



Doris Harrasser, Karin Harrasser, Stephanie Kiessling,
Karin Schneider, Sabine Sölkner, Veronika Wöhrer

Wissen Spielen

Untersuchungen zur Wissensaneignung
von Kindern im Museum

[transcript] → Kultur- und Museumsmanagement

Die Drucklegung wurde gefördert vom Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung Wien sowie von der Österreichischen Forschungsgemeinschaft.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© 2011 transcript Verlag, Bielefeld

Die Verwertung der Texte und Bilder ist ohne Zustimmung des Verlages urheberrechtswidrig und strafbar. Das gilt auch für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und für die Verarbeitung mit elektronischen Systemen.

Umschlaggestaltung: Kordula Rückenhaus, Bielefeld

Umschlagabbildung: Doris Harrasser, Wien

Lektorat & Satz: Else Rieger, Wien

Druck: Majuskel Medienproduktion GmbH, Wetzlar

ISBN 978-3-8376-1530-2

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier mit chlorfrei gebleichtem Zellstoff.

Besuchen Sie uns im Internet: <http://www.transcript-verlag.de>

Bitte fordern Sie unser Gesamtverzeichnis und andere Broschüren an unter: info@transcript-verlag.de

Inhalt

VORAUSSETZUNGEN

1 Einleitung: Körper Wissen im Museum | 7

Karin Harrasser

2 Gender and (Social) Science in the Making. Betrachtungen zur Methode | 19

Veronika Wöhrer

3 (Dis)playing the Museum.

Ein forschungsstrategischer Vorschlag | 35

Doris Harrasser, Karin Harrasser, Stephanie Kiessling, Karin Schneider, Sabine Sölkner, Veronika Wöhrer

4 Interaktivität. Konsument_innen, Bürger_innen und Kultur | 43

Andrew Barry

5 Museumsbildung und Wissensspiele | 69

Karin Schneider (mit einem Beitrag von Veronika Wöhrer)

ESSAYS

6 Die *diabolischen Bälle*. Widersprüche im System. Das Phänomen der Erklärung im ZOOM Kindermuseum als Ausdruck eines wechselseitigen Begehrens | 95

Stephanie Kiessling

7 Über die Entdeckung experimenteller Praktiken im *Mirakulosum* | 123

Doris Harrasser

8 Auf der blauen Wiese.

***Gender trouble* in einer Fußballausstellung | 149**

Karin Schneider, Veronika Wöhrer

9 Die Dingparade | 163

Stephanie Kiessling

12 Museumsbesuch und Ausstellungsdesign

Wechselseitige Verbindung und Austausch¹

SHARON MACDONALD

In diesem Artikel möchte ich einige ausgewählte sozial- und kulturwissenschaftliche Konzepte und Ansätze vorstellen, die zur Untersuchung von Museumsbesuchen eingesetzt wurden und deren Ergebnisse für das Ausstellungsdesign von Nutzen sein können. Das Feld der Forschungen zum/r Museumsbesucher_in ist nicht gut koordiniert, nicht zuletzt weil so viele Fachdisziplinen daran beteiligt sind. Dies waren, was die empirische Forschung anbelangt, vor allem Psychologie, Soziologie, Architektur und Sozialanthropologie. In Gestalt von Konzepten und analytischen Ansätzen haben auch eine Reihe anderer Felder eine Menge beizutragen, insbesondere Kunstgeschichte, Kultur-, Medien- und Literaturwissenschaften sowie Wissenschafts- und Technikforschung. Sie alle in diesen Überblicksartikel einzubeziehen, würde dessen Rahmen sprengen. Darum wähle ich einige Themen aus, die in diversen theoretischen und empirischen Studien als besonders bedeutsam für das Verständnis der Museumsrezeption hervorgehoben wurden. Zu jedem von ihnen präsentiere ich einige Forschungsergebnisse, analytische und konzeptuelle Mittel, die mir besonders interessant erscheinen oder zukünftiger Untersuchungen wert. Dabei werde ich Methodenfragen nicht eigens oder ausführlich behandeln, sondern sie im Verlauf meiner Darstellungen bestimmter Forschungsergebnisse und Konzepte allenfalls kurz anreißen.

Bei der Auswahl der Themen, die diesen Überblick strukturieren sollen, habe ich bewusst solche ins Auge gefasst, die besondere Bedeutung für das Forschungsprojekt *My exhibition: designing for affective communication, personali-*

¹ Der Artikel ist zuerst erschienen als »Interconnecting: museum visiting and exhibition design«, in: *CoDesign* 3, no. 1 (2007), S. 149-162. Wiederabdruck mit freundlicher Genehmigung der Autorin und des Verlags (Taylor & Francis).

zation and social experience [»Meine Ausstellung: Entwerfen mit Blick auf affektive Kommunikation, Personalisierung und soziale Erfahrung«] haben können, das im Rahmen des Forschungsprogramms »Design for the 21st Century« des Arts and Humanities Research Council finanziert wird. Geleitet wird das fachübergreifende Projekt von Chris Rust, Sheffield Hallam University, und es ist verbunden mit der Ausstellung mittelalterlicher Handschriften zum Hundertjährigen Krieg, die im Royal Armouries Museum in Leeds installiert wird. Im Rahmen dieses Projekts sollen personalisierte, interaktive elektronische Ausstellungsführer sowie Methoden entwickelt werden, mit denen Ausstellungsbesucher_innen Informationen auffinden können; dazu wird ihr Verhalten untersucht. Da diese mit einer ganzen Bandbreite von Medien konfrontiert werden, darunter so unterschiedliche Medien wie elektronische Darstellungen und Originalhandschriften, stellt sich die Frage, wie Besucher_innen darauf reagieren; des Weiteren wird es darum gehen, welche Konnotationen und welchen »Aufforderungscharakter« bestimmte Genres haben und wie Authentizität und Autorität wahrgenommen werden. Ausstellungen sind soziale Ereignisse – in der Regel sind andere Menschen anwesend, die nicht unbedingt zur jeweils eigenen Besucher_innengruppe gehören. Daraus ergibt sich die nicht unwichtige Fragestellung, wie sich das soziale Erleben mit den personalisierten Techniken und Apparaten verhält, die im Rahmen dieser Untersuchung erprobt werden sollen. Aus diesem Grund widme ich mich auch einigen bereits vorliegenden Untersuchungen zu den sozialen Dimensionen des Museumsbesuchs. Der dritte Bereich, den ich betrachten möchte, ist der Raum. Museumsausstellungen sind dreidimensional, und die Besucher_innen bewegen sich physisch durch diesen Raum. Wie sich diese Bewegung zum Gebrauch von interaktiven Führern und deren Repräsentationen verhält, ist ein weiteres Untersuchungsfeld, das sich mit dem *My-exhibition*-Projekt öffnet.

Bevor ich mich allerdings diesen drei miteinander verbundenen Feldern – Medien, Sozialität und Raum – zuwende, skizziere ich einleitend und als Hintergrund einige neue Richtungen der Museumsbesucher_innenforschung, die in der Literatur vorgestellt wurden.

Tendenzen der Besucher_innenforschung

Eileen Hooper-Greenhill hat vor einiger Zeit die Entwicklungen in der Museumsbesucher_innenforschung erörtert und dabei festgestellt, dass auf diesem Feld eine deutliche Verschiebung stattgefunden hat: Besucher_innen würden nicht länger als »ein undifferenziertes Massenpublikum« aufgefasst, sondern die

Forschung habe damit begonnen, sich Besucher_innen als »aktiven Interpret_innen« zu nähern; als diejenigen nämlich, die »in komplexen kulturellen Einrichtungen« durch bestimmte Praktiken »Bedeutung stiften« (2006: 362). Des Weiteren spricht die Autorin von Verschiebungen, die wegführen von Modellen, die auf Verhaltenspsychologie und der Vorstellung basieren, die Kommunikation finde »vom Experten zum Laien« statt (ebd.). Solche Modelle seien in den letzten zehn Jahren abgelöst worden von dem, was sie das »Paradigma der Interpretation« nennt (ebd.). Viele ältere Forschungen hätten sich an der Frage orientiert, ob es dem Publikum gelungen sei, diejenigen Informationen richtig zu erfassen, die ihm von Expert_innen in der Ausstellung präsentiert wurden. Dabei sei der/die Besucher_in als ein mehr oder weniger aufnahmefähiger Schwamm begriffen worden, der dem vom Museum präsentierten Expert_innenwissen gegenübertritt. Insbesondere Ausstellungen in Museen der (Natur-)Wissenschaft und Naturgeschichte seien oft danach bewertet worden, wie effektiv sie den Besucher_innen Faktenwissen vermitteln konnten.²

Innerhalb dieses alten Modells kommt dem Ausstellungsdesign zweierlei Bedeutung zu: einerseits im Hinblick auf das »Verpacken von Botschaften«, andererseits mit Blick darauf, ob und wie es gelingt, die Botschaft über die Kluft zwischen Expert_innen und Besucher_innen »hinüberzubringen«. Betrachtet man Ausstellungsdesign jedoch innerhalb eines stärker auf Interpretation und Deutung gerichteten Forschungsparadigmas, lässt es sich vollständiger erfassen: nämlich als integrales Element der Erfahrung der Besucher_innen sowie hinsichtlich seines potentiell recht weitreichenden Einflusses darauf, wie diese Erfahrung in ihrer Besonderheit strukturiert wird. So gesehen ist Design mehr als das Schaffen eines attraktiven oder weniger attraktiven Mediums zur Präsentation von Inhalten.

