als „Zuhause außerhalb des Zuhause“ im Sinne von Oldenburg kann man das Museum teilweise verstehen. Zumindest das öffentliche Museum und seine Sammlung sind im Besitz des Staates und gehören als solche auch den Individuen innerhalb seiner Gesellschaft. So schwach das Gefühl dieser Mitbesitzer*innenschaft auch ausgeprägt sein mag, schafft es doch Identifikationsmöglichkeiten. Das bedingt aber nicht automatisch auch eine so empfundene Zugehörigkeit. Soziale Wärme und Geborgenheit vermitteln sich

¹⁰⁴ Ganz im Sinn einer Übersetzung aus dem Altgriechischen als „Fließen von Worten“.

prozessual im Realisieren von Gemeinschaft, die in den Museen aber nur punktuell ermöglicht wird.

Wo also sollte man ansetzen, um im Museum Rahmenbedingungen für einen „informellen, öffentlichen Ort der Zusammenkunft“¹⁰⁵ zu schaffen? Wie Katharina Hoins schreibt, beginne das bei der Besucher*innenorientierung – also damit, dass der Eingangsbereich einladend und barrierefrei zugänglich ist, und setze sich fort „mit dem Empfang, der Begrüßung, der Gestaltung der Wegeföhrung im Haus, Garderoben und WCs“¹⁰⁶. Darüber hinaus bedürfe es ausreichender Sitzgelegenheiten in den Ausstellungsräumen, netter Aufenthaltsräume, um sich zu treffen oder auch nur zu pausieren, eines qualitativen und leistbaren Angebots an Essen und Getränken, der Möglichkeit sich zu informieren und zu fotografieren und des freien Zugangs zum Internet. Aber es ist nicht nur wichtig, ob ein Museum diese grundsätzlichen Elemente umsetzt, sondern vor allem auch wie es das tut – denn der Ton macht die Musik. Die Haltung einer Einrichtung drücke sich, so Hoins, in den Details aus – in ihnen vermittele sich, „ob einem Museum seine Besucher*innen mit ihren unterschiedlichen Bedürfnissen wichtig sind“¹⁰⁷. Außerdem plädiert sie dafür, mit den Besucher*innen darüber ins Gespräch zu treten, was im Museum angeboten wird, wie es ankommt und welche Wünsche es noch gibt. Also eine Art von Mitsprache, aus der heraus sich die bestehenden Formate und Situationen an Bedürfnisse anpassen lassen. Das sind eigentlich

¹⁰⁵ OLDENBURG, Great Good Place, S. XVII: „Most often I refer to such places as “third places” (after home, first, and workplace, second) and these are informal public gathering places.“

¹⁰⁶ HOINS, Museum als Dritter Ort, S. 280.

¹⁰⁷ Ebenda.

Selbstverständlichkeiten, die ein Museum noch nicht zu einem Dritten Ort machen, aber sicherlich zu einem besseren Museum.

Hoins fragt sich, wieso das Modell des Dritten Ortes derzeit überhaupt so attraktiv für das Museum ist. Oldenburgs Motivation für eine Reflektion des Dritten Ortes ist, Plätze zu identifizieren, die einen emotionalen Ausgleich für das Individuum schaffen. Dahinter stehen Entwicklungen in den USA der 1980er-Jahre, in der die gesellschaftliche Durchmischung verschiedener Gruppen und der Austausch zwischen ihnen immer mehr stagniert. Ohne Berührungspunkte gibt es auch keine Vorstellung davon, wie und was andere denken. Das Individuum kreist immer mehr um sich selbst, der soziale Zusammenhalt schwindet. Hoins zieht eine Parallele zur Fragmentierung der Gesellschaft in unserer Zeit (wie ich sie auch schon in den vorangegangenen Kapiteln beschrieben habe), die den Dritten Ort zum Lösungsansatz für ein aktuelles Problem macht¹⁰⁸. Zudem würden den für Oldenburg beispielhaften Orten die von ihm zugeschriebenen Merkmale heute nicht mehr so zugesprochen. Bars, Kneipen und Cafés sind mittlerweile genauso kommerzialisiert wie der öffentliche Raum, es sind vordergründig Konsumbereiche, die auf Umsatzsteigerung optimiert werden. Dadurch entsteht eine Marktlücke für nichtgewinnorientierte Foren, die Museen füllen könnten. Hoins attestiert dem Museum eine vermeintliche Schwäche, und zwar dass die vielen Regeln, die im Museum gelten, einem zwanglosen, lockeren Verhalten zuwiderlaufen. Aber sie schlägt vor, dies in eine Stärke umzuwandeln, und „personelle und infrastrukturelle Voraussetzungen“ zum Beispiel dafür einzusetzen, verlässliche Rahmenbedingungen für „Safe Spaces“ zu

¹⁰⁸ Vgl. ebenda, S. 282.

schaffen¹⁰⁹. Das wären moderierte Dritte Orte, und Hoins argumentiert dafür, dass sie im Museum durchaus Sinn ergeben. Sie macht es am Kern der Institution fest: „Die große Stärke des Museums ist dabei die Zentrierung und Gründung der Auseinandersetzung um Objekte. [...] Im Museum wirkt das Objekt als Katalysator dieser Beziehung unter Unverbundenen“¹¹⁰. Da verbindliche Wissensordnungen verschwinden, könnte, so Hoins, aus der Vermittlungsarbeit der Museen eine Moderation und Organisation von Deutungsprozessen werden¹¹¹.

Hoins weist auch auf Beispiele hin, in denen temporäre „Open Spaces“ in Museen eingerichtet wurden, die nicht direkt mit Ausstellungen und somit auch nicht mit Verhaltensregeln verbunden waren¹¹². Mir erscheinen die vorübergehenden „Open Spaces“ zu projekthaft – auch wenn sie weniger punktuell als Veranstaltungen sind – und insofern nicht geeignet, längerfristig eine informelle Teilöffentlichkeit im Museum zu etablieren. Auch alle anderen Maßnahmen empfinde ich zwar als sinnvoll, aber nicht weitreichend genug, um eine soziale Dynamik im Museum zu entwickeln. Im folgenden Kapitel schlage ich deshalb eine Anordnung der musealen Strukturen um zwei Dreh- und Angelpunkte im Zentrum vor, die sich gegenseitig ergänzen: einen permanenten unkommerziellen Treffpunkt und eine eigene digitale Plattform.

