

16. Aneignungsmuster im MP Tribal Museum Bhopal

Im Folgenden werden typische Praktiken oder Muster rekonstruiert, die die Aneignung des Tribal Museums durch seine Besucher*innen strukturieren. »Museum« wird hierbei als physischer Raum, aber auch als Institution, sozialer Kosmos und Ensemble von Exponaten verstanden. Die vorangegangenen Kapitel zu den Nutzungsgruppen und zum Gästebuch haben, wie Geertz es nennt, eine »*sehr intensive Bekanntschaft*« (Geertz 2015:30) mit den Besucher*innen und ihren Interessen im Museum hergestellt. In diesem Kapitel wird nun diesem Material unter dem Aspekt der Aneignung neu »zugehört«. Ein Ergebnis dieses neuen »Zuhörens« ist die Rekonstruktion von vier Aneignungsmustern: »Soziale Landnahme«; »Biografische Aufwertung«; »Affektive Aufladung« sowie »Kognitive und produktive Rezeption«. Sie stellen Grundformen einer aneignenden Rezeption dar. Mit ihrer Hilfe lassen sich die Mechanismen der Aneignung spezifisch und anschaulich beschreiben. Die Analyse des Nutzungsprozesses erfährt damit eine Konkretisierung im Vergleich zur noch recht allgemeinen Einstufung als Aneignung. Konkretisierung heißt auch, dass den Aneignungsmustern bestimmte Begriffe zugeordnet werden und somit eine erste begriffliche Struktur für das und aus dem Material entsteht: »Soziale Landnahme« bezeichnet dabei das Feld von Raum und Aktion; »Biografische Aufwertung« bezieht sich auf den sozialen und generationellen Status der Besucher*innen und löst das darin verborgene Anachronismusproblem, dass nämlich die traditionelle Hochachtung der Älteren in Widerspruch gerät mit dem zunehmenden Obsoletwerden ihrer Erfahrungen im urbanen Kontext; »Affektive Aufladung« beschäftigt sich mit dem Komplex von Sentimentalität und gebrochener Emotionalität; »Kognitive und produktive Rezeption« richtet sich auf die Entwicklung von Kompetenzen der Besucher*innen.

Wie das Kapitel zeigen wird, kann eine bestimmte Aneignungspraxis entweder vorrangig in einer Nutzungsgruppe oder in mehreren auftreten. Manche Aneignungsformen definieren sich in erster Linie in Bezug auf Museumsräume, -atmo-

sphäre und -protokoll¹, andere dagegen zeugen vornehmlich von einer Arbeit der Besucher*innen an und mit sich selbst. Die Aneignungsmuster werden hier als Idealtypen beschrieben, die in der Praxis variieren, sich verändern und an den Kontext anpassen.

16.1. Soziale Landnahme

»Soziale Landnahme« hat zunächst einen äußerlich sichtbaren, pragmatischen Charakter, der sich in der Umfunktionierung und Umnutzung des Museumsraums äußert.

Die Besucher*innen (hier geht es vornehmlich um Nutzer*innen im Sinne der Kap. 10: »Das Museum als Dating-Ort...«²; Kap. 11: »Das Museum als »adda«-Ort...«³ sowie Kap. 14: »Das Museum als Ort für künstlerische Erfahrung und Inspiration...«⁴) erschließen sich das Museum als zugleich schützenden und ermöglichenden Handlungsraum. Obwohl das Museum zunächst von offizieller Seite als klar definierte Zone mit festen Funktionen und vorgeschriebenen Aktivitäten erscheint, vergrößern die Besucher*innen den Spielraum, sodass sie schließlich Nutzungsformen entwickeln, die stärker ihren eigenen Bedürfnissen entsprechen.

Dieser Handlungsraum wird von den Gruppen, die ich im Folgenden charakterisieren werde, jeweils unterschiedlich in Gebrauch genommen, und zwar in einer Weise, die auch für andere Besucher*innen erkennbar ist. Es werden Sub-Territorien (Claims) innerhalb des Raums abgesteckt und oft auch durch physische Aktivität markiert.

So verwenden die Dichter den Museumsraum als Schreibstube, in der sie neben dem Textverfassen selbst auch ihre begleitenden Rituale, wie z.B. das Singen, für das übrige Publikum bemerkbar durchführen (Inspiration). Sie markieren ihren Arbeitsort mit Schreibutensilien und persönlichen Gegenständen und grenzen ihn damit nach außen und gegenüber anderen ab. Für die Besucher*innen, die das Museum als Dating-Ort nutzen, bedeutet der Museumsaufenthalt eher den Eintritt in eine sichere, geschützte, und diskriminierungsfreie Zone, in der sie private Begegnungen selbstverständlich, stressfrei und über einen längeren Zeitraum hinweg ungestört haben können. Wie ein Besucher erklärt: *»Wir brauchen einen Ort, der in*

1 Museumsprotokoll wird hier im Sinne eines fürs Museum geltenden Regelwerks verwendet (siehe Kap. 3, S. 46ff.). Museumsatmosphäre dagegen wird als der informell vermittelte Eindruck von akzeptierten oder unerwünschten Verhaltensweisen verstanden.