Von einer ähnlichen Verschiebung wird in pädagogisch ausgerichteten Studien berichtet (Hein 2006). Dort wird sie in der Regel als Bewegung beschrieben und diskutiert, die von »behavioristischen« Ansätzen (die herausstellen, wie gut oder schlecht Besucher_innen auf die vom Museum gesetzten Reize reagieren) weg- und hinführt zu einem »konstruktivistischen« Ansatz, der »den Beitrag der Lernenden zu jenem Prozess betont, in dem Bedeutung gebildet wird« (Macdonald 2006: 321; Hein 2006). Die Folgen, die diese Erkenntnis für die verschiedenen Weisen zu lernen hat, haben John Falk et al. erörtert und dabei vor allem ein Lernverhalten betont, das sie »free-choice-learning« nennen (2006). Wie die Autor_innen feststellen, reichen, um diese Form des Lernens näher zu untersuchen, Ansätze nicht aus, die auf der Basis des Transmissions-Modells entwickelt

² Eine deutliche Kritik dieses Ansatzes findet sich in Lawrence 1991.

wurden. Mit neuen Ansätzen seien vielmehr die eher situativen, kontextbezogenen und diffusen Weisen des Lernens zu erfassen, die sie für die entscheidenden halten. Darum haben sie selbst einen Ansatz entwickelt, den sie »Kartierung persönlicher Bedeutungen« nennen. Er erlaubt ihnen, Breite und Tiefe des Lernens und nicht nur die Quantität des Gelernten zu erfassen und zu bewerten (vgl. Falk et al. 2006).

Neben dieser im weitesten Sinn pädagogischen Forschung gab es zwei weitere Stränge der Besucher_innenforschung. In der einen, der am häufigsten verfolgten, Richtung werden Umfragen durchgeführt, meist von den Museen selbst, manchmal auch von eigens beauftragten Marktforschungsunternehmen. Hooper-Greenhill nennt diesen Ansatz »Zählen und Kartieren« (2006, 368). Solche Untersuchungen liefern meist sozio-demografische Basisdaten rund um den Museumsbesuch, gewöhnlich verbunden mit Informationen darüber, welche Ausstellungen oder Galerien überhaupt besucht werden und ob diese Besuche wiederholt werden. Manche Studien erheben auch Auskunft über weitere Freizeitaktivitäten. Hin und wieder eingeschlossen sind »Ratings« der Besucher_innenzufriedenheit, die in der Regel aufgrund simpler Fragen danach vorgenommen werden, was den Besucher_innen gefallen hat, und die allenfalls Rangskalen verwenden. Nur selten werden solche Umfragen in analytischem Interesse eingesetzt.

Man versucht also nicht, tiefer in Unterschiede zwischen Publikumssegmenten und deren jeweiligen Reaktionen auf Ausstellungen einzudringen und auch nicht, herauszufinden, welche Motive und Faktoren in den geäußerten Vorlieben enthalten sein mögen. Diese hat, wie Hooper-Greenhill schreibt, der Soziologe Pierre Bourdieu in einer berühmt gewordenen Studie untersucht. Seine vergleichenden Befunde für vier europäische Länder lassen bedeutsame Unterschiede im »Kunstgeschmack« (damit auch in unterschiedlichen museologischen Ansätzen) erkennen und wie diese sich in unterschiedlichen Klassenfraktionen zeigen (Bourdieu und Darbel 1991; vgl. auch Bourdieus größere Arbeit über Klasse und Geschmack, *Die feinen Unterschiede* 1996). Bourdieus Studien lokalisieren artikulierte Präferenzen einerseits in einem weiteren sozialen Kontext und lassen andererseits erkennen, wie sie dazu beitragen, soziale Differenzen zu reproduzieren. Zu diesem Zweck hat Bourdieu den theoretischen Begriff des »kulturellen Kapitals« entwickelt und ausdifferenziert. Durchgeführt wurden diese Studien bereits in den 1960er Jahren, gehören bis heute aber zu den ganz wenigen, die auch die Frage des Verhältnisses von sozialer Klasse und Ausstellungsbesuch angesprochen haben (einen Überblick gibt Fyfe 2006); einige Studien gibt es allerdings, die Fragen der Bildung mit inhaltsbezogenen Ergebnissen korrelieren. Vereinzelt, und in ziemlich begrenztem Umfang, wurden auch andere soziale

Differenzierungen wie Geschlecht, Alter, ethnische Zugehörigkeit berücksichtigt (Fyfe 2006).

Festzuhalten ist allerdings, dass sozio-ökonomische Muster, wie sie Bourdieus Studien zugrunde liegen, immer schwieriger zu identifizieren sind. Das haben soziologische Untersuchungen zu Prozessen der Individualisierung ergeben (z.B. Beck und Beck-Gernsheim 2001). In diesem Kontext wird auch darauf verwiesen, dass Werbung und Marktforschung inzwischen auf neue Weise versuchen, immer feinere Kategorien zu finden, um Bevölkerungssegmente zu klassifizieren (vgl. auch Addis und Holbrook 2001). Interessant daran ist, dass man nicht mehr von sozialen Klassen und Klassifizierungen ausgeht und erst dann untersucht, wie sich diese in Konsummustern spiegeln (z.B. in Weisen des Museumsbesuchs), sondern umgekehrt von Konsummustern ausgehend soziale Typen – oder auf freiere Weise: kulturelle Formationen – identifiziert. Beispiele derart verfahrenender Museumsbesucher_innenstudien liefern Veron und Levasseur (1983) sowie Macdonald (1992, 2002), dazu weiter unten mehr. Allerdings stellen auch sie keine Verbindungen zu weiter gefassten soziodemografischen Charakteristika her.

Den zweiten Strang der Besucher_innenforschung könnte man als gerichtete Verhaltensstudien bezeichnen. Sie untersuchen spezifische Aspekte des Verhaltens von Ausstellungsbesucher_innen und gehen dabei häufig, aber nicht immer, aus einer sozialpsychologischen Perspektive vor. Einige dieser Studien haben unter anderem registriert, wie viel Zeit Besucher_innen mit dem Lesen von, Beschriftungen verbringen oder wie lange es dauert, bis die »Publikums-Ermüdung« einsetzt. Auch Bewegungen im Raum wurden untersucht – etwa die Tendenz, sich beim Betreten einer Ausstellung nach rechts zu wenden. Um soziale Interaktionen zu erfassen, wurde z.B. die Zeit gemessen, die Besucher_innen darauf verwenden, mit anderen Besucher_innen zu sprechen. (Einen Überblick über die einschlägigen Studien geben Dean 1994 sowie Falk und Dierking 2000.) Selbst wenn Verhaltensweisen und Gespräche auch eingehender analysiert wurden (vgl. Abschnitt 3 dieses Aufsatzes), bleiben derartige Studien in der Regel auf einzelne Ausstellungen bezogen und basieren auf ziemlich kleinen Umfragen; dennoch wurde versucht, zu generalisierbaren Resultaten zu gelangen.

Andererseits zeigt sich, vor allem in jüngeren Arbeiten, zunehmend die Tendenz, zwischen unterschiedlichen Typen von Ausstellungen oder Populationen zu differenzieren. Wichtiger und immer zahlreicher werden Studien zu besonderen Museumstechniken – z.B. zu Schrifftafeln oder Handsets (vgl. Abschnitt 2 passim). Diese Arbeiten haben eine ganz andere Sensibilität für weiterreichende Dimensionen, für den Kontext etwa oder für soziale Beziehungen; unterschied-

lich ist auch das Maß, in dem es gelingt, Eigenschaften und Muster herauszuarbeiten, die für andere Zusammenhänge relevant sein könnten. Typischerweise konzentrieren sich diese Studien auf das, was Menschen in Ausstellungen tun, und weniger darauf, was sie über die Ausstellungen sagen – was allerdings nicht notwendig bedeutet, dass sie einen behavioristischen Ansatz verfolgen. Vielmehr, und in Übereinstimmung mit der eingangs skizzierten Verschiebung, scheint der Nachdruck zunehmend auf den unterschiedlichen Weisen zu liegen, in denen Besucher_innen zu den Ausstellungen Zugang suchen. Untersucht wird auch, wie bestimmte Techniken »in existierende Praktiken integriert werden« (Grinter et al. 2002), oder wie sich Besucher_innen – um es in der Terminologie der Sozialanthropologie zu sagen – Techniken und Inhalte »aneignen« (so etwa Miller und Slater 2000).