¹⁰⁹ Vgl. ebenda, S. 283.

¹¹⁰ Ebenda, S. 287.

¹¹¹ Ebenda, S. 289.

¹¹² Ebenda, S. 284–285.

Praktische Überlegungen zur Struktur von Museen

In einem Artikel im Online-Magazin hyperallergic plädiert der Künstler Hakan Topal dafür, Museen anders zu gestalten¹¹³. Er beklagt, dass Marketing und PR-Abteilungen in den Museen überproportionales Gewicht hätten, und sich daran eine Orientierung an der Umsatzsteigerung durch Erhöhung der Besucher*innenzahlen zeige. Einer marktorientierten Struktur mangle es an „Diversität, intellektuellem Charakter, Klarheit und dem Engagement für eine bessere Gesellschaft“¹¹⁴. Dieses Ungleichgewicht zwischen Museumsabteilungen untergrabe das Ziel einer inklusiven Institution. Es sei „Zeit, Museen als soziale und bildende Zentren mit Büchereien, Klassenräumen und Begegnungsräumen zu begreifen, wo alle – besonders junge Leute – gerne abhängen“¹¹⁵. Die Stararchitekten würden nur sterile Museumsräume als „Formen bourgeoiser Utopien an ihre privilegierten Kunden“¹¹⁶ verkaufen, man

¹¹³Hakan TOPAL, Reimagining Museum Design, With Education at the Forefront, 18. 12. 2019 auf <https://hyperallergic.com/533692/reimagining-museum-design-with-education-at-the-forefront/> (zuletzt aufgerufen am 17. 5. 2022).

¹¹⁴ Ebenda: „[...] this market-oriented configuration, which lacks diversity, intellectual character, clarity, and commitment to making a better society.“

¹¹⁵ Ebenda: “It is time to imagine museums as social, educational centers with libraries, classrooms, gathering spaces where everyone – especially young people – love to hang out.”

¹¹⁶ Ebenda: “Finally, for this transformation to take hold, we should not rely on the architects who seems [sic!] to fluidly transform from capitalist developers to critical theorists, from social engineers to romantic writers, although ultimately selling forms of bourgeois utopias to their privileged clients.”

solle sich nicht weiter auf sie verlassen. Die demokratisierende Funktion und Verbindung des Kulturellen mit dem Sozialen, die in Museen stattfindet, sei wesentlich für die Gesellschaft, man müsse also ihre Architektur und die Einrichtung überdenken, um sie wirklich öffentlich zu machen.

Museumsräume haben in ihrer Sterilität natürlich auch einen generischen Charakter, der in ihrer Allgemeingültigkeit begründet liegt – sie sollen nicht nur für verschiedenste Exponate einen neutralen Hintergrund bieten, sondern auch für die verschiedenen Teilöffentlichkeiten. Aber sie verschwinden deshalb nicht aus der Wahrnehmung, da sie in der Regel auch in ihrer Zurückhaltung ein Gestaltet-Sein, bzw. Kennerschaft und guten Geschmack einer bildungsbürgerlichen Klasse kommunizieren. Interessant ist in dieser Hinsicht der Vergleich von Museen mit Shopping-Malls, den Alexandra Lange auf Curbed Magazine Online zieht¹¹⁷. Sie zieht eine Parallel zwischen Renzo Pianos City Center Bishop Ranch in San Ramon, Kalifornien, und seiner Erweiterung für das Los Angeles County Museum of Art. Sie erwähnt weiters das NorthPark Center in Dallas, das E.G. Hamilton in Anlehnung an das MoMA in New York gestaltet hat¹¹⁸. Man muss nicht lange weiterdenken, um an Apple Stores erinnert zu werden – auch sie sind so gestaltet, dass sie einer musealen

¹¹⁷ Alexandra LANGE, Malls and the future of American retail, Curbed Magazine online, 15. Februar 2018 auf <https://archive.curbed.com/2018/2/15/17014230/malls-california-america-renzo-piano-victor-gruen> (zuletzt aufgerufen am 12. März 2022).

¹¹⁸ Auftraggeber war in diesem Fall die Betreiberfamilie Nasher, die das familieneigene Nasher Sculpture Center in Dallas wiederum von Renzo Piano gestalten ließen.

Situation gleichkommen¹¹⁹. Und es macht aus der Perspektive des Marketings ja durchaus Sinn, Produkte wie im Museum zu auratisieren, sie „aufzuladen“, um ihre Attraktivität zu erhöhen. Apple hat als innovatives Unternehmen mit seinen Stores etwas vorgemacht, das mittlerweile kopiert wird – und eben auch in die Gestaltung ganzer Malls einfließt. Aber welche Auswirkungen hat die Appropriation einer musealen Ästhetik im kommerziellen Bereich auf die Museen? Wird die Gestaltung des Museums dann mit Geschäften assoziiert und die Objekte in ihnen mit Waren¹²⁰? Das ist natürlich eine zynische Frage, aber in ihrem Kern steckt die Sorge, dass das Museum mit seinen gängigen Architekturmerkmalen Vorstellungen bei Besucher*innen bestärkt, es wäre ein Ort an dem kulturelle Erfahrungen monetarisiert würden. Wie kann man also der Ahnung eines Unternehmen-Kund*innen-Verhältnisses und den damit verbundenen Rollen eine Beziehung zwischen Museum und Besucher*innen auf Augenhöhe entgegenhalten?

Wie von Oldenburgs Definition des Dritten Ortes abgeleitet werden kann, geht es zunächst einmal darum, Besucher*innen zu ermöglichen, sich im Museum zugehörig, angenehm und zwanglos zu fühlen. Alle sollen sich wahr- und ernstgenommen, akzeptiert und nicht bewertet fühlen können und keine Angst haben müssen, etwas falsch zu machen. Die Atmosphäre muss einladend sein,

¹¹⁹ Vgl. Joseph J. KIM, The Business Secrets of Steve Jobs, Smashwords Edition Oklahoma City 2013, E-Book, Kapitel 6 (Marketing): "In fact, Apple Stores were purposely designed to look like museum exhibits of great works of art."