2 Im Weiteren wird auf das Kap. 10 als »Dating« Bezug genommen.

3 Im Weiteren wird auf das Kap. 11 als »adda« Bezug genommen.

4 Im Weiteren wird auf das Kap. 14 als »Inspiration« Bezug genommen.

Ordnung ist, wo wir für Stunden sitzen und uns unterhalten können«. Die Paare markieren ihre privaten und exklusiven Zwei-Personen-Räume vor allem durch eine dem Hauptgeschehen abgewandte Körpersprache und eine Pose, die zu verstehen gibt: »Bitte nicht stören«. Die Picknicker*innen dagegen übertragen völlig unproblematisch und selbstbewusst eine traditionelle und eingeführte Freizeitpraxis in einen für sie neu entdeckten Raum. Wie ein Familienvater erklärt: »*Wir alle sind beschäftigt mit unserem täglichen Leben. Wir wollten für einen Tag weg von alledem. Dieser Platz bietet ein anderes Umfeld*« (adda). Sie stecken ihre Ansprüche und den Raumbedarf mit mitgebrachten Picknick-Utensilien oder Tüchern ab.

Ausgangspunkt der »Sozialen Landnahme« sind die Bedürfnisse und Wünsche des Publikums und nicht die hegemoniale Vorstellung vom Museum als Ausstellungsort.

Mit der spatialen Aneignung des Museums entsprechend eigenen Interessen nehmen die Besucher*innen sich hier die Freiheitsräume, die sie in anderen öffentlichen Foren vermissen, und ergänzen so einen oft als defizitär empfundenen öffentlichen Raum (am deutlichsten ist das im Falle der Dating-Paare).

Es werden Praktiken ins Museum überführt, die im Alltag geübt werden oder in anderen kulturellen wie religiösen Räumen vorkommen (z.B. das Anfassen der Objekte) oder die im öffentlichen Raum »unter Druck stehen« (z.B. im Fall der Speisevorschriften der Jains oder beim Dating). Die äußerlich sichtbare Landnahme findet dabei nicht nur gegenüber dem Raum und seiner ursprünglich vorgesehenen Programmierung statt, sondern auch im Umgang mit den Exponaten. Durch das Anfassen und Berühren der Objekte werden sie in den persönlichen sinnlichen Wahrnehmungs- und Zugriffsbereich der Besucher*innen geholt. Die Beobachtung einer Besucherin: »*Er [ihr Sohn] war sehr begierig, alles anzufassen und mit nach Hause zu nehmen. [...] Und ehrlich, ich möchte auch die Objekte fühlen*«, steht exemplarisch für das Bedürfnis, die Objekte symbolisch in Besitz oder real »nach Hause« zu nehmen. Eine in der Tendenz verwandte, auf die Exponate bezogene Aneignung findet auch in der Nutzung der Objekte und Objekt-Arrangements als Kulisse für performative Selfies statt, wenn der Foto-Vorgang mit der Ausstellung interagiert oder Objekte »bespielt«. Die Interaktion mit den Objekten und der Ausstellung unterscheidet sich durch ihren aktiven Charakter deutlich von der sonstigen Selfie-Nutzung.

Aneignung geschieht jedoch nicht nur in der konkreten Reklamation von messbarem Museumsraum oder der ihn füllenden Objekte, sondern der Prozess der »sozialen Landnahme« hat auch eine emotionale Dimension. Sie kann im Empfinden von Sicherheit und Ungestörtsein bestehen; hierher gehören ebenso die öfters genannten Kategorien des Sich-Wohlfühlens, Sich-willkommen-Fühlens, Sich-frei-Fühlens oder Sich-zu-Hause-Fühlens. Der Raum wird von diesen Besucher*innen nicht nur faktisch besetzt, sondern auch gewissermaßen »emotional möbliert«. Durch diese Gefühlsbesetzung des Raums findet eine Intensivierung der Aneignung statt: Das Museum wird auf eine tiefere, persönlichere Weise in

Besitz genommen, als es in einer reinen Nutzung oder Umnutzung der Fall wäre. Es werden engere, festere Bindungen aufgebaut, bis hin zu einer Art Heimatgefühl. Wenn eine Gruppe Jugendlicher erklärt: »Wir fühlen uns hier zu Hause«, dann ist der Kern ihrer Aussage: Der Raum gehört zu uns und wir gehören hierher.