In ihrer Haupttrichtung bewegt sich die Besucher_innenforschung also auf einen Ansatz zu, der das Besuchen einer Ausstellung als einen situierten, differenzierten und komplexen Prozess begreift. Das bedeutet nicht, dass darüber der Inhalt der Ausstellung oder deren Gestaltung irrelevant würden: Im Gegenteil, die Herausforderung besteht darin, zu verstehen, wie und auf welcher unterschiedlichen Weisen besondere Ausstellungsformen oder »Aufforderungen« aufgegriffen oder angeeignet werden; darüber hinaus vielleicht sogar herauszufinden, wie dies in anderen Aspekten von Praktiken oder Lebensstilen lokalisiert ist. Selbst wenn Hooper-Greenhill (2006) diese Verschiebung in der Forschung als Versuch beschreibt, Besucher_innen als »aktive Sinnproduzent_innen« zu begreifen, sollte man festhalten, dass das Geschehen, das damit in den Blick gerät, nicht unbedingt bewusstes Geschehen ist, dass es von den Besucher_innen möglicherweise selbst nicht berichtet werden kann und auch keiner »privaten« Ideenwelt folgt (Stevens und Toro-Martell, o.J.: 5). Die Studien, die Hooper-Greenhill als typisch für die neue Forschungsrichtung heraushebt (Katriel 1997, Macdonald 2002), setzen einen Mix von Methoden ein. Auch substantielle Anleihen bei der Ethnografie gehören dazu, unter anderem die direkte Beobachtung und halbstrukturierte, zeitlich offene Interviews (in der Regel mit der ganzen Gruppe, mit der Besucher_innen die Ausstellung gesehen haben). Diese Autodokumente werden einer Inhaltsanalyse unterzogen, z.B. im Hinblick auf narrative Strukturen oder die Verwendung eines besonderen Vokabulars. Festzuhalten ist weiterhin, dass beide beispielhaft genannten Studien darauf abzielen, die Muster zu identifizieren, in denen sich Besucher_innen auf Ausstellung und Exponate beziehen.

Meine Studie enthält darüber hinaus kritische Überlegungen zur Tendenz kulturwissenschaftlicher Analysen, die individuelle Vielfalt von Reaktionen als solche zu feiern, anstatt diese in ihren Kontext zu stellen und zu analysieren

(Macdonald 2002). Ganz ähnlich zeigt Gaynor Bagnall (2003) in einer Studie zu Besucher_innen von Stätten des Kulturerbes, dass selbst dann, wenn unter den Besucher_innen eine Vielfalt von Reaktionen zu beobachten ist, diese dennoch jeweils »strukturiert« sind, und zwar in einer Weise, die in Beziehung zur Präsentation des besonderen Ortes steht. Bagnalls Arbeit lässt noch eine weitere signifikante, bislang aber ziemlich unentwickelte Richtung der Besucher_innenforschung erkennen: die Erforschung von emotionalen Reaktionen, die mehr sind als die Äußerung von Vorlieben. So hebt Bagnall beispielsweise hervor, welche Unterschiede hinsichtlich des Grades der emotionalen Distanz bestehen können, die Besucher_innen zum präsentierten Gegenstand wahren möchten, bzw. welche Unterschiede in der Bereitschaft, sich affektiv zu engagieren oder das Präsentierte emotional zu »erleben«, existieren. Wie Bagnall im Zusammenhang einer deutschen Ausstellung zur unmittelbaren Nachkriegszeit (Riegel 1996) erörtert, werden solche Phänomene wahrscheinlich je nach Thema und je nach den Beziehungen der Besucher_innen zu diesem variieren – und zwar selbst dann, wenn einzelne Besucher_innen, was den Grad des emotionalen Engagement anbelangt, relativ stabile Dispositionen mitbringen.

Viele der bislang erwähnten Aspekte der Veränderungen in der Erforschung von Museumsbesucher_innen lassen sich auch in den Museen selbst erkennen, an Veränderungen der dort eingesetzten Rhetoriken und Praktiken oder auch an veränderten Weisen des Ausstellens, etwa in den Versuchen, von didaktischen Präsentationen wegzukommen und stattdessen vornehmlich interaktive zu entwickeln. Die sich in der Forschung abzeichnenden Versuche, Unterschiede zwischen den Besucher_innen zu erkennen, haben ihr Gegenstück in den Versuchen von Museen, Ausstellungen zu personalisieren – was derzeit allerdings noch in ersten Ansätzen steckt. Seit einiger Zeit werden auch ausdrücklich Versuche unternommen, für das Publikum »Erlebnisse« zu kreieren (Dicks 2004).

Die Neuausrichtung in der Besucher_innenforschung und im Ausstellungsdesign lässt sich auch in anderen Bereichen beobachten: in der Designforschung etwa oder in den Medienwissenschaften; ebenso in der wachsenden Zahl von Studien zum Konsumverhalten, an denen ein breiteres Spektrum von Fachwissenschaften beteiligt ist. Man könnte diese Verschiebung auch als Wandel vom »Effekt« zum »Affekt« charakterisieren. Wobei das, ähnlich wie oben für die »Sinn-Produktion« beschrieben, leicht zu Missverständnissen führen kann. Es besteht die Gefahr, dass »Affekt« zu eng gefasst wird, nämlich im Sinn eines unbewussten Reiz-Reaktions-Schemas, das nicht mit sozialen und kulturellen Differenzierungen vermittelt ist. Statt »affektive Kommunikation« für sich zu behandeln, könnte man das Affektive – und sollte dies auch – als integrales und unausweichliches Element von Kommunikation auffassen; eine Position, die

sich aus Ruth Finnegans Plädoyer für einen methodisch weiten Zugang zur Kommunikation ergibt, der sich nicht aufs Kognitive oder Linguistische beschränkt, sondern auch das Emotionale und Körperliche einbezieht (Finnegan 2002). Kommunikation bedeutet *Übertragung (transmission)* von Bedeutungen zwischen verschiedenen Parteien, und insofern ist nicht sicher, ob am Kommunikationsbegriff orientierte Studien die Struktur von Besucher_innenwissen und -erfahrung vollständig zu erfassen vermögen. Mit Finnegans Begriff des *interconnecting* – des Zusammensetzens und Verbindens – könnte das schon eher gelingen. Anders gesagt: Mit diesem Begriff lässt sich etwas von dem erfassen, was man die »Weisen des Wissens« genannt hat – ein Terminus, der von der Sozialanthropologie und der Wissenschafts- und Medizingeschichte verwendet wurde (z.B. Pickstone 2000), und der hilft, der Gefahr, das Kognitive überzubetonen, zu entgehen. *Interconnecting*, *Zusammensetzen* und *Verbinden* meint in einem weiteren Sinn auch die »Weisen des Berichtens«, was die Aufmerksamkeit sehr schön darauf lenkt, *wie* die Besucher_innen Eindrücke und Ideen »zusammentragen und zusammensetzen«. Indem man beobachtet, wie das geschieht, lässt sich darstellen, wie sich Eindrücke und Ideen mit dem Ausstellungsdesign einerseits und andererseits mit weiteren Aspekten des Lebens außerhalb des Museums verbinden. Wenn man dies beschreibt, öffnet sich die Möglichkeit zu erkennen, dass sich die Erfahrung einer Ausstellung nicht notwendig auf die Zeit beschränkt, in der sich Besucher_innen tatsächlich dort befinden, sondern sich noch darüber hinaus erstreckt, insbesondere in nachträgliche Berichte und Erzählungen hinein (Falk et al. 2006).

Im Folgenden werde ich im Hinblick auf die bereits genannten Felder – Medien, Sozialität und Raum – einige der Befunde, Ideen und Fragen vorstellen, die aus ganz unterschiedlichen Disziplinen stammen und auch unterschiedlichen methodischen Ansätzen folgen, wobei die meisten aus den Bereichen stammen, in denen ich selbst arbeite, namentlich aus qualitativen sozial- und kulturwissenschaftlichen Studien.

Medien

Mit Ausstellungsmedien meine ich alle Mittel, Einrichtungen und Geräte, die in Ausstellungen eingesetzt werden, um etwas zu präsentieren – unter anderem also Objekte in Vitrinen, Dioramen, Ausstellungstafeln, Bildschirme, interaktive Computer und Geräte. Wie die Medienforschung zunehmend erkannt hat, »erzeugen« unterschiedliche Medien unterschiedliche Formen von Erzählungen und sie können auch jeweils besondere Konnotationen mit sich führen (vgl. etwa Sil-

verstone 1994a). Einige Fragen zu den Ausstellungsmedien haben mit Sozialität zu tun – zu fragen ist etwa, ob das jeweilige Medium gemeinsam mit anderen Besucher_innen benutzt werden kann oder nicht. Andere Fragen führen auf den Raum, ob nämlich diese Medien statisch bleiben oder ob sie bewegt werden müssen. Darauf gehe ich in den nächsten Abschnitten ein. Hier dagegen widme ich mich einigen mit den Medien verbundenen Eigenschaften wie Genre, Autorität, Auffälligkeit und Authentizität.