¹²⁰ Das erscheint mir nicht ganz abwegig, ist es doch eine sehr häufige Frage der Besucher*innen, was der jeweilige ökonomische Wert von Kunstwerken ist. Daran scheinen auch viele bemessen zu wollen, wie „gut“ bzw. „besonders“ ein Werk in Relation zu anderen ist.

stimulierend und auch durchaus Interaktion anregend, damit Besucher*innen der erste Schritt dazu erleichtert wird, sich das Museum anzueignen, und es auf längere Sicht zu einem „Zuhause außerhalb von Zuhause“ für sich zu machen. Das Abbauen von Hemmschwellen besteht nicht nur in der Art und Weise wie mit Besucher*innen kommuniziert wird, sondern zu einem großen Teil in den räumlichen Bedingungen, durch die Inklusion antizipiert wird.

Ich unterscheide drei funktionale Kategorien von für Besucher*innen zugänglichen Räumen, die ein Museum beinhaltet. Das sind infrastrukturelle Räume, Ausstellungsräume und Veranstaltungsräume. Zu den infrastrukturellen Räumen zähle ich den Eingangsbereich, der meist einen Ticketschalter und einen Informationspunkt beinhaltet, die Garderobe, die Toiletten, ein Café oder Restaurant, den Museumsshop, einen Studienraum, eine Bibliothek, einen Aufenthaltsraum sowie Außenbereiche wie einen Vorplatz oder Garten. Ausstellungsräume beschränken sich in der Regel auf Dauerausstellungsräume und Wechselausstellungsräume. Die Veranstaltungsräume umfassen Vortrags-, Film- und Konzertsäle sowie Vermittlungsräume wie Klassenzimmer und Ateliers für Workshops. Die drei Raumkategorien unterliegen im Regelfall unterschiedlichen zeitlichen Logiken. Die infrastrukturellen Räume sind Konstanten, die sich nur sehr langfristig verändern. In den Ausstellungsräumen wechseln die Inhalte lang- bis mittelfristig, während das Programm in den Veranstaltungsräumen in kurzen Intervallen alterniert.

Der Eingangsbereich ist von großer Relevanz. Hier entsteht der erste Eindruck, er vermittelt die Grundstimmung und Ausrichtung des Ortes, als auch seine Regeln und Möglichkeiten. Als symbolischer und physischer Zugang baut er Erwartungen und Vertrauen auf, verschafft Orientierung und dient als erste Informationsquelle und Auskunft. In ihm konzentrierte sich früher, so schreiben

es Katherine Skellon and Ben Tunstall in Bezugnahme auf Foucault und Bennett, die „disziplinarische Macht“¹²¹. Heute seien neue Formen einer Kultur des Atriums verbreitet, die nicht mehr einschüchtern, sondern freundlich begrüßen und einen Raum der Diversität statt der Homogenität eröffnen – spielerische, befreiende Orte, an denen verschiedenste Aktivitäten wie Workshops und Bildungsprogramme, Selbstoptimierungskurse und Konsum ihren Platz haben. Im Sinne Foucaults könne man vom Eingangsbereich heute als einem Raum der „Technologien des Selbst“ sprechen, „in dem die Besucher versuchen können, mit dem Selbst zu ‚operieren‘ und dadurch sich selbst - ihren Körper, ihren Geist und ihre Seele - auf dem Weg zur Selbstverwirklichung zu verändern“¹²². Aus der Perspektive von Foucault sind es emanzipatorische Prozesse, die hier ausgelöst werden, aber Skellon und Tunstall plädieren dafür, eine weitere Lesart hinzuzufügen: die Psychoanalyse nach Lacan. Für Foucault ist die Subjektivierung ein Prozess, der im Verhältnis zu Machtausübungen gelesen werden muss, während er für Lacan das Unterwerfen unter eine symbolische Herrschaftsordnung darstellt – unter Sprache, soziale Normen, Ökonomie – die mit einem Gefühl der Körperlichkeit des eigenen Seins in Einklang gebracht wird. Was für Foucault die Macht ist, ist für Lacan der große Andere. Er unterscheidet dabei zwischen einem symbolischen Anderen und

¹²¹ Katherine SKELLON und Ben TUNSTALL, *Hysterical atria*, in: Ross Parry, Ruth Page und Alex Moseley (Hg.), *Museum Thresholds – The Design and Media of Arrival*, Routledge Abingdon 2018¹, S. 13.

¹²² Ebenda: „If we follow the developments in Foucault’s own thinking, we might say that today the atrium is more an ethical space of the ‘technologies of the self’, a space in which visitors may attempt to ‘operate’ upon the self, and thereby transform themselves – their bodies, minds and souls – towards the achievement of self-fulfilment.“

einem realen Anderen. Das reale Andere ist ursprünglich die Mutter des Kindes, ein schattenhaftes Phänomen von dem sowohl Liebe als auch Angst ausgeht, insofern es etwas vom Kind will (oder ihm vom Kind etwas zu fehlen scheint).¹²³ Das symbolische Andere löst das reale, mütterliche Andere irgendwann ab, wodurch das Kind erkennt, dass es nicht den Mangel im Begehren des Anderen ausfüllen kann. Aber generell wird nach Lacan das Dasein als mangelhaft empfunden, da man mit der Geburt aus der Vollkommenheit eines embryonalen Zustands gerissen, dann von der Mutter(brust) getrennt, und schließlich von seinem Spiegelbild entfremdet wird. Daraus resultiert ein Subjekt, das unvollständig ist und danach strebt (wieder) vollständig zu werden und das in der Folge versucht, den Mangel mit Objekten auszugleichen. Das von einem konstituierenden Teil von sich ausgesperrte, ist ein zwischen Anspruch und Begehren gespaltenes Subjekt. Wie ein Subjekt in ein soziales Gefüge eingebettet ist und wie es aus dieser Position heraus mit der eigenen Gespaltenheit umgehen kann, nennt Lacan Diskurs. Einer von vier Diskursen ist der hysterische Diskurs: Das gespaltene Subjekt richtet Appelle an den Anderen, „von dem angenommen wird, dass er eine Antwort auf das hat, was das Subjekt umtreibt und irritiert“. „Dieser Diskurs“, so der Psychologe Nils F. Töpfer, „verdrängt die Wahrheit, dass alles Begehren auf einem Mangel beruht, der nicht behoben werden kann [„objet petit a“], und führt typischerweise zur Produktion von Narrativen, die den fundamentalen Mangel nicht auflösen können und folglich weitere Appelle des gespaltenen Subjekts hervorrufen“¹²⁴.