Ein weiterer Schritt in der Intensivierung des Aneignungsprozesses wäre eine klare Postulierung seiner Legitimität, also die implizite oder sogar ausdrückliche Anmeldung eines Anspruchs auf diese Aneignung. Eine Tendenz in dieser Richtung lässt sich erahnen bei den Besucher*innen, die das Museum als Ort der Inspirationsfindung nutzen und ihr Recht dazu aus der Tatsache herleiten können, dass ihre Nutzung (das Verfassen traditioneller Poesie) im Einklang mit der kulturellen Bestimmung der Institution steht. Ähnliches gilt für die Picknicker*innen, die ihr Tun als Fortsetzung oder Ausdehnung traditioneller Freizeitpraktiken verstehen können, die auch in Tempeln oder bei religiösen Festivals selbstverständlich stattfinden. Dagegen stoßen Legitimitätsanspruch und Intensität der Aneignungsbewegung bei den Dating-Paaren (der zahlenmäßig stärksten Gruppe) an ihre Grenzen. Es lassen sich zwar Formulierungen finden, die einen »Anspruch« im Sinne eines starken, geradezu existentiellen Bedürfnisses artikulieren, wie etwa: »Wir brauchen einen Ort, der in Ordnung⁵ ist...« Aber die prekäre Natur dieser sozialen Praxis und die prekäre Situation der Nutzer*innen übertragen sich auf den Aneignungsprozess: Die Besucher*innen finden ihre ungestörte und von den Autoritäten tolerierte Nutzung des Museums als Dating-Platz zu ungewöhnlich und geradezu provozierend, als dass sie einen wirklich selbstbewussten Anspruch auf diesen Ort erheben würden. Das unterscheidet sie von Besucher*innen mit einer ebenfalls unkonventionellen Nutzung des Museums wie z.B. als Picknick- oder »adda«-Ort. Hier findet nur eine »soziale Ortsverschiebung« einer ansonsten akzeptierten und eingeführten Praxis statt. Dating dagegen ist grundsätzlich einem moralischen Stigma ausgesetzt und kann daher nicht mit einer selbstverständlichen Toleranz des Ortes gegenüber diesem Verhalten rechnen. Die Paare haben somit eher einen prekären und jederzeit aufkündbaren Gaststatus (z.B., falls es Beschwerden von anderen Besucher*innen oder von Seiten der Politik geben sollte) als ein wirkliches Nutzungs- und Eigentümer*innenrecht.

16.2. Affektive Aufladung

Diese Aneignungsform drückt sich stark in der vom Museum angeregten Empfindung des Sich-zu-Hause-Fühlens in einer wiedergefundenen Vergangenheit aus, in der Gestalt von Kindheitserinnerungen und Nostalgie. Es äußert sich jedoch auch

5 »Ordnung« wird hier von den Paaren als »Standard für zivilisiertes Verhalten« bei anderen Besucher*innen wie auch beim Museumspersonal verstanden.

in den auf kollektive Bezugsgrößen ausgerichteten Gefühlen von Patriotismus und nationaler Dankbarkeit. Das Aneignungsmuster ist besonders prävalent unter den Kommentator*innen des Besucher*innenbuchs und der Gruppe des Kap. 12: »Das Museum als kollektiver Nostalgie- und persönlicher Erinnerungsraum«⁶. Ebenfalls, wenn auch nicht so dominant, ist es bei Besucher*innen zu finden, die das Museum als Ort für künstlerische Erfahrung und Inspiration und als Kulisse für Selfies nutzen.

Generell fällt die starke Emotionalität auf, mit der viele Besucher*innen auf das Museum reagieren. Sie äußern etwa: »Das Museum ist so wunderschön, es verschlägt mir die Sprache. Meine Seele ist berührt«. Oder: »Dieses Museum wurde gebaut auf einer Säule aus Liebe und Zuneigung« (Kap. 8: Das Besucher*innenbuch).⁷ Eine andere Besucherin beschreibt ihre Empfindungen als eine Art positiv-energetische Wechselwirkung zwischen ihr und dem Museum: »Ich glaube, die positive Energie, die dieser Ort hat – und wann immer ich hier bin, bin ich selbst so positiv und friedlich« (Kap. 15: Das Museum als Kulisse für Selfies...)⁸. Vor allem in den Kommentaren auf Hindi nimmt das Gefühl öfters eine spirituelle oder religiöse Färbung an und läuft auf Segenswünsche hinaus: »Meine Familie und ich sprechen unsere Segenswünsche für ihre [Künstler*innen des Museums] glückliche Zukunft aus« oder in einem anderen Beitrag: »Ich bete zu Gott, dass diese Anstrengung in so einer guten Weise weitergeführt wird« (Besucher*innenbuch).

Die Emotionen richten sich dabei entweder aufs Individuum oder aufs Kollektiv: das heißt, es geht entweder um die affektive Aufladung des »Ich« oder des Landes »Indien«. Individuell mobilisiert das Museum Erinnerung, es lässt die Kindheit wiederaufleben, weckt biografische Erinnerungen und Heimweh; es ermöglicht aber auch eine neue Art des Sich-zu-Hause-Fühlens. Kollektiv orientiert sind dagegen Gefühle von nationalem Stolz, von Anerkennung und Rangerhöhung im globalen Vergleich (»Weltklasse«) und die Artikulation von Dankbarkeit im Namen der nächsten Generation.