Der Einsatz bestimmter Medien kann Vorstellungen oder Vermutungen über die Art – oder das jeweilige Genre – der Ausstellung wecken. Fragen des Genres in Museen sind insgesamt noch nicht wirklich geklärt, und Überlegungen dazu sind, verglichen mit Literatur oder Film, nicht sehr weit entwickelt. Das jedoch bedeutet nicht, dass Besucher_innen zum Genre einer Ausstellung keine »Annahmen« entwickeln oder nicht »Bewertungen« vornehmen würden. Um allerdings zu begreifen, worin diese bestehen und wie sie funktionieren, sind weitere Forschungen notwendig. Einige Untersuchungen haben immerhin erkennen lassen, dass das eingesetzte Medium als bedeutsame Aufforderung wirken kann. Natürlich wirken Medien dergestalt nicht isoliert, sondern in Verbindung mit der Art des besuchten Museums und anderen Elementen des Ausstellungsdesigns wie etwa Farbgebung oder räumliche Anlage. Es folgen nun einige Beispiele für die Relation zwischen Medien und Genre; sie basieren auf Studien im Londoner Science Museum, an denen ich mitgearbeitet habe (vgl. insbes. Macdonald 1992, Macdonald 2002, Kapitel 8).

Als ein Resultat ergab sich, dass die Präsenz interaktiver Exponate, die zum Mitmachen auffordern, ein Hauptauslöser dafür war, dass Befragte (Kinder und Erwachsene) Ausstellungen als »für Kinder« charakterisiert haben. Vielleicht noch interessanter und unerwarteter war der Befund, dass Besucher_innen, wenn sie aufgefordert wurden zu sagen, was ihrer Meinung nach die Erzählungen der Ausstellung seien, dazu neigten, Exponate mit ähnlichen Medien in ihren Berichten konzeptuell miteinander zu verbinden. So sagten sie von einer Ausstellung über Nahrungsmittel, diese behandle deren Wandel im Lauf der Zeit, und verwiesen dabei auf die verschiedenen in der Ausstellung gezeigten »Szenen« oder »Nachbauten« (z.B. eines Ladens oder von Küchen). Andere wiederum erzählten die Geschichte der Ausstellung als eine von »guten« oder »schlechten« Nahrungsmitteln; sie bezogen sich dabei auf diverse Mitmach-Stationen (z.B. Heimtrainer oder Exponate, an denen die Wirkungsweise von Nahrungsmittelzusätzen – Emulgatoren etwa – untersucht werden konnte). Überraschend daran war, dass weder Kurator_innen noch Ausstellungsdesigner_innen diese Exponate derart in Verbindung gesetzt hatten; auch der Ausstellungsraum legte keine solche Verbindung nahe. So schufen die Besucher_innen, indem sie diese Expo-

nate verknüpften, Erzählungen, die von den Kurator_innen nicht beabsichtigt waren. Es sollte z.B. die Station zu den Nahrungsmittelzusätzen als neutrale »wissenschaftliche« Erklärung zu deren Funktionsweisen wahrgenommen werden, und nicht als Instruktion in dem Sinn, solche Zusätze seien »schlecht«. Doch sobald sie konzeptuell mit Mitmachexponaten wie dem Heimtrainer assoziiert wurden, wurden sie als Elemente eines Narrativs zur »Gesundheitserziehung« wahrgenommen. Dabei wurde dieses Narrativ durch das Genre der Exponate zur Gesundheitserziehung intertextuell geformt. Ganz ähnlich wurde das Narrativ »Wandel im Lauf der Zeit« offenbar mit dadurch ausgelöst, dass es das Genre »Historische Ausstellung« gibt, das vornehmlich rekonstruierte Szenen einsetzt.

Diese Ergebnisse hatten einige interessante Folgen für die Frage nach dem Verhältnis von Medium und »Autorität« – also dazu, warum und wie weitgehend Besucher_innen das, was ihnen erzählt wird, als »wahr« oder »vertrauenswürdig« betrachten. Berührt wird auch die verwandte Frage danach, welches Medium wohl die meiste Aufmerksamkeit auf sich zieht und welchem die größte »Authentizität« zugeschrieben wird. Wie verschiedene Studien gezeigt haben, werden Museen verbreitet als autoritative Einrichtungen oder als mediale Genres betrachtet (vgl. z.B. Usherwood et al. 2004). In unseren Studien zum Science Museum konnten wir zeigen, dass Besucher_innen dazu tendieren, in diesem Museum eine Einrichtung zu sehen, die ihnen neutrale, wertfreie Fakten präsentiert, auch wenn sie sich an anderer Stelle kritisch zu dem geäußert hatten, was sie die »Verzerrung« durch »andere Medien« nannten.

Das besondere Medium Ausstellung kann in Vorstellungen hineinspielen, die Besucher_innen zum Thema »Autorität« bereits mitbringen und es kann sogar dazu dienen, gegen diese Vorstellungen zu arbeiten. Museen versuchen, die Besucher_innen aktiv in den Kommunikationsprozess einzubeziehen und setzen dazu eine ganze Reihe inzwischen bekannter Strategien ein: Da werden Fragen auf Texttafeln gesetzt, Informationen auf unterschiedlichen Ebenen angeboten, diverse Wege durch die Ausstellung vorgeschlagen oder unterschiedliche Formen der Interaktivität genutzt. Bemerkenswert ist, dass die Forschung einige der nahezu orthodoxen Vorstellungen des »Empowerment« nicht wirklich bestätigen konnte. So etwa haben Untersuchungen im Science Museum gezeigt, dass der Einsatz interaktiver Mitmachexponate die Besucher_innen eher erwarten ließ, ihnen werde unhinterfragbare, autoritative Wissenschaft geboten, als dass sie sich angeregt fühlten, selbst Fragen zu stellen – was das eigentliche Ziel der Ausstellungsmacher_innen gewesen war (vgl. Stevens and Toro-Martell o.J.: 16). Nicht nur brachten diese Exponate in den Besucher_innen die Erwartung hervor, sie befänden sich in einer Ausstellung zur Gesundheits-Erziehung, die

das Publikum über gute und schlechte Nahrungsmittel informieren solle, sondern die Stationen wurden auch als wissenschaftliche Experimente wahrgenommen, die (wie die aus dem Schulunterricht bekannten Versuche) funktionieren oder häufig auch schief gehen können. Sie wurden zwar als »interaktiv«, nicht aber als »verhandelbare« Medien verstanden.³ Auf einer der Tafeln in der von uns untersuchten Ausstellung war die Vorstellung, man könne Nahrungsmittel in »gute« und »schlechte« einteilen, ausdrücklich als falsch bezeichnet worden. Wir haben über hundert Besucher_innen befragt, und keine/r von ihnen hat die Tafel erwähnt; die Mehrheit sah die Ausstellung genau das tun, was mit diesen Hinweisen kritisiert werden sollte.

Doch die Vermutung, Besucher_innen läsen grundsätzlich keine Texttafeln, wäre falsch – ein häufig vorgebrachtes Argument, das jedoch von einigen Studien mit der Feststellung widerlegt wurde, dass Menschen im Vorbeigehen sehr viel schneller und auch aus größerer Entfernung lesen können als oft angenommen (McManus 1989). Aus unserer Studie ergab sich, dass solches Lesen vor allem zu Beginn der Ausstellung geschieht. Zugleich fanden wir heraus, dass physische Ausstellungsobjekte insgesamt mehr Aufmerksamkeit auf sich ziehen als Texte und dass sie die Narrative, die Besucher_innen unmittelbar nach Abschluss ihres Rundgangs formulieren, auch deutlich mehr prägen. Das bestätigt, was Falk und Dierking beobachteten, dass nämlich »Besucher_innen dazu neigen, Objekten große Aufmerksamkeit zu schenken, den Tafeln dagegen nur gelegentlich.« (1992: 77). Doch die Frage, welche Art physischer Exponate besondere Aufmerksamkeit auf sich ziehen, verlangt noch genauere Untersuchung. Unsere Studien im Science Museum haben ergeben, dass zwar der Großteil der Zeit in der Ausstellung vor Mitmach-Objekten verbracht wird; andererseits ergab sich, dass traditionelle, statische Ausstellungselemente – in diesem Fall nachgebaute Küchen aus vier Epochen – während des Ausstellungsbesuchs und in den Befragungen danach die meisten Gespräche auslösten. Das schien dem Umstand geschuldet, dass die Gegenüberstellung der Küchen zu Vergleichen einlud; außerdem lösten sie Erinnerungserzählungen aus: »Genau so eine hatten wir zuhause auch!«