¹²³ Ebenda, S. 25.

¹²⁴ Nils F. TÖPFER, Die Corona-Pandemie und der hysterische Diskurs nach Lacan, Forum der Psychoanalyse 38 2022, S. 89–102, 21. 12. 2022 auf

Laut Skellon und Tunstall spüre der Hysteriker den Mangel im großen Anderen und provoziere sein Begehren, könne es „dann aber nicht ertragen, das Objekt dieses Begehrens zu sein“¹²⁵. Wenn das Begehren des Anderen ausgelöst und ein Meister gefunden sei, werde er und es sofort untergraben. Auf den Eingangsbereich bezogen bedeutet das laut der Autor*innen, dass das Bild des großen Anderen in ihm gleichzeitig gesucht und vermieden wird.

Während dem Museum der Moderne in seiner Geschichtlichkeit etwas Disziplinatorisches inhärent sei, so Skellon und Tunstall, wird über den zeitgenössischen, befreienden und spielerischen Eingangsbereich der Diskurs des Hysterischen eingeführt. Bei der Subjektivierung ist hier allerdings nicht mehr die Disziplinierung dominant, sondern die Hysterisierung, „um das kreative, unternehmerische, flexibilisierte neoliberale Subjekt zu schaffen“¹²⁶.

Die Möglichkeiten, die im zeitgenössischen Eingangsbereich geboten werden, sind in der Regel auf das Selbst bezogen und nicht auf die zentrale Funktion des Museums – den Besucher*innen wird erlaubt, gerade nicht zu tun, was im Museum zu tun wäre¹²⁷. Das Gefühl der Befreiung lebt dabei von seinem oppositionellen Status gegenüber dem Disziplinären. Aber die Befreiung wird begleitet von einer Orientierungslosigkeit, die davon ausgelöst wird, dass die Grenzen zwischen dem Kommerziellen und dem Musealen im Eingangsbereich

<https://link.springer.com/article/10.1007/s00451-021-00452-7> (zuletzt aufgerufen am 21. 5. 2022).

¹²⁵ SKELLON TUNSTALL, *Hysterical atria*, S. 26.

¹²⁶ Ebenda, S. 27.

¹²⁷ Ebenda, S. 22.

verschwimmen.¹²⁸ Und so schlussfolgern Skellon und Tunstall, dass der zeitgenössische Eingangsbereich nicht nur „Befreiungen produziert, sondern auch Ängste, bzw. Angst hervorrufende Befreiungen“. Und die Angst sei weniger eine davor, regiert zu werden, als vielmehr eine, nicht regiert zu werden.¹²⁹

Das Subjekt nach Foucault ist also bestrebt, sich zu emanzipieren und zu entfalten, nach Lacan will das Subjekt aber auch mit der symbolischen Ordnung flirten, selbst wenn es den großen Anderen doch zurückweisen wird. Die Antwort auf die entgegengesetzten Bedürfnisperspektiven kann nur in räumlichen Mischformen bestehen. Ideal wäre ein Eingangsbereich, der sowohl regelnde als auch befreiende Bereiche verbindet. Und zwar so, dass die Übergänge keine fließenden sind, sondern Bereiche im besten Fall auch räumlich getrennt bzw. strukturiert sind. Die am meisten regelnden Räume sind, aus Gründen des Schutzes von Exponaten und dem Ermöglichen gegenseitiger Rezeptionserlebnisse, die Ausstellungsräume. Je näher andere Räume den Ausstellungsräumen sind, desto geregelter sollten sie sein. Je näher die Räume dem Vorplatz sind, desto unregelter und spielerischer sollten sie genutzt werden können.

Allgemein schlage ich eine Fragmentierung des Museums in einzelne Einheiten mit jeweils eigenen Regeln vor. Das betrifft auch die Ausstellungsräume, die ebenso größere und kleinere Formate, aber vor allem mehrere parallele Formate in unterschiedlich langen Intervallen ermöglichen sollten. So lässt sich nicht nur

¹²⁸ Ebenda, S. 24.

¹²⁹ Ebenda, S. 25.

eine Vielstimmigkeit im Wechselausstellungsprogramm umsetzen, sondern es werden auch Anreize geschaffen, das Museum öfter zu besuchen und dabei kleinere Teile anzuschauen. Das würde den immer kürzeren Aufmerksamkeitsspannen und Freizeitbudgets entgegenkommen, aber auch Ermüdungen und Überreizungen der Besucher*innen vorbeugen.

In unmittelbarer Nähe zum Ein- bzw. Ausgang sollte sich ein Treffpunkt im Sinne eines dritten Ortes befinden, der als Dreh- und Angelpunkt für das Museum fungiert. Dieser Treffpunkt soll als neutraler Boden gewährleisten, dass die Besucher*innen sich einander gleichgestellt begegnen können. Dafür rege ich ein Mischkonzept an, das Café, Bar, Restaurant und Aufenthaltsraum zusammenführt. Dieselben Sitz- und Verweilgelegenheiten sollen genutzt werden können, um sowohl vor Ort gekaufte Speisen und Getränke zu konsumieren, als auch mitgebrachte – aber auch unentgeltliche, die zur freien Entnahme bereit stehen. Um keine Konfliktsituation zu erzeugen, sollte der Treffpunkt vom Museum selbst betrieben werden. Meine Erfahrungen mit eingemieteten, kommerziellen Betreibern zeigen, dass deren Streben nach Gewinnmaximierung einem vom Museum steuerbaren Besuchererlebnis maximal im Weg steht.