Besucher*innen, die individuelle Emotionen ausdrücken, sprechen oft vom »Zurückgehen«; es ist eine seelische Reise in eine positiv erlebte und besetzte Vergangenheit gemeint, die etwa als »goldene Jahre« oder »die besten Jahre meines Lebens« (Besucher*innenbuch) bezeichnet werden können. Die Museumsexponate und Ausstellungsarrangements (wie der Ochsenkarren oder die Hütten und Dorfanordnungen der Galerie »Tribal Life«) werden in die persönliche Biografie »hinein-erinnert« und somit hineingenommen. Das Zurückgehen führt oft in die Kindheit als besonders wertgeschätzten persönlichen und emotionalisierten Erinnerungsbesitz. Durch die Integration des Museums in das eigene Kindheitsnarrativ wird es tief in die Biografie und Identität dieser Besucher*innen eingeschrieben. Sie

6 Im Weiteren wird auf das Kap. 12 als »Nostalgie« Bezug genommen.

7 Im Weiteren wird auf das Kap. 8 als »Besucher*innenbuch« Bezug genommen.

8 Im Weiteren wird auf das Kap. 15 als »Selfie« Bezug genommen.

verbinden es mit einem Teil ihres Lebens, den sie als in hohem Maße charakteristisch und wesentlich betrachten und der ihnen viel bedeutet. Wie eine Besucherin beschreibt: *»Ich habe im Dorf mit meinen Großeltern gelebt. Eine schmale Hütte, die ich hier [im Museum] gesehen habe, ähnelte dem Platz, an dem ich vor langer Zeit gelebt habe. [...] Wirklich, ich bin zurückgegangen zu dem Leben damals mit meinen Großeltern«* (Nostalgie).

Das Erlebnis des Museums als zweites Zuhause ist eng mit diesem Intimitätsgefühl der Kindheitserinnerung verwandt; die Heimatlichkeit des Museums drückt in einer lokalen Metapher eine ähnliche Vertrautheit aus, wie sie das Kindheitsmotiv lebenszeitlich bezeichnet. Gleichzeitig überlappen sich im Gedanken des Zuhauses die Aneignungsmuster »Affektive Aufladung« und »Soziale Landnahme«. Wenn das Museum für die Dichter der Nutzungsgruppe »Inspiration« ein künstlerisches Zuhause ist, dann bedeutet das nicht nur ein Zugehörigkeitsgefühl, sondern zudem ganz pragmatisch die Existenz und Zugänglichkeit eines sozialen Ortes für das Poetendasein dieser Nutzer*innen, eines Ortes, an dem diese Facette ihres Lebens »am Platz« und realisierbar ist. Das Zuhause-Erlebnis kann sich aber auch aus dem wiedererkennenden Vergleich mit der konkreten physischen Lokalität der Herkunft speisen. Dies gilt z.B. für eine Gruppe von Jugendlichen, die gerade aus dem Dorf in der Stadt gekommen sind: *»Hier sind viele Dinge ausgestellt, die es in unserem Dorf gibt. Wie der Ochsenkarren, die Spiele, die Musikinstrumente und die Lehmhäuser. Wir fühlen uns hier zu Hause«* (Nostalgie und adda). Entscheidend und verbindend ist in allen Fällen der Aneignungsgestus der emotionalen Inbesitznahme; er ist es, der das Museum zum Zuhause macht.

Die kollektiv orientierte Emotionalität, die das Museum auslöst, nimmt in erster Linie patriotische oder lokalpatriotische Form an; sie freut sich am kulturellen Reichtum oder der im Museum manifestierten kulturpolitischen Leistung Indiens oder des Bundesstaates, in diesem Fall Madhya Pradeshs. Äußerungen in dieser Richtung sind namentlich im Besucher*innenbuch zu finden: *»Das zu sehen, hat mich stolz gemacht, eine Bürgerin von Madhya Pradesh zu sein. Danke, dass ich mich stolz fühlen konnte«* (Besucher*innenbuch). Ein verwandtes patriotisches Motiv ist die Dankbarkeit im Namen der nächsten Generation; diesen Besucher*innen geht es darum, ihren Kindern Stolz auf ihre eigene Kultur zu vermitteln, und sie rühmen das Museum für seinen Beitrag dazu. Wie stark im Zusammenhang des nationalen und patriotischen Kulturbewusstseins das Aneignungsbedürfnis und die Aneignungsenergie sind, zeigt die Tatsache, dass sie die kulturelle Fremdheit der Adivasi offenbar mühelos in den Hintergrund versetzen: Die Adivasi werden nicht etwa als Repräsentant*innen einer prekären Minderheitskultur wahrgenommen oder gar mit primitiver, rückwärtsgewandter Lebensweise in Verbindung gebracht, sondern selbstverständlich in die hinduistisch dominierte Gegenwartskultur eingeordnet. Diese Kultur ist die Kultur der Mehrheit der Besucher*innen, denen damit die Einfühlung in das Ausgestellte und Gesehene und so letztlich die Aneignung des

Museums erleichtert wird. Die Besucher*innen identifizieren die Welt der Adivasi mit einem Indien, mit dem sie sich selbst identifizieren. Man könnte auch sagen: Die Adivasi werden Indien zugeeignet – dem Indien der Besucher*innen.