Museumsobjekte – das für Museen typischste Medium – sind auch im Hinblick auf Fragen der »Verhandelbarkeit« interessant. Einerseits behaupten viele theoretische Ansätze und einige empirische Untersuchungen, Objekte hätten

3 Immer häufiger wird inzwischen das Konzept der »Interaktivität« als solches in Frage gestellt, insbesondere die Vorstellung, dass »Interaktivität« notwendig gleichzusetzen sei mit »Mitmachen«. Vgl. etwa Barry in diesem Band (Kapitel 4), Heath et. al. 2005, Witcomb 2006.

meist etwas »Unwiderlegliches« – man könnte auch sagen »Faktisches«. Sie geben den Narrativen Substanz, Autorität und Wahrhaftigkeit. Museumsleute betrachten solche Objekte häufig als »nicht-interaktiv«, nicht zuletzt wegen der Notwendigkeit, Stücke, die zur Sammlung des Museums gehören, vor Beschädigungen, etwa durch Hantieren mit ihnen, zu schützen. Andererseits jedoch lässt sich sagen, dass Objekte, verglichen mit einem Text, sehr viel offener für alternative Interpretationen sind – wie etwa die Küchenausstellung zeigte. Wie einige Museumstheoretiker_innen und Kommentator_innen bemerkt haben, besteht ein Trend zur »Rückkehr des Objekts als Kuriosum« (Bann 2003). Das zeigt sich vor allem in Ausstellungen, in denen Objekte die Hauptattraktion bilden – und insofern auch den Ausgangspunkt für vielfältige Geschichten und Berichte sind. In Ausstellungen, in denen Objekte ein vorgegebenes Narrativ illustrieren, zeigt sich dieser Trend weniger. Wenn man Besucher_innen dazu einladen will, sich den Objekten aus unterschiedlichen, selbst gewählten Richtungen zu nähern, werden Museumstechniken wie die portablen Handsets, die für *My exhibition* entwickelt und erprobt werden sollen, eine möglicherweise wichtige Rolle spielen (vgl. auch Grinter et al. 2002). Es wird interessant sein zu erkunden, wie dieses Medium mit anderen Medien interagieren wird und welches Maß an Autorität beziehungsweise Verhandbarkeit die Besucher_innen dem Medium zuschreiben werden. Eine Frage, die sich dabei als bedeutsam erweisen könnte, ist die der »Authentizität«.

Diese spielt, wie eine ganze Reihe von Studien gezeigt hat, für Museumsbesucher_innen eine bedeutsame Rolle (z.B. Bagnall 2003, Macdonald 1997). Gezeigt wurde allerdings auch, dass das, was Besucher_innen unter »Authentizität« verstehen, ganz unterschiedlich sein kann und, anders als in manchen theoretischen Diskussionen behauptet, keine bloße Frage von »Reales vs. Virtuelles« ist. In Bagnalls Studie etwa benutzen manche Besucher_innen die Idee des Authentischen, um ein »Gefühl« zu beschreiben, das sie während der Ausstellung begleitet hat; die Besucher_innen beziehen sich damit also nicht auf die Originalität eines Artefakts. In meinen aktuellen Arbeiten in Deutschland habe ich herausgefunden, dass Besucher_innen dazu neigen, den Begriff »authentisch«⁴ zu verwenden, wenn sie eine vergleichsweise unvermittelte Form der Präsentation beschreiben wollen. Das kann sich sogar auf den Einsatz gewisser Materialien und Oberflächen beziehen (z.B. von unverputzten Ziegelsteinen). Unter bestimmten Umständen, lässt sich daraus folgern, kann die Präsentation vermittels bestimmter Medien, besonders wohl elektronischer Medien, als Verminderung von Authentizität erscheinen. Aber auch hierzu fehlen einschlägige Untersu-

4 Deutsch im Original [A. d. Ü.].

chungen; ebenso zur Frage nach möglichen Wechselwirkungen zwischen dem jeweiligen Medium und anderen Elementen des Ausstellungsdesigns, etwa der Verwendung bestimmter Materialien.

Sozialität

Museumsbesuche sind soziale Ereignisse – sie finden in Gegenwart anderer statt, selbst wenn diese nicht zur gleichen Gruppe gehören. Das klingt banal, doch die Forschung hat dies, wie Christian Heath und Kollegen mehrfach gezeigt haben (z.B. Heath und vom Lehn 2004; Heath et al. 2002, 2005; Hindmarsh et al. 2002, 2005), bislang weitgehend ignoriert. Einige Arbeiten, so die von Fyfe und Ross (1996) und Longhurst et al. (2004), haben versucht, weiter gefasste Narrative zu untersuchen, in denen Museumsbesuche vorkommen konnten. Doch wurde das hier Beobachtete mit dem, was im Museum geschieht, bislang nicht gründlich verbunden. Andere Studien wiederum haben herausgefunden, dass der soziale Kontext des Besuchens einer Ausstellung (z.B. ein Familienausflug) beeinflusst, wie diese »gelesen« wird (Macdonald 2002, Kapitel 8). Eine systematische Studie zur Besucher_inneninteraktion vor Ort fehlt allerdings bislang, worauf Heath et al. verweisen. Sie versuchen dem nachzugehen, indem sie Videotechnik einsetzen, um die Besucher_innen in besonderen – manchmal eigens geplanten – Ausstellungen zu beobachten und Interaktionen zwischen ihnen zu analysieren.

Sie konnten zeigen, wie entscheidend Interaktionen mit anderen Menschen dafür sein können, ob Besucher_innen bestimmte Exponate wahrnehmen oder nicht. Sie schreiben: »Interaktion durchdringt weniger ein Set vorhandener Dispositionen oder Wissenszusammenhänge, als dass sie das Material und Situationen des Austauschs schafft, die es den Menschen möglich machen, Ausstellungen in besonderer Weise zu sehen und zu verstehen.« (Heath und vom Lehn 2004: 60). Mit dieser Feststellung verweisen sie auch darauf, dass die Terminologie, mit der sich Interaktionen zwischen Menschen im Museum beschreiben ließen, noch kaum entwickelt ist – im Unterschied zu einer Grammatik der Sprache und einer der Gesten. Erstaunlich also, dass auch sie selbst in ihren Artikeln wenig dazu liefern und nur gelegentlich Vorschläge machen, die über die von ihnen untersuchten Ausstellungen hinaus von Bedeutung sein könnten. Einige dieser Vorschläge sind allerdings interessant im Hinblick auf Medientechniken. Indem sie ihre These der sozialen Natur von Museumserfahrungen entwickeln, wird gezeigt, dass »wechselseitige oder öffentliche Sichtbarkeit« ein wesentliches Element dieser Erfahrung ist. Anders gesagt: Im Unterschied zu Sitzungen am heimischen Computer erwarten die Menschen im Museum eine Erfahrung,

die zumindest bis zu einem gewissen Grad mit anderen geteilt wird oder die, wie Heath und vom Lehn formulieren, »kollaborativ« ist (ebd.: 62). Einige der im Museum eingesetzten Techniken »zerstören (jedoch) die wechselseitige oder öffentliche Sichtbarkeit des Verhaltens« (Heath et al. 2002: 29), denn manche Technologien privatisieren das Verhalten und verhindern eine Zusammenarbeit oder folgenreiche Zeug_innenschaft. Gemeinsam mit dem Künstler Jason Cleverly ist in diesem Kontext demonstriert worden, wie selbst technisch relativ einfache, aber künstlerisch innovative Ausstellungsstrategien Zusammenarbeit und eine Bedeutung stiftende Interaktivität fördern können (insbes. Hindmarsh et al. 2002 und 2005).⁵

Letzteres ist auch das Ziel des Projekts *Situating Hybrid Assemblies in Public Environments* (SHAPE), an dem Heath beteiligt war. Der Schwerpunkt lag auf »auf hybriden Artefakten – Installationen, die es einzelnen Besucher_innen ermöglichen, in einer für viele sichtbaren und interessanten Weise physisches und digitales Material zu manipulieren« (Bannon et al. 2005: 62). Dies geschah unter anderem mit Installationen in Nottingham Castle und im Jagd-Museum in Limerick; in beiden Ausstellungen konnten sich die Besucher_innen mit Aktivitäten des Jagens und Entdeckens beschäftigen. RFID-Techniken (Identifizierung durch Radiowellen) ermöglichten es, weitere Exponate und Informationen anzu-steuern (ebd.). Vorbereitende Besucher_innenstudien zur Installation im Jagd-Museum zeigten das Bedürfnis nach Exponaten, die so entwickelt sind, dass sich mehrere Besucher_innen gleichzeitig beteiligen können, sodass ein »Feedback« mit anderen Aktionen möglich wird (Ciolfi und Bannon 2003). Keine dieser Ausstellungen nutzte tragbare elektronische Führer, aber es gab interessante und offenbar erfolgreiche Versuche, solche Geräte so weiterzuentwickeln, dass sie Interaktionen zwischen den Zuschauer_innen ermöglichten und sogar förderten, und dabei gleichzeitig erlaubten, Informationen zu personalisieren. Die *Sotto Voce Guidebooks* etwa, die Grinter und Kollegen hergestellt haben, ermöglichen (die Zustimmung der Beteiligten vorausgesetzt) das »Belauschen« dessen, was andere Personen gerade hören. Das, so die Autoren, »erleichterte das Wahrnehmen von Mitbesucher_innen«. Allerdings verwenden die Besucher_innen diese Geräte entlang bereits eingefahrener Formen des gemeinsamen Besuchs. Paare beispielsweise, die gewohnt sind, während ihres Besuchs nicht viel miteinander