Die Gestaltung soll vor allem das Gespräch fördern. Das bedeutet, dass für unterschiedliche Situationen auch unterschiedliche Möbel und Raumverhältnisse gleichzeitig zum Einsatz kommen, sie aber eine gleichartige Formensprache verwenden. Sie sollte zurückhaltend sein, doch nicht steril. Architektonische Elemente und Möbel sollten im besten Fall nicht ihr Gestalt-Sein kommunizieren, sondern vorrangig ihre funktionale Ebene hervorheben und einen Möglichkeitshorizont symbolisieren. Große Tische für mehr als zwei Personen sollten dabei überwiegen. Zwar soll die Möglichkeit für intime

Gespräche unter vier Augen auch gegeben sein, gleichwohl durch vorwiegend größere Tische die Durchmischung angeregt und der unerwartete Kontakt und der Austausch mit Unbekannten gefördert werden.

Durch eine Lage nahe zum Ein- bzw. Ausgang und Sichtbarkeit nach außen sollte die Zugänglichkeit erhöht werden und eine soziale Pufferzone zwischen dem öffentlichen Raum und den geregelteren Räumen des Museums geschaffen werden. Einerseits soll so die Hemmschwelle für ein Eintauchen in die institutionelle Sphäre verringert werden, andererseits das Museum nach außen geöffnet werden – der soziale Treffpunkt soll als durchlässige Membran zwischen Museum und Welt sowohl physisch als auch symbolisch vermitteln. Doch der soziale Bereich soll nicht nur räumlich leicht zugänglich sein, sondern auch zeitlich. Die Öffnungszeiten müssen sich von der Frühstückszeit bis in die späten Abendstunden erstrecken, selbst wenn nicht alle Bereiche des Museums gleichzeitig geöffnet sind. Man sollte die Möglichkeit haben, vor einem Ausstellungsbesuch auf einen Kaffee vorbeizuschauen, ebenso nach einem Rundgang das Gesehene noch bei einem Bier zu reflektieren, selbst wenn die anderen Räumlichkeiten noch oder schon geschlossen sind. Aber durch erweiterte Öffnungszeiten soll vor allem sichergestellt werden, dass man ebenfalls unabhängig von einem Ausstellungsbesuch einkehren kann, um spontan unter Leute zu kommen. So wird gewährleistet, dass sich eine Basis von Stammgästen entwickelt und längerfristig hält.

Im Zentrum des Museums soll also ein lebendiger Ort des Austausches stehen und als pars pro toto das kommunikative Wesen der Institution verdeutlichen. Um ihn herum sollen die Angebote des Museums angeordnet sein, ähnlich einem Marktplatz, an dem sich verschiedene Möglichkeiten zu einem Mehrwert

verbinden, an dem unmittelbare Bedürfnisse mit sozialer Anbindung gekoppelt werden.

Ein zweites Zentrum, das mit dem physischen Treffpunkt korrespondiert, ist eine digitale Plattform. Wie meine Ausführungen in den vorangegangenen Kapiteln schildern, birgt nicht die Digitalisierung an sich Gefahren, sondern die Plattformisierung. Es ist durchaus positiv zu werten, wenn Museen auf Facebook, Instagram, Twitter, Youtube oder TikTok aktiv sind und dort Reichweiten aufbauen, bzw. Follower*innen und Abonnent*innen gewinnen, wo Individuen sich in ihrer Freizeit virtuell aufhalten. Man begibt sich damit aber auch in eine Abhängigkeit von den sozialen Plattformen, deren Algorithmen ein anderes Benutzerverhalten evozieren als das Museum – eine ähnliche Problematik wie mit externen Betreibern von Museumsgastronomien. Deshalb halte ich es für notwendig, zusätzlich zur Präsenz auf den diversen Plattformen auch eine eigene Plattform zu entwickeln, deren Funktionen das Museum selbst gestalten kann.

Eine solche Plattform wäre in Analogie zu den bestehenden auch sozial, aber vorrangig sozial und nicht gewinnorientiert. Natürlich muss sie genauso um die Aufmerksamkeit und Zeit der Benutzer*innen buhlen. Sie kann dabei aber auf den Community-Gedanken fokussieren und muss sowohl das Wissen über ihre Benutzer*innen als auch ihre Reichweite nicht in Form von Werbung monetarisieren. Durch Schnittstellen zwischen der physischen Museumserfahrung und der digitalen Vernetzung können Wechselwirkungen erzielt werden. Eine Teilöffentlichkeit des Museums kann sich so sowohl physisch als auch digital austauschen und das Geflecht an Verbindungsmöglichkeiten potenziell mehr verdichten, als das nur jeweils physisch oder digital möglich wäre. Und eine digitale Plattform ist rund um die

Uhr verfügbar, schafft also zusätzliche Möglichkeiten der Besucher*innenbindung – aber vor allem auch ein erhöhtes Potenzial für emotionale Identifikation.

Das Museum wird so zu einer hybriden Erfahrung, die das digitale mit dem physischen Erleben zusammenführt. Beide Angebote ergänzen einander und unterstützen die Entwicklung einer Teilöffentlichkeit. Als Synergieeffekt konstituiert sich nicht nur eine allgemeine Öffentlichkeit, in der Subjekte aus verschiedenen Klassen, Milieus und Gemeinschaften zusammenkommen können, sondern auch das Bild eines Museums, das als verbindendes Forum auf der einen Seite Inhalte vermittelt, auf der anderen Seite die Gesellschaft als solche.