Die emotionale Aufladung kann sich intensivieren, indem sich ein Bedürfnis nach Aktivität meldet, nach Teilhabe oder Teilnahme. Die Besucher*innen möchten einer Museums-Gemeinschaft angehören, einem sozialen Zusammenhang, der sich um das Museum herum gruppiert. Etwa im Sinne eines »Vereins der Freunde des Museums«, nur in einer von der Museumsautorität nicht initiierten und nicht organisierten Form. Manche bieten ihre persönlichen Ressourcen und Fähigkeiten an, um dem Museum zu helfen. So würde z.B. eine Besucherin ihre Präsenz in den Sozialen Medien nutzen, um das Museum in seinen Kommunikations- und Werbeanstrengungen zu unterstützen, als eine Art Außenstelle der Werbeabteilung: *»Ich werde das [die Selfies] überall hochladen. Sie werden dann viel mehr Besucher*innen haben.«* (Selfie). Ein anderer Besucher ist willens, seine guten Englischkenntnisse zur Verfügung zu stellen: *»Die Erklärungsschilder haben eine Menge Rechtschreib- und Grammatikfehler. Es wäre sehr gut, wenn diese korrigiert werden würden. Sie können mich gerne kontaktieren, und ich helfe dabei«* (Besucher*innenbuch). Dem Kommentar sind seine Adresse und Telefonnummer angefügt, damit seine erklärte Bereitschaft auch tatsächlich abgefordert und realisiert werden kann. Die detaillierten Listen mit Verbesserungsvorschlägen, sorgfältig im Besucher*innenbuch niedergeschrieben, sind ein weiterer Indikator für das Interesse an aktiver Beteiligung. Die Ankündigung, zur Unterstützung zur Verfügung zu stehen, kann aber auch generell formuliert sein, als Blankozusage: *»Dieses Museum ist wunderschön, und wir versprechen, dass wir in jeglicher Weise dabei helfen, es noch schöner zu machen«* (Besucher*innenbuch).

Bedenkt man, in wie hohem Maße das affektive Interesse am Museum in der Sprache des Nationalstolzes artikuliert wird, so kann man in diesen Interessenbekundungen eine weitere Dimension ausmachen: Es handelt sich um eine Art Versprechen von Bürger*innenengagement, womöglich sogar von patriotischer Pflichterfüllung. Das Museum vermag Loyalität zu mobilisieren, obwohl es nicht mit der eigenen Familie, religiösen Gemeinschaft oder sozialen Gruppe verbunden ist – ein in der stark fragmentierten indischen Gesellschaft nicht alltägliches Phänomen.

16.3. Biografische Aufwertung

Dieser Praxistyp manifestiert sich auf subjektiver Ebene, das heißt, in der Ich-Wahrnehmung oder Identitätskonstruktion der Besucher*innen. Er rückt, im Unterschied zur »Affektiven Aufladung«, Fertigkeiten und Status der Besucher*innen in den Vordergrund: Sie erleben sich im Museum als kenntnisreich, mit relevanten

Fähigkeiten ausgestattet und wertgeschätzt. Diese Rezeptionserfahrung wird ermöglicht durch das kuratorische Konzept, keine singulären Kunstwerke, sondern Alltagsarrangements zu präsentieren. Dadurch werden Anknüpfungspunkte an die eigene Lebens- oder Berufswirklichkeit des Publikums bereitgestellt. Das Muster »Biografische Aufwertung« findet sich vor allem in der Nutzungsweise: »Nostalgie«. Es tritt ebenfalls auf in den Gruppen »Inspiration« und »Das Museum als Lernraum...«, schließlich auch bei Kommentator*innen des Besucher*innenbuchs.