5 Dazu ließen sich zahlreiche weitere Beispiele anführen. Staniszeski (1998) etwa bietet eine faszinierende Geschichte der Versuche, die Beziehung zwischen künstlerischer Arbeit und Besucher_innen durch innovative und interaktive Installationen zu rekonzeptualisieren. Eine jüngere Sammlung von Beispielen liefern und diskutieren Macdonald und Basu (2007).

zu sprechen, haben auch die Lausch-Einrichtung seltener genutzt (Grinter et al. 2002). In Glasgow gab es Projekte, die den Besucher_innen erlaubten, sich über tragbare Palmtop-Computer mit Begleitpersonen, die sich anderswo befanden oder aber mit Besucher_innen eines virtuellen Museums in Verbindung zu setzen (vgl. z.B. Brown et al. 2003, 2005). Eine solche Nutzung, von der man erwarten würde, dass sie die Interaktionen mit anderen Besucher_innen »vor Ort« begrenzt, öffnet vielmehr neue Dimensionen der Sozialität, indem sie existierenden Praktiken – wie der Nutzung von Handys – folgt. Um genauer zu analysieren, wie sich verschiedene Technologien und Techniken, sich auf andere Menschen zu beziehen, wechselseitig beeinflussen, braucht es weitere Feldforschung; dabei könnte es sich als zweckmäßig erweisen, sich auf das Schema unterschiedlicher »Dynamiken« der Internet-Nutzung zu beziehen, das Miller und Slater (2000) in ihrer ethnografischen Studie zur Internetnutzung auf Trinidad umrissen haben.

Raum

Auf welche Weise Menschen ihren Weg durch Museen und Galerien finden und organisieren, kann beträchtliche Folgen dafür haben, wie sich Menschen auf die Inhalte einer Ausstellung beziehen und diese interpretieren. Das beginnt bereits auf einer ganz banalen Ebene: Wenn wir schnell durch eine Ausstellung gehen und den Stationen wenig Aufmerksamkeit schenken, werden wir wahrscheinlich ein ganz anderes Verständnis für die Gesamtschau entwickeln, als wenn wir uns ein Exponat nach dem anderen ansehen. Eine für das Ausstellungsdesign entscheidende Frage ist, wie sich der Raum des Museums so organisieren lässt, dass die Reaktionen, um die es den Ausstellungsmacher_innen geht, am sichersten ausgelöst werden.

Dies wird natürlich stets in Wechselwirkung mit den jeweiligen Besuchsstilen und der jeweiligen Ebene des Besucher_inneninteresses zu geschehen haben. Besucher_innen können die Aufmerksamkeit selbst dort verweigern, wo das räumliche Arrangement ziemlich »zwingend« und »geschlossen« gestaltet ist und sie durch eine restriktive räumliche Abfolge der Ausstellungspräsentation geführt werden. In einer inzwischen klassischen Untersuchung zu Besucher_innen von Kunstausstellungen haben Veron und Levasseur beobachtet, wie sich Besucher_innen im Ausstellungsraum bewegen, und aus diesen Stilen vier unterschiedliche Typen herausgearbeitet: Ameisen, Fische, Schmetterlinge und Heuschrecken (Veron und Levasseur 1983). Die bereits erwähnte Studie im Science Museum hat ergeben, dass man diese Stile nicht personalisieren, sondern als

Bewegungstypen begreifen sollte. Manche Besucher_innen etwa beginnen wie Ameisen und wechseln später in den Schmetterlingsstil; viele verändern ihren Stil während eines Ausstellungsbesuchs mehrfach, teilweise koordiniert mit ihren Begleiter_innen. Ganz generell fiel es während dieser Studie schwer, die Stile so eindeutig voneinander zu unterscheiden, wie dies der französischen Studie gelang. Wahrscheinlich sollte man die Bewegungsstile weniger als fixe Dispositionen der Besucher_innen betrachten, sondern in Bezug auf unterschiedliche Ausstellungsstile untersuchen.

In den letzten Jahren ist ein substantieller und subtiler Fundus theoretisch begründeter, empirischer Studien zum Raum von Museen (und anderer Orte) entstanden, der als »Raumsyntax« bekannt geworden ist. In ihrem Überblick über Museums- und Ausstellungsforschung haben Bill Hillier und Kali Tzortzi festgestellt, dass dem Museumsraum relativ wenig konzertierte Aufmerksamkeit gewidmet wurde, unter anderem, weil es noch »keine *Sprache des Raums* gibt, in der sich klare Unterscheidungen zwischen den verschiedenen Formen der räumlichen Anlage von Ausstellungen formulieren ließen« (2006: 282). Dass eine solche Sprache fehlt, hängt ihrer Meinung nach (sie folgen dabei Hillier 1996) damit zusammen, dass »Muster räumlicher Beziehungen so grundlegend für unsere Existenz sind, dass sie einen Teil des Apparats bilden, mit dem wir denken, statt über ihn nachzudenken« (Hillier und Tzortzi 2006: 283). Ziel der Raumsyntax ist es, eine solche Sprache zu entwickeln. Ein Anfang wurde mit Konzepten wie »Klassifikation« und »Rahmen« gemacht (entwickelt im Anschluss an Arbeiten von Basil Bernstein⁶), mit der Unterscheidung von »integriertem« und »abgetrenntem« Raum (um darzustellen, wie Räume unterteilt sind); Hillier und Tzortzi sprechen auch von Axialität und räumlicher Schichtung. Ein erschöpfendes und allgemein anerkanntes Vokabular gibt es jedoch bislang nicht. Ein interessanter Aspekt dieser Arbeiten ist, dass viele ihrer Begriffe und Einsichten nicht allein aus der Analyse eines menschenleeren Raums entwickelt wurden, sondern aus der sorgfältig analysierenden Beobachtung von Bewegungen im Raum. So ließen sich Aspekte des Raums hervorheben, die anders nicht ohne weiteres evident wären. So ergab sich z.B., dass einige Räume einen Effekt hervorrufen, den die Autor_innen »Umherschwirren« (churning) nennen: Eine Bewegung, in der die Menschen einander wiederbegegnen, was sie selbst wahr-

6 Hillier und Tzortzi entwickeln die Vorstellung des »Rahmens« von Bernstein her; doch wurde der Begriff des Rahmens auch aus anderen Quellen abgeleitet; so etwa beziehe ich mich (Macdonald 2002) auf Goffmann (1971); Bal (2006b) wiederum skizziert einen differenzierten Gebrauch unterschiedlicher Vorstellungen des »Rahmens« (framing).

scheinlich kaum registrieren, was aber Folgen für die Art und Weise hat, in der sie sich auf Räume beziehen, die »eher als sozial existierend erfahren werden als andere, die das, übersequenziert wie sie sind, verhindern« (Hillier und Tzortzi 2006: 292). Jüngere Untersuchungen zur Raumsyntax haben versucht, über Fragen des Grundrisses hinauszugehen und die Positionierung von Objekten und Exponaten miteinzubeziehen, ebenso die Aufmerksamkeit darauf zu lenken, wie die Wahrnehmung der Besucher_innen »inszeniert« wird (Hillier und Tzortzi 2006: 294). In den Arbeiten zur Raumsyntax bislang nicht angesprochen wurde meines Wissens die Frage, wie der räumlich-physische Grundriss – und vielleicht auch die wahrgenommenen Begrenzungen einer Ausstellung oder ihrer Sequenzierung – durch Techniken wie tragbare interaktive elektronische Führer vermittelt werden könnte. Das ist ein Feld, das zukünftiger Forschungsarbeit vorbehalten bleibt.