Schlussbemerkungen

In diesem Aufsatz habe ich zunächst versucht, den Begriff der Öffentlichkeit zu untersuchen. Jürgen Habermas zeichnet in seinem Buch den „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ historisch und theoretisch nach. Seinen Öffentlichkeitsbegriff bezieht er auf die bürgerliche Gesellschaft der Moderne, und er spiegelt eine Idealvorstellung von aufgeklärten Subjekten und deren rationaler Argumentation wider. Oscar Negt und Alexander Kluge skizzieren in Reaktion auf Habermas und im Gegensatz zu seinem Entwurf einer bürgerlichen Öffentlichkeit, die repräsentativ ist und gewisse Lebensrealitäten ausklammert, eine proletarische Gegenöffentlichkeit. Niklas Luhmann beschreibt mit seiner Systemtheorie ein Netzwerk von Beziehungen und die Öffentlichkeit als „Reflexion jeder gesellschaftsinternen Systemgrenze“, wobei sein Modell als eine Vielzahl von Systemen und wesentlich dezentraler gedacht ist als noch bei Habermas, Negt und Kluge. Mark Eisenegger dagegen verortet ein den Neoliberalismus ablösendes digital-solutionistisches Gesellschaftsmodell, das institutionskritisch und technikgläubig ist. Es bringt eine Plattform-Öffentlichkeit mit sich, die fragmentiert und enthierarchisiert ist. Andreas Reckwitz entwickelt schließlich aus dem Kontrast zwischen einer sozialen Logik des Allgemeinen und des Besonderen seine „Gesellschaft der Singularitäten“. Der Grad von Einzigartigkeit wird darin zur Grundlage von Bewertungen. Die Dominanz der Logik des Besonderen führt nach Reckwitz zu einer Krise des Allgemeinen, des gesellschaftlich Verbindenden. Wie Eisenegger stellt auch er eine Tribalisierung und Parzellierung der Öffentlichkeit fest, und schlägt eine „provisorische Rekonstitution des Allgemeinen“ vor. In

der Folge stelle ich die Frage, ob nicht das Museum der Ort wäre, um eine allgemeine Teilöffentlichkeit herzustellen.

Im nächsten Kapitel versuche ich darzustellen, was ein Museum ist. Ich zeichne seine Geschichte seit dem Museion der griechischen Antike nach und beschreibe die sich wandelnden Funktionen sowie seine Öffnung für immer breitere Öffentlichkeiten über die Jahrhunderte bis in die Gegenwart. Am Ende des Kapitels bespreche ich die Diskussion innerhalb des ICOM rund um eine neue Museumsdefinition und halte fest, dass „Mehrstimmigkeit und Zugänglichkeit wesentliche Eigenschaften für ein Museum im 21. Jhdt. darstellen und dass die Herstellung von Möglichkeiten eines kritischen Dialogs zur Demokratisierung der Öffentlichkeit beitragen sollte“.

Das folgende Kapitel beschäftigt sich mit der Öffentlichkeit des Museums. Zunächst geht es um den Übergang vom Kabinett zum Museum als erkenntnistheoretischen Wandel. Nach Foucault ist das Museum eine „tatsächlich realisierte Utopie“, in der danach gestrebt wird alle Zeiten, Formen und Geschmäcker fortwährend und unbegrenzt anzuhäufen und zu organisieren. Aber das Museum ist nach Gordon Fye auch ein Ort, an dem Demokratie und Elitarismus miteinander konkurrieren und gleichzeitig ineinander verwoben sind. So ist es auch ein Ort der Ein- und Ausgrenzung, nach Pierre Bourdieu und Alain Darbel für Besucher*innen aus der Arbeiterklasse gar ein Ort symbolischer Gewalt. Nach Marion von Osten werden im Umgang mit Ausstellungsobjekten soziale Beziehungen hergestellt, aus denen „identifikatorische Gemeinschaften und spezifische Öffentlichkeiten“ entstehen. Nach Tony Bennett produziert der Prototyp des Museums des 19. Jhdt. sich freiwillig selbst-regulierende Bürger*innen, auf die eine Art von Soft-Power ausgeübt wird. Marion von Osten stellt den Erziehungscharakter des

Museums eher in Frage und sieht die Entstehung von dessen Öffentlichkeiten in den Ansprüchen auf Identifikation, also subjektiven Bedürfnissen begründet. Auch bei Paolo Virno wird in Abrede gestellt, dass die Öffentlichkeit heute noch an den Staat und seine Repräsentation der Bevölkerung gebunden ist. Simon Sheikh argumentiert, dass die Öffentlichkeit ein wesentlicher Bestandteil des Nationalstaates ist und auf ähnlichen Mechanismen der Ausgrenzung beruht. Vor dem Hintergrund einer zunehmenden Irrelevanz des Staates geht er vom Zustand einer Post-Öffentlichkeit aus, in der keine Vereinbarkeiten zu oder auch Verräumlichungen von Öffentlichkeiten mehr bestehen. Ich beende das Kapitel mit der Feststellung, dass eine neue Form von „Öffentlichkeit“ gefunden werden muss, die zwischen neuen Achsen ausgerichtet werden muss (also nicht mehr zwischen privat und öffentlich). Diese Pole könnten das Allgemeine und das Besondere sein, oder auch das Ökonomische und das Kulturelle. Das Ziel einer Institution könnte sein, eine allgemeine Teilöffentlichkeit in sich zu versammeln und mit ihr zu einer Re-Identifikation mit dem Gemeinsamen und Verbindenden einzuladen.

Das nächsten Kapitel ist dem „Dritten Ort“ gewidmet. Zunächst beschreibe ich, dass die punktuelle Versammlung von Menschen im Museum nur bedingt Teilöffentlichkeiten herstellen kann. Dann komme ich auf den „Dritten Ort“ zu sprechen, den Ray Oldenburg als „öffentlichen Ort außerhalb der Wohnung und des Arbeitsplatzes, an dem sich Individuen regelmäßig, freiwillig, informell und in freudiger Erwartung treffen“ umschreibt. Oldenburg definiert ihn als Ort, der einen neutralen Boden darstellt und die Besucher*innen sozial gleichstellt. Die verbindende Hauptaktivität am „Dritten Ort“ ist das Gespräch. Er ist für alle zugänglich und gut gelegen, hat dann geöffnet, wenn Gäste Zeit für einen Besuch hätten. Seine Atmosphäre wird von den Stammgästen bestimmt, die

Stimmung ist spielerisch und heiter. Die Einrichtung ist schlicht und unauffällig, dennoch stellt er ein Zuhause außerhalb vom Zuhause dar. Diese Merkmale des „Dritten Orts“ vergleiche ich mit dem Museum, und beschreibe die Differenzen und wo man ansetzen müsste, um dem Charakter eines „Dritten Orts“ näherzukommen. Im Anschluss bespreche ich Katharina Hoins Überlegungen zu Verbindungen zwischen dem „Dritten Ort“ und dem Museum und komme zum Schluss, dass ihre Beispiele nicht weitreichend genug sind, um damit angestrebte allgemeine Teilöffentlichkeiten zu realisieren.