In diesem Muster fällt die Nüchternheit in den Aussagen der Besucher*innen auf. Der eher faktische Charakter steht im Gegensatz zum stärker emotionalen, nostalgischen oder sentimental-ton der Besucher*innen im Muster »Affektive Aufladung«. Die »Aufwertungs-Gruppe« begegnet dem Gesehenen kognitiv. Ihre Angehörigen treten den Exponaten mit einem analytischen, gewissermaßen fachlichen Blick und dem Interesse gegenüber, herauszufinden, wie das Gesehene gemacht ist. Damit rekonstruieren sie die ihnen gezeigte Welt für sich und verknüpfen sie mit der eigenen Lebens- oder Berufswirklichkeit. Wie ein Besucher es beschreibt: *»Du siehst, hier wurde alles sehr gut ausgestellt. Das ist ein Resultat von harter Arbeit. Eine Menge Fachkönnen ist in die Ausstellungsbauten des Museums geflossen«* (Inspiration). Durch die eigenen beruflichen Referenzen und Verbindungen fühlen sich die Besucher*innen mental der Ausstellung gewachsen. Davon profitieren vor allem sozial schwache Besucher*innen. Der Aufenthalt im Museum hat auf sie eine affirmierende Wirkung, sowohl ihr Status als auch ihre Rolle werden aufgewertet und stabilisiert. Sonst in der Gesellschaft eher in einer prekären Existenz, fühlen sie sich im Museum kompetent und werden im Gespräch aussage- und urteilsfähig.

Durch biografisches oder berufsbezogenes Wiedererkennen gewinnt das Museum für diese Besucher*innen eine andere Bedeutung als sie z.B. durch bloßes neugieriges oder interessiertes Betrachten zu erreichen wäre. Die Publikumsgruppe geht eine privilegierte und spezielle Beziehung zum Museum ein: Das Gesehene geht sie etwas an. Wie ein Besucher im Gästebuch schreibt: *»Als jemand, der in der Forstverwaltung gearbeitet hat, habe ich Zugang zu dem hier Gesehenen«* (Besucher*innenbuch). Damit betont er seine privilegierte Stellung als Experte, die sich aus seiner beruflichen Vergangenheit ergibt.

Im Muster »Affektive Aufladung« war im nostalgischen Erinnern ein Sich-Entfernen von der Gegenwart zu beobachten: weg von der urbanen Realität, hin zu einer imaginierten dörflichen Idylle. Dagegen verankern sich die Besucher*innen im Muster »Biografische Aufwertung« mit Hilfe des Museums im Hier und Jetzt. Erfahrungen, Wissen und Erlebnisse der Kindheit werden von diesen Besucher*innen im Museum wiederentdeckt. Dieser Prozess ist vor allem sachhaltig, von Verständnis- und Kompetenzaspekten geprägt. Aber er hat durchaus auch emotionale Aspekte, die sich in der Freude über das Wiederentdeckte ausdrücken. Das Gesehene lässt nicht ein vergangenes »wahres« Ich aufleuchten, sondern diese Gruppe fühlt sich affirmativ durch den Besuch in ihrer Situation in ihrer urbanen Gegenwart bestär-

tigt. Damit zielt dieses Aneignungsmuster auf die Identität der Besucher*innen, aber in einer konkreten und pragmatischen Weise.

Im nostalgischen Erinnern des Musters »Affektive Aufladung« wurde die Vergangenheit zwar emotional be- und aufgeladen und als persönliches Sehnsuchtsziel definiert, aber ihr faktischer Wert für die Gegenwart wurde nicht diskutiert. Die Aneignung im Muster »Biografische Aufwertung« wird dagegen ausgelöst, weil die Besucher*innen im Museum die Möglichkeit haben, eigene Erfahrungen und eigenes Wissen neu zu lesen und neu zu bewerten. Kompetenzen und Objekte, die in ihrem Alltag sonst nicht mehr viel Anerkennung finden, werden durch das Museum als ausstellungswürdig und damit als wertvoll dargestellt. Durch die präsentable und respektable Weise, wie diese Objekte im Museum ihren Platz finden, erleben die Besucher*innen ein Mehr an Achtung für ihre eigene biografische Herkunft. Sie erfahren sich als wertgeschätzte Akteur*innen oder Zeug*innen dieser »ausstellungswürdigen« Vergangenheit. Wie ein Besucher erklärt: »Ja. Wir haben all diese Sachen [hier meint er die ausgestellten Spielsituationen] gemacht. Selbst wenn wir es nicht gemacht haben, haben wir es zumindest gesehen« (Nostalgie). Es ist ihr Leben, ihre Wirklichkeit, die das Museum hier präsentiert.

Diese neue »Eigentümer*innenkonstellation« und Kompetenzerfahrung hat Auswirkungen auf intergenerationelle Dynamiken: Sie ermöglicht diesen Besucher*innen ein anderes Verhältnis zu ihren Kindern und deren gesamter Altersgruppe. Zunächst, indem ein Autoritätsgewinn stattfindet. Wie ein Besucher erklärt: »Von allem, was ich hier gesehen habe – 75 Prozent davon habe ich in meiner Kindheit gesehen. Meine Kinder haben solche Sachen nicht gesehen« (Nostalgie).