Diskussion

In Bezug auf alle von mir bislang diskutierten Felder – Medien, Sozialität und Raum – wurde in der Forschung festgestellt, dass bislang keine signifikante Sprache entwickelt wurde, in der sich die Phänomene beschreiben ließen. Ich habe darauf hingewiesen, dass es einige bedeutsame Schritte in diese Richtung gegeben hat, insbesondere im Hinblick auf den räumlichen Grundriss, doch ist auch das erst wenig entwickelt und noch längst nicht allgemein akzeptiert. Es liegen interessante Beobachtungen vor, man wird ihnen jedoch nicht unrecht tun, wenn man feststellt, dass mit detaillierten Beobachtungen, Kartierung und Analyse in vielen Fällen ein erheblicher Aufwand betrieben wurde, nur um ohnedies ziemlich offensichtliche Phänomene festzuhalten. Möglicherweise kann das beim gegenwärtigen Stand der Entwicklung eines nuancierten Vokabulars für Beobachtung und Analyse gar nicht anders sein. Vielleicht wird es zukünftigen Arbeiten gelingen, sich auf Einsichten dieser Studien zu beziehen, ohne sich auf das einlassen zu müssen, was häufig auf zeitraubende Untersuchungen zur Methode hinausläuft. Das wäre eine wichtige Aufgabe zukünftiger Forschung; eine zweite bestünde darin, Beobachtungen anzustellen und ein Vokabular zu schaffen, mit denen man sich verallgemeinernd von den jeweils untersuchten Fällen lösen kann und die zugleich für das Ausstellungsdesign direkte Bedeutung bekommen. Die dritte Aufgabe wird sein, einige der Forschungsfelder miteinander zu verbinden, sodass es der Forschung möglich wird, verschiedene Aspekte des Designs und des Besuchens samt seiner Kontexte parallel zu betrachten.

Ursprünglich, als ich mit diesem Artikel begonnen habe, wollte ich versuchen, ein Stück voranzukommen in der Entwicklung dessen, was ich die »affektive Syntax« von Ausstellungen genannt habe. Doch wurde ich, was die Spezifizierung des »Affektiven« anbelangt, vorsichtiger. Mehr noch, ich bezweifle inzwischen sogar, ob die Vorstellung, eine solche Syntax entwickeln zu können, überhaupt realistisch ist. Ausstellungen sind möglicherweise zu komplex, umfassen eine solche Vielzahl von Elementen, dass sie sich wohl kaum in einem Set gemeinsamer Regeln formalisieren lassen. Womit ich andererseits aber nicht sagen möchte, der Versuch, zu verstehen, »wie Ausstellungen funktionieren«, lohne nicht mehr Aufmerksamkeit. In diesem Überblick habe ich vor allem die Studien Revue passieren lassen, die sich der empirischen Besucher_innenforschung widmen. Insofern sich diese Studien notwendigerweise auf bestimmte Ausstellungen beziehen, dabei aber auch theoretische Ziele verfolgen, liefern sie in der Regel unterschiedlich reiches, fallbezogenes Material. Dessen Wert sollte man nicht unterschätzen. Die »fallnahen« Beobachtungen z.B., die Ciolfi und Bannon (2003) zu einem Kuriositätenkabinett angestellt haben – dass man nämlich einige Schubladen offen stehen lassen solle, um Besucher_innen anzuregen, selbst weitere aufzuziehen –, könnten Designer_innen anderer Ausstellungen dazu anregen, genauer darüber nachzudenken, wie man Besucher_innen dazu bewegen kann, mit den einzelnen Exponaten zu interagieren.

Es wäre also ganz entscheidend, einen größeren Pool von Besucher_innenstudien aufzubauen, der so zu nutzen ist, dass dies auf das Ausstellungsdesign zurückwirkt. Doch wenn eine Ausstellung fertig ist, wollen sich die Beteiligten allzu häufig gleich ins nächste Projekt stürzen, und es findet keine gründliche Forschung mehr statt. Wenn dennoch solche evaluierenden Arbeiten durchgeführt werden, werden sie eher als Beurteilung und vielleicht nebensächliche Korrektur der abgeschlossenen Ausstellung betrachtet und nicht als Erzählungen für die Zukunft. Auch werden allzu viele Ausstellungen entworfen, ohne der bereits vorhandenen Forschung genügend Aufmerksamkeit zu schenken; viele Museen verlassen sich allein auf Beobachtungen in der eigenen Institution. Selbst dort, wo systematischere Anstrengungen in der Besucher_innenforschung unternommen werden, gibt es m.E. manchmal eine Fetischisierung von Methode und Evaluation um ihrer selbst willen, und es kommt nicht wirklich zum Aufbau eines Fundus von Ideen und Einsichten. So bieten Evaluierungen und die museumsinternen oder extern beauftragten Gruppen eher Expertise in Methoden der – summarischen oder formierenden – Evaluation, als dass sie eine Fundgrube von Beispielen und Ideen schüfen. Diese Forscher_innen arbeiten in der Regel institutionell getrennt von den Designer_innen. Dies hat nicht zuletzt zur Folge, dass den Themen, die das Design tatsächlich beeinflussen könnten, häufig ungenü-

gend Aufmerksamkeit geschenkt wird und dass umgekehrt visuelle und andere Expertise der Designer_innen nur selten Eingang in die Studien findet. 1961 hat sich der Künstler Herbert Bayer mit großer Begeisterung über das geäußert, was er die neue Sprache des Ausstellungsdesigns nannte:

»Ausstellungsdesign ist zu einer neuen Disziplin geworden, gewissermaßen der Gipfel aller Medien und Kräfte der Kommunikation und kollektiver Anstrengungen und Wirksamkeit. Die miteinander verbundenen Mittel visueller Kommunikation führen zu einer bemerkenswerten Komplexität: Sprache als sichtbarer Druck oder als Ton, Bilder als Symbole, Gemälde und Fotografien, skulpturale Medien, Materialien und Oberflächen, Farbe, Licht, Bewegung (des Displays wie des Besuchers), Filme, Diagramme und Karten. In ihrer Gesamtheit macht die Anwendung aller plastischen und psychologischen Mittel aus dem Ausstellungsdesign eine intensivere und neue Sprache.« (Herbert Bayer, »Aspects of Design of Exhibitions and Museums«, 1961; zitiert nach: Staniszewski 1998: 3).

Was das aufregende Potential dieser »neuen Sprache« anbelangt, ist Bayer nur zuzustimmen; doch auch Mary Anne Staniszewski hat Recht, wenn sie in ihrer Auseinandersetzung mit Bayers Werk schreibt, innovatives Ausstellungsdesign, wie es »in Europa und den Vereinigten Staaten von den 1920er bis in die 1960er Jahre blühte«, sei weithin »dem kollektiven Vergessen« anheimgefallen (Staniszewski 1998: 3). Es gab überdies wenig Versuche zu verstehen, auf welche Weise diese »Sprache« des Ausstellungsdesigns eigentlich funktionierte.

Ich möchte indes nicht jeden Fortschritt leugnen. Tatsächlich werden, anschließend an die oben diskutierten Studien, Museen und Ausstellungen in vielen Fachrichtungen zunehmend als bedeutsame und wichtige Orte betrachtet, an denen sich ein großes Spektrum von Themen erkunden lässt (für einen Überblick vgl. Macdonald 2006). Viele Disziplinen bieten differenzierte und aufschlussreiche Ideen und Konzepte für die Analyse von Ausstellungen. Um nur einige, die mir am vielversprechendsten erscheinen, zu nennen: Der Medientheoretiker Roger Silverstone hat, von der Literaturtheorie ausgehend, einen Ansatz entwickelt, um Rhetorik, Poetik und Politik von Ausstellungen zu untersuchen (Silverstone 1994b). Die Kulturtheoretikerin und Kunsthistorikerin Mieke Bal – die wiederum von der Kunst- und Filmanalyse ausgeht – hat zur Untersuchung von Ausstellungen hinsichtlich vielfältiger Aspekte eine differenzierte Begrifflichkeit entwickelt und ist zu sehr nuancierten, zwingenden Ergebnissen gelangt (Bal 1996, 2006, 2007). Ideen aus solchen Arbeiten könnten genutzt werden, um sowohl das Ausstellungsdesign – sie selbst hat dies kürzlich in ihrer eigenen Ausstellungspraxis getan – wie auch die Besucher_innenforschung voranzutreiben. Eine Schlussfolgerung aus diesem Überblick ist, dass jede Ausstellung anregen-

de Möglichkeiten genug bietet, um die wechselseitige Verbindung, die Wechselwirkung von Ausstellungsdesign und Ausstellungsbesuch näher zu erkunden.