Das Kapitel danach beinhaltet praktische Überlegungen zur Struktur von Museen, die ich als Resultat aus der bestehenden Gemengelage vorschlage. Zunächst zitiere ich Hakan Topal, der dafür plädiert, die Verbindung des Kulturellen mit dem Sozialen auch in entsprechende Architektur zu übersetzen. Danach geht es um Parallelitäten zwischen Shopping Malls und Museen und die damit verbundene Sorge, es würden Vorstellungen bei Besucher*innen bestärkt, das Museum wäre ein Ort an dem kulturelle Erfahrungen monetarisiert würden. Damit das nicht passiert, schlage ich eine Adaption des Eingangsbereichs als „Dritten Ort“ vor. Katherine Skellon and Ben Tunstall schreiben, im Eingangsbereich hätte sich früher die „disziplinatorische Macht“ konzentriert, heute sei es ein befreiender Raum der Diversität, ein Spielraum für die Selbstverwirklichung. Sie argumentieren, man dürfe den Eingangsbereich nicht nur durch die Brille Michel Foucaults lesen, sondern auch durch die von Jacques Lacan. Mit ihm stellen die beiden fest, dass der Diskurs des Hysterischen im Eingangsbereich vorherrschend sei. Das Gefühl der Befreiung lebt von seinem oppositionellen Status gegenüber dem Disziplinären. Der zeitgenössische Eingangsbereich evoziert aber nicht nur Befreiungsempfindungen, sondern gleichzeitig auch Ängste davor, nicht regiert

zu werden. Daraus schließe ich, dass der Eingangsbereich sowohl regelnde als auch befreiende Bereiche miteinander verbinden sollte. Die Museumsräumlichkeiten und Programme sollten fragmentiert und spezialisiert, mit jeweiligen Regeln versehen eine Vielheit auch in Angebot und Möglichkeiten darstellen. Im Eingangsbereich sollte ein Treffpunkt im Sinne eines „Dritten Orts“ geschaffen werden, der nicht kommerziell orientiert ist. Dieser lebendige Ort im Zentrum des Museums soll das kommunikative Wesen der Institution verdeutlichen. Parallel zum Treffpunkt schlage ich eine museumseigene, digitale soziale Plattform vor, um das Museum zu einer hybriden Erfahrung zu machen, die das digitale mit dem physischen Erleben zusammenführt.

Meiner Meinung nach ist es nicht nur wichtig für die Gesellschaft, dass Museen der zunehmenden Fragmentarisierung und Polarisierung als Orte für allgemeine Öffentlichkeiten etwas entgegensetzen. Für die Museen ist es ebenso wichtig, ihre gesellschaftliche Relevanz auch weiterhin zu behaupten und eine Rolle darin zu spielen, sie aktiv mitzugestalten. Und im selben Maß wie sich die Gesellschaft verändert, muss es das Museum tun. Das heißt, dass Maßnahmen wie die von mir vorgeschlagenen nur eine punktuelle Korrektur darstellen – denn die Struktur des Museums ist nichts, das irgendwann einmal fertig oder abgeschlossen ist, sondern muss als dynamisches Gefüge verstanden werden, dessen einzige Konstante in der stetigen Veränderung liegt.

Literaturverzeichnis

Jeffrey ABT, The Origins of the Public Museum, in: Sharon MACDONALD (Hg.), A Companion to Museum Studies, Blackwell Publishing Oxford 2006¹

Theodor W. ADORNO, Valery Proust Museum, in: Prismen. Kulturkritik und Gesellschaft, Deutscher Taschenbuch Verlag München 1963 (geschrieben 1953)

Tony BENNETT, The Exhibitionary Complex, in: New Formations Nr. 4, Lawrence & Wishart London Frühling 1988

Pierre BOURDIEU und Alain DARBEL, The Love of Art. European Art Museums and Their Public, Polity Press Cambridge 1991¹ (erstmalig veröffentlicht 1969)

Mark EISENEGGER und Linards UDRIS, Eine öffentlichkeitssoziologische Theorie des sozialen Wandels in der digitalen Gesellschaft, in: Mark EISENEGGER, Linards UDRIS und Patrik ETTINGER (Hg.), Wandel der Öffentlichkeit und der Gesellschaft, Springer Fachmedien Wiesbaden 2019¹

Mark EISENEGGER, Dritter, digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit als Folge der Plattformisierung, in: Mark EISENEGGER, Marlis PRINZING, Patrik ETTINGER und Roger BLUM (Hg.), Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit, Springer Fachmedien Wiesbaden 2021¹

Gottfried FLIEDL, Am Ende. Das Museum, am 29.11.2020 auf <https://museologien.blogspot.com/2020/11/am-ende-das-museum.html> (zuletzt aufgerufen am 5. 5. 2022)

Michel FOUCAULT, Andere Räume, in: Karlheinz BARCK, Peter GENTE, Heidi PARIS und Stefan RICHTER (Hg.), Aisthesis. Wahrnehmung heute oder Perspektiven einer anderen Ästhetik, Reclam Leipzig 1992¹

Gordon FYFE, Sociology and the Social Aspects of Museums, in: Sharon MACDONALD (Hg.), A Companion to Museum Studies, Blackwell Publishing Oxford 2006¹

Anthony GIDDENS, Kritische Theorie der Spätmoderne, Passagen-Verlag Wien 1992

Jürgen HABERMAS, Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft, Suhrkamp Verlag Frankfurt am Main 1990¹ (Unveränderter Nachdruck der zuerst 1962 im Hermann Luchterhand Verlag, Neuwied, erschienenen Ausgabe)