Zudem schafft das Museum eine Verbindung zwischen den Generationen. Denn die Museumspräsentation ist authentisch genug, damit Besucher*innen, die diese Welt noch selbst erlebt haben, sie wiedererkennen – gleichzeitig jedoch ist sie durch ihre künstlerische Aufbereitung für ein urbanes Publikum und für eine in der Stadt geborene Kindergeneration anschlussfähig. Das Museum hilft den Eltern, ihre Herkunftswelt für die eigenen Kinder zu übersetzen. Die Besucher*innen können zu diesem Zweck vom Museum Gebrauch machen.

Dieser Prozess ist je nach gesellschaftlicher Schicht unterschiedlich akzentuiert. Im sozial schwachen Sektor sind vor allem die Aufwertungspotentiale wichtig, die es Besucher*innen der unteren Schichten erlauben, sich als Expert*innen zu erleben, die Bedeutsames in der Ausstellung erkennen und ihrer Familie vorführen können. Wie ein Besucher erzählt: »Ich habe ihnen [der Familie] sogar verschiedene Typen von mandaps gezeigt. Wo kannst Du heute noch solche Dinge sehen?« (Nostalgie). In der Mittel- und Oberschicht sind eher die Verständigungs- und Interpretationspotentiale bedeutsam. So nutzt ein Besucher aus dieser Gruppe das Museum als Kommunikationshilfe: »Ja, ich erinnere mich an alle diese Spiele. Ich würde gern meinen Kindern erzählen, wie wir unser Leben damals gelebt haben und wie wir aufgewachsen sind, und des-

halb bringe ich sie hierher« (Nostalgie). Das Museum liefert ihm Anlass und Material, um diesen Kommunikationsprozess zu initiieren und zu gestalten.

16.4. Kognitive und produktive Rezeption

Dieses Aneignungsmuster lebt, wie die »Soziale Landnahme«, in hohem Maße von der Selbstständigkeit der Besucher*innen. Es ist nicht auf eine Veränderung des Museumsprotokolls (d.h. der von den Autoritäten erwarteten Museumsnutzung), sondern auf die Entwicklung von Kompetenzen der Besucher*innen ausgerichtet. Es lassen sich vor allem zwei Aneignungsarten beobachten, die man »Familiarisierung« und »Mitnahme« nennen kann. Familiarisierung erfolgt, indem sich die Besucher*innen mit den Museumsinhalten vertraut machen und sich damit Lernmöglichkeiten eröffnen. Mitnahme findet statt, wenn die Besucher*innen Museumsinhalte in ihr Alltagsleben kognitiv transferieren. Dieser Transfer wird eigeninitiativ unternommen, in einer Art »Hol«- oder eben Mitnahme-Bewegung der Besucher*innen im Unterschied zu einer »Bring«- oder »Schub«-Bewegung der Institution.

Familiarisierung vollzieht sich bevorzugt durch physische Annäherung, die bis zu einer Art Eroberung reichen kann. Die Museumsexponate werden von den Besucher*innen sinnlich erfasst und erkundet. Wie eine Mutter über ihre Kinder erzählt: *»Wenn sie zum Beispiel die Schnitzereien sehen, dann fassen sie sie an und erkennen, ob das wirklich Holz ist oder ob es aus Gips, Stein oder Zement gemacht ist«* (Lernen). Durch das Anfassen verliert das Objekt seine Fremdheit; was vielleicht unbekannt aussieht, wird durch die Berührung auf vertraute und bekannte Materialien hin untersucht und damit in die eigene Erfahrungswelt eingeordnet. Manchmal bricht die »Eroberung« mit den Regeln des Museums. So beschreibt eine Selfie-Besucherin ihr Hineinklettern in ein Objekt: *»Sie haben diesen großen Ring, diesen Armreifen. Ich war in dem Armreif, du weißt, ich sollte da eigentlich nicht hineingehen. Aber irgendwie habe ich es geschafft, und ich habe ein Foto gemacht. Es war so riesig und ich war so beeindruckt von diesem Armreif, du kannst es hier sehen [...]. Schau dir die Details an.«* Die Geste des »Ich habe die Herausforderung bewältigt« ist dabei genauso wichtig wie das Bedürfnis nach erkundender Nähe zum Objekt (in diesem Sinne werden die Details als Beispiel und Beleg angeführt).

Die Annäherungs- und Eroberungspraxis verbindet sich mit einem bestimmten Verständnis von Lernen, das die körperliche Erfahrung durch den Lernenden betont. Wie eine Besucherin erklärt:

»Wir können es hier im Kunstwerk selbst erkunden, nicht einfach es nur anschauen oder eine Broschüre darüber lesen. Wir gehen hinein [ins Exponat] und es wird von uns selbst erfahren. [...] Das hier weckt Interesse, wenn wir herumlaufen. [...]