Übersetzung: Klaus Binder

LITERATUR

- Addis, M./Holbrook, M.B. 2001: On the conceptual link between mass customization and experiential consumption: an explosion of subjectivity, in: *Journal of Consumer Behaviour*, 1 (1), S. 50-66.
- Bagnall, G. 2003: Performance and performativity at heritage sites, in: *Museum and Society*, 1 (2), S. 87-103. Online unter: [www.leicester.ac.uk/museum studies/m&s/msbagnall.pdf](http://www.leicester.ac.uk/museum_studies/m&s/msbagnall.pdf).
- Bal, M., *Double Exposures. The Subject of Cultural Analysis*. London: Routledge 1996.
- 2006 Exposing the public, in: S. Macdonald (Hg.): *A Companion to Museum Studies*, S. 525-542. Oxford: Blackwell.
- 2007 Exhibition as film, in: S. Macdonald und S. Basu (Hg.): *Exhibition Experiments*, S. 71-93. Oxford: Blackwell.
- Bann, S. 2003, The return to curiosity: shifting paradigms in contemporary museum display, in: A. McClellan (Hg.): *Art and its Publics: Museum Studies at the Millennium*, S. 117-30. Oxford: Blackwell.
- Bannon, L./Benford, S./Bowers, J./Heath, C. 2005: Hybrid design creates innovative museum experiences, in: *Communications of the ACM*, 48 (3), S. 62-65. Online unter: <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1047706>.
- Barry, A. 1998, On interactivity: consumers, citizens and culture, in: S. Macdonald (Hg.): *The Politics of Display: Museums, Science, Culture*. London: Routledge.
- Beck, U./Beck-Gernsheim, E. 2001: *Individualization*. London: Sage.
- *Risikante Freiheiten: Individualisierung in modernen Gesellschaften*. Frankfurt/Main: Suhrkamp 1994.
- Bourdieu, P. 1996: *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- und Darbel, A. 2006, unter Mitarbeit von Schnapper, D.: *Die Liebe zur Kunst: Europäische Kunstmuseen und ihre Besucher*. Konstanz: UVK (engl. Original 1966: *The Love of Art: European Art Museums and their Public*, Cambridge: Polity 1991).
- Brown, B./MacColl, I./Chalmers, M./Galani, A./Randall, C./Steed, A. 2003: Lessons from the lighthouse: collaboration in a shared mixed reality system, in: *Conference on Human Factors in Computing Systems*, New York: ACM Press. Online unter: <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=642711&jmp=indexterms&dl=portal&dl=ACM>.
- Brown, B./Chalmers, M./Bell, M./Hall, M./MacColl, I./Rudman, P. 2005: Sharing the square: collaborative leisure in the city streets, in: H. Gellersen, K. Schmidt, M. Beaudouin-Lafon und W. MacKay (Hg.): *Proceedings of the Ninth European Conference on Computer Supported Cooperative Work*. Online unter: <http://www.ecscw.uni-siegen.de/2005/paper22.pdf>.
- Ciolfi, L./Bannon, L.J. 2003: Learning from museum visits: shaping design sensitivities. Online unter: http://richie.idc.ul.ie/luigina/PapersPDFs/HCI03_Final.pdf.
- Dean, D. 1994: *Museum Exhibition. Theory and Practice*. London: Routledge.
- Dicks, B. 2004: *Culture on Display: The Production of Contemporary Visitability*. Milton Keynes: Open University Press.
- Falk, J.H./Dierking, L.D. 1992: *The Museum Experience*. Washington DC: Whalesback.
- *Learning from Museums: Visitor Experiences and the Making of Meaning* 2000. Walnut Creek: Alta Mira.
- und Adams, M. 2006: Living in a learning society: museums and free-choice learning, in: S. Macdonald (Hg.): *A Companion to Museum Studies*, S. 323-339. Oxford: Blackwell.
- Finnegan, R. 2002: *Communicating: the Multiple Modes of Human Interconnecting*. London: Routledge.
- Fyfe, G. 2006: Sociology and the social aspects of museums, in: S. Macdonald: *A Companion to Museum Studies*, S. 33-34. Oxford: Blackwell.
- und Ross, M. 1996: Decoding the visitors' gaze, in: S. Macdonald und G. Fyfe (Hg.): *Theorizing Museums*, S. 83-104. Oxford: Blackwell.
- Goffmann, E. 1977: *Rahmenanalyse: Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Grinter, R.E./Aoki, P.M./Hurst, A./Szymanski, M.H./Thornton, J.D./Woodruff, A. 2002: Revisiting the visit: understanding how technology can shape the museum visit, in: *CSCW*, 2002, 16-20, S. 146-55. Online unter: <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=587100&jmp=cit&dl=GUIDE&dl=ACM>.
- Heath, C./vom Lehn, D. 2004: Configuring reception. (Dis-)regarding the 'spectator' in museums and galleries, in: *Theory, Culture and Society*, 2004, 21 (6), S. 43-65.

- und Luff, P./Lehn, D./Hindmarsh, J./Cleverly, J. 2002: Crafting participation: designing ecologies, configuring experience, in: *Visual Communication*, 2002, 1 (1), S. 9-34.
- und vom Lehn, D./Osborne, J. 2005: Interaction and interactives: collaboration and participation with computer-based exhibits, in: *Public Understanding of Science*, 2005, 14, S. 91-101.
- Hein, G. 2006: Museum education, in: S. Macdonald (Hg.): *A Companion to Museum Studies*, S. 340-352. Oxford: Blackwell.
- Hillier, B. 1996: *Space is the Machine*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hillier, B./Tzortzi, K. 2006: Space syntax: the language of museum space, in: S. Macdonald (Hg.): *A Companion to Museum Studies*, S. 282-301. Oxford: Blackwell.
- Hindmarsh, J./Heath, C./vom Lehn, D./Cleverly, J. 2002: Creating assemblies: aboard the Ghost Ship, in: *CSCW*, 2002, 16_20, S. 256-265.
- Hindmarsh, J./Heath, C./vom Lehn, D./Cleverly, J. 2005: Creating assemblies in public environments: social interaction, interactive exhibits and CSCW, in: *CSCW*, 2005, 14, S. 41.
- Hooper-Greenhill, E. 2006: Studying visitors, in: S. Macdonald (Hg.): *A Companion to Museum Studies*. Oxford: Blackwell, S. 362-376.
- Katriel, T. 1997: *Performing the Past: A Study of Israeli Settlement Museums*. New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Lawrence, G. 1991: Rats, street gangs and culture: evaluation in museums, in: G. Kavanagh (Hg.): *Museum Languages: Objects and Texts*, S. 9-32. Leicester: Leicester University Press.
- Longhurst, B., Bagnall, G. und Savage, M. 2004: Audiences, museums and the English middle-class, in: *Museum and Society*, 2004, 2 (2), S. 104-124. Online unter: www.leicester.ac.uk/museumstudies/m&s/longhurst.pdf.
- Macdonald, S. 1992: Cultural imagining among museum visitors: a case study, in: *International Journal of Museum Management and Curatorship*, 1992, 11 (4), S. 401-409.
- 1997: A people's story? Heritage, identity and authenticity, in: C. Rojek und J. Urry (Hg.): *Touring Cultures. Transformations of Travel and Theory*. London/New York: Routledge 1997, S. 155-175.
- 2002: *Behind the Scenes at the Science Museum*. Oxford: Berg.
- 2006: Expanding museum studies: an introduction and other editorial commentary, in: S. Macdonald (Hg.): *A Companion to Museum Studies*. Oxford: Blackwell, S. 1-12 und passim.
- und Basu, P. 2007: *Exhibition Experiments*. Oxford: Blackwell.
- McManus, P. 1987: It's the company you keep: the social determination of learning-related behaviour in a science museum, in: *International Journal of Museum Management and Curatorship*, 1987, 6 (3), S. 260-270.
- 1988: Good companions: more on the social determination of learning-related behaviour in a science museum, in: *International Journal of Museum Management and Curatorship*, 1988, 6 (1), S. 37-44.
- 1989: Oh yes they do: how museum visitors read labels and interact with exhibit texts, in: *Curator*, 1989, 32 (3), S. 174-189.
- Miller, D. und Slater, D. 2000: *The Internet: An Ethnographic Approach*. Oxford: Berg.
- Pickstone, J. 2000: *Ways of Knowing. A New History of Science, Technology and Medicine*. Manchester: Manchester University Press.
- Riegel, H. 1996: Into the heart of irony, in: S. Macdonald und G. Fyfe (Hg.): *Theorizing Museums*. Oxford: Blackwell, S. 83-104.
- Silverstone, R. 1994a: *Television and Everyday Life*. London: Routledge.
- 1994b: The museum is the medium: on objects and logics in times and spaces, in: R. Miles und L. Zavala (Hg.): *Towards the Museum of the Future*, S. 161-176. London: Routledge.
- Staniszewski, M.A. 1998: *The Power of Display: A History of Exhibition Installation at the Museum of Modern Art*. Cambridge MA: MIT Press.
- Stevens, R./Toro-Martell, S. o.J.: Leaving a trace: supporting museum visitor interaction and interpretation with digital media annotation systems. Online unter: http://faculty.washington.edu/reedstev/Stevens_Traces_Museum_Ed.pdf.
- Usherwood, B./Wilson, K./Bryson, J. 2004: *Relevant repositories of public knowledge? Perceptions of libraries, archives and museums in modern Britain*. Sheffield: University of Sheffield, Department of Information Studies. Online unter: <http://cplis.shef.ac.uk/RPK%20final%20REV.pdf>.
- Veron, E./Levasseur, M. 1983: *Ethnographie de l'exposition*. Paris: Centre Georges Pompidou.
- Witcomb, A. 2006: Interactivity: thinking beyond, in: S. Macdonald: *A Companion to Museum Studies*. Oxford: Blackwell, S. 353-361.