Katharina HOINS, Das Museum als Dritter Ort – Schlagwort oder Leitbegriff?, in: Henning Mohr und Diana Modarressi-Tehrani (Hg.), Museen der Zukunft. Trends und Herausforderungen eines innovationsorientierten Kulturmanagements, transcript Verlag Bielefeld 2022¹

ICOM Museum Definition, am 24. 8. 2007 auf <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/> (zuletzt aufgerufen am 6. 5. 2022)

ICOM Standing Committee on Museum Definition, Prospects and Potentials, Museumsdefinitionsverschlagn, am 25. Juni 2019 auf <https://icom.museum/en/news/icom-announces-the-alternative-museum-definition-that-will-be-subject-to-a-vote/> (zuletzt aufgerufen am 6. 5. 2022)

ICOM Standing Committee on Museum Definition, Prospects and Potentials, Museumsdefinitionsverschlagn, am 20. Mai 2022 auf <https://icom.museum/en/news/the-icom-advisory-council-selects-the-museum-definition-proposal-to-be-voted-in-prague/> (zuletzt aufgerufen am 12. 6. 2022)

Joseph J. KIM, The Business Secrets of Steve Jobs, Smashwords Edition
Oklahoma City 2013

Alexander KLUGE und Oskar NEGТ, Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur
Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit,
Suhrkamp Frankfurt am Main 1972

Alexander KLUGE und Oskar NEGТ, Geschichte und Eigensinn, Band 2,
Deutschland als Produktionsöffentlichkeit, Suhrkamp Frankfurt am Main 1993
(erstmalig veröffentlicht 1981)

Alexandra LANGE, Malls and the future of American retail, Curbed Magazine
online, 15. Februar 2018 auf

<https://archive.curbed.com/2018/2/15/17014230/malls-california-america-renzo-piano-victor-gruen> (zuletzt aufgerufen am 12. März 2022)

Niklas LUHMANN, Die Realität der Massenmedien, Springer Fachmedien
Wiesbaden 1996² (erstmalig erschienen 1995)

François MAIRESSE und Juliette RAOUL-DUVAL, Statements in: Vincent
NOCE, What exactly is a museum? Icom comes to blows over new definition,
The Art Newspaper, 19. 8. 2019 auf

<https://www.theartnewspaper.com/2019/08/19/what-exactly-is-a-museum-icom-comes-to-blows-over-new-definition> (zuletzt aufgerufen am 6. 5. 2022)

Susanne NEUBURGER, Das scheidende Museum? Gedanken zu Krzysztof
Pomians Katastrophenszenario, am 10. 9. 2021 auf

<https://www.museumdenken.eu/post/gedanken-zu-krzysztof-pomians-katastrophenszenario> (zuletzt aufgerufen am 5. 5. 2022)

Ray OLDENBURG, *The Great Good Place. Cafés, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*, Da Capo Press Boston 1999² (erstmalig erschienen bei Paragon House 1989)

B. Joseph PINE II und James H. GILMORE, *The Experience Economy*, Harvard Business School Press Boston 1999

Krzysztof POMIAN, Wie schlecht steht es wirklich um die Zukunft der Museen?, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 24.11.2020, Nr. 274, S. 12

Andreas RECKWITZ, *Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne*, Suhrkamp Berlin 2017

Gerhard SCHULZE, *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*, Campus Verlag Frankfurt 1992

Simon SHEIKH, *Publics and Post-Publics. The Production of the Social*, in: Jorinde SEIJDEL (Hg.), *Art as a Public Issue. How Arts and Its Institutions Reinvent the Public Dimension*, *Open – Cahier on Art and the Public Domain* Nr. 14, NAI publishers Rotterdam 2008

Katherine SKELLON und Ben TUNSTALL, *Hysterical atria*, in: Ross Parry, Ruth Page und Alex Moseley (Hg.), *Museum Thresholds – The Design and Media of Arrival*, Routledge Abingdon 2018¹

Hakan TOPAL, *Reimagining Museum Design, With Education at the Forefront*, 18. 12. 2019 auf <https://hyperallergic.com/533692/reimagining-museum-design-with-education-at-the-forefront/> (zuletzt aufgerufen am 17. 5. 2022)

Nils F. TÖPFER, *Die Corona-Pandemie und der hysterische Diskurs nach Lacan*, *Forum der Psychoanalyse* 38 2022, S. 89–102, 21. 12. 2022 auf <https://link.springer.com/article/10.1007/s00451-021-00452-7> (zuletzt aufgerufen am 21. 5. 2022)

Paolo VIRNO, Das Öffentlichsein des Intellekts. Nichtstaatliche Öffentlichkeit und Multitude, Jänner 2001 auf <https://transversal.at/transversal/0605/virno/de> (zuletzt aufgerufen am 10. 5. 2022)

Paolo VIRNO, Grammatik der Multitude / Die Engel und der General Intellect, Turia + Kant Wien 2005

Marion VON OSTEN, Producing Publics - Making Worlds! Zum Verhältnis von Kunstöffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit, in: Marianne EIGENHEER, Dorothee RICHTER und Barnaby DRABBLE (Hg.), Curating Critique, Revolver Frankfurt a. M. 2007¹

Patricia WADDY, Seventeenth-century Roman Palaces. Use and Art of the Plan, MIT Press Cambridge 1990

Lebenslauf

Severin Dünser ist seit 2012 Kurator für zeitgenössische Kunst am Belvedere in Wien. 2009 gründete er gemeinsam mit Christian Kobald den Kunstverein COCO (Contemporary Concerns). Zuvor leitete er den Projektraum der Galerie Krinzinger und schrieb für Spike und mono.kultur. In den letzten Jahren realisierte er unter anderem die Gruppenausstellungen Bread and Digestifs, On Heavy Rotation, Über das Neue, Der Wert der Freiheit, Instructions for Happiness, Das Begreifen, Das Gestische, Das Anliegen und Flirting with Strangers.