So kommen wir näher und bekommen Informationen oder Wissen über diese Dinge.«

Physische und intellektuelle Erschließung bedingen einander und wirken zusammen. Wie ein anderer Besucher hervorhebt: *»Wenn Du durch die Dinge läufst, dann erlebst und erfährst du es, und das macht es mehr einprägsam und besser fundiert. Ich habe so etwas noch nie gesehen. Es ist nicht nur ausgestellt und angeleuchtet. Du konzentrierst dich darauf, weil du es einfach fühlen kannst«* (Lernen).

Mitnahme ist eine Form der produktiven Rezeption, der oft die Familiarisierung vorangeht; Familiarisierung führt hier zu einer Aktivität, die über den Museumsraum hinausreicht. Mitnahme bedeutet, dass die Besucher*innen das Museum gewissermaßen nicht mit leeren Händen verlassen. Das Gesehene wird in den eigenen Alltag transferiert. Mitnahme kann vor allem in drei Formen beobachtet werden: Nachahmen, Übernehmen und Weiterdenken (Weiterspinnen). Nachahmung kann linear und direkt geschehen, indem gesehene Techniken, Objekte oder Material-Arrangements professionell kopiert werden. Diese Besucher*innen versuchen, möglichst Ähnliches zu erstellen, weil sie die Exponate des Museums als vorbildlich ansehen. Wie ein Besucher es ausdrückt: *»Wir können einige dieser hier ausgestellten Designs imitieren und sie in unsere Arbeit einbauen«* (Inspiration).

Andere Besucher*innen wollen eher Ideen aus dem Gesehenen übernehmen, um sie in ihren Alltag oder ihr Zuhause einzubinden und beides damit zu bereichern. Wie eine von ihnen feststellt:

»Auch in heutiger Zeit, während Diwali und zu anderen Festivals, nutzen wir noch all diese Dinge. Zum Beispiel machen wir ein Rangoli an unserem Eingangstor, weil es Positivität herstellt. [...] Aber wenn wir hierherkommen, und wir sehen all diese Innovation und Kreativität im Rangoli, dann können wir alle diese Innovationen zu unseren eigenen Kreationen, zu unserer eigenen Arbeit hinzufügen.« (Inspiration)

Wieder andere Besucher*innen lassen sich vom Gesehenen in freier, assoziativer Form anregen und kreieren mit seiner Hilfe neue Gegenstände oder Artefakte. Das kann künstlerisch geschehen, wie durch die Dichter, die ihre im Museum gewonnenen Eindrücke in ein anderes Medium, die literarische Sprache, übersetzen und so weiterverarbeiten. Doch das Interesse kann auch pragmatisch und kommerziell sein, wie bei den Besucher*innen, die erklären: *»Also können wir hierherkommen und sehen, wie sie Abfallmaterial nutzen. Zu Hause findet sich diese Art von Material auch. Wir sehen diese Art Material und diese Modelle und so können wir das auch machen, und wenn wir gut darin sind, dann können wir es verkaufen«* (Inspiration).

16.5. Schlussbemerkung

Die Herausarbeitung der Aneignungsmuster im vorliegenden Kapitel stellt den sachlichen und argumentativen Fluchtpunkt meiner Untersuchung zum Publikum des Tribal Museum in Bhopal dar. Es hat sich die Fruchtbarkeit des Aneignungsbegriffs zum Verständnis der Museumsnutzung durch die Besucher*innen gezeigt. Ebenso ist, bei aller Diversität der Nutzungsformen, deren eigensinnige und eigeninitiierte Qualität als durchgängiges Charakteristikum hervorgetreten, im Einklang mit dem Konzept der »agency«.

Die Aneignung vollzieht sich oft persönlich und biografiebezogen, größtenteils selbstbewusst, manchmal ausgesprochen extrovertiert. Sie drückt sich nicht zuletzt körperlich und spatial aus. Sie ist vielfach durch Handlungen mit »eroberndem« Gestus und durch die Figur der Grenzüberschreitung gekennzeichnet, was bisweilen zu Konflikten mit Museumsregeln und -protokoll führen kann. Auffällig ist die zentrale Rolle, die das im klassischen indischen Museumsdiskurs eher misstrauisch betrachtete Element der Emotionalität spielt – nicht nur beim Aneignungsmuster »Affektive Aufladung«, sondern etwa auch im Fall der »Biografischen Aufwertung«, in der Einsichtserlebnisse und Kompetenzerfahrungen in eine befriedigende, beglückende Steigerung des Selbstwertgefühls hinüberspielen können.

Insgesamt ergibt sich das Bild einer Besucher*innenschaft, der man durchaus nicht einfach, wie häufig geschehen, pauschal die »museum-mindedness« absprechen kann. Die Aneignungsmuster zeigen vielmehr ein Publikum, das auf durchaus eigenen Wegen nach Teilnahme und Teilhabe strebt – und sie auch erreicht. Defizitär sind weniger die Besucher*innen als die starren Begrifflichkeiten und Erwartungsschemata, mit denen man ihre Museumsnutzung oft zu erfassen sucht.