

Display(s) der Selbstkonstruktionen

Vermittlungsräume zwischen Jugendästhetiken und Kunstinstitutionen aus Perspektive der Kunstpädagogik

CHRISTINE HEIL

Jugendliche machen sich als Besuchergruppe in Kunstmuseen und anderen Kulturinstitutionen im deutschsprachigen Raum nur wenig bemerkbar. Bei hohem Orientierungsbedürfnis (in der Lebensphase Jugend) entfalten sie zugleich hohe persönliche Abgrenzungsaktivitäten gegenüber kulturellen Institutionen und (erwachsenen) pädagogischen Vermittlungsangeboten. Während Kinder mit ihren Eltern Ausstellungen besuchen oder Familien und Schulklassen museumspädagogische Angebote nutzen, gehen Jugendliche nicht unbedingt von sich aus in Museen oder Galerien. So lautet das Fazit einer Projektgruppe aus Vertreter*innen der Vermittlungsabteilungen verschiedener deutschsprachiger Museen, Ausstellungshäusern für Kunst und Medienkunst sowie einem unabhängigen Kunstvermittlungskollektiv, die sich vorgenommen haben, gemeinsam neue Formate der Vermittlungsarbeit mit Jugendlichen zu entwickeln und an den unterschiedlichen Standorten zu erproben und zu vergleichen.¹ Der Projektverbund nennt sich „JuLab Kultur – Transformation Jugend Museum Schule“.² Gemeinsamer Anlass der Netzwerk-

-
- 1 Dass die Besuchergruppe der Jugendlichen quer zu allen anderen Differenzlinien Fragen im aktuellen Diskurs von Museen und Kulturvermittlung aufwirft, zeigt sich auch am gleichnamigen Thema des Österreichischen Museumstags 2015 „Jugend und Museum“ und die Beobachtungen entsprechen den aktuellen Erhebungen des Rats für kulturelle Bildung unter Schüler*innen der 9. und 10. Klassen in Deutschland (Rat für kulturelle Bildung e.V. 2015).
 - 2 Initiatorinnen des Netzwerks sind das Fach Kunstpädagogik und Didaktik der Kunst an der Universität Duisburg-Essen, vertreten von der Autorin und Sabine Sutter, sowie

arbeit ist die Suche nach neuen Vermittlungsformaten an Museen und Kulturinstitutionen für Jugendliche, die von diesen auch wahrgenommen und genutzt werden. Eine übereinstimmende Erfahrung der Vermittlungsabteilungen ist dabei, dass gerade nicht Erwachsene ein Angebot für Jugendliche entwerfen können, sondern dass Vermittlungsarbeit für die Zielgruppe der Jugendlichen vor allem dann Erfolg haben kann, wenn in Kooperation mit Jugendlichen Räume und Praxen neu erfunden und etabliert werden. So lautet eine zentrale Frage für den Projektverbund, die auch Frage dieses Textes ist: Welche unterschiedlichen Rahmungen ermöglichen Jugendlichen partizipative Formen der Aneignung und Gestaltung institutioneller Ausstellungskontexte und Vermittlungsräume?

Die Perspektive, unter der die Fragestellung erörtert wird, ist zunächst die Perspektive der Autorin und damit von der Sichtweise einer Kunstpädagogin geprägt. Zugleich wird der Text für eine sozial- und kulturwissenschaftliche Publikation geschrieben und greift Themen der qualitativen Bildungsforschung wie Peergruppen, Jugendästhetik und das Verhältnis von Raumentwürfen und Bildungsinstitution auf (vgl. Böhme/Herrmann 2011; Deinet 2012). Die angeführten Beispiele stammen aus Angeboten der aktuellen Kunstvermittlung. Die Perspektiven, mit denen auf Jugendliche gesehen wird, sind von jedem Standort andere: Während die Kunstpädagogik stärker von der Entwicklung des Individuums und seinen Bildungsmöglichkeiten in Kontexten der vorherrschenden Kulturen ausgeht, vertritt die Kunstvermittlung den Bildungsgedanken der jeweiligen musealen Institution und wird von Theorien der kritischen Kunstvermittlung reflektiert. Die Erziehungswissenschaft und die qualitative Bildungsforschung nehmen stärker gesamtgesellschaftliche Strukturen in den Blick, in denen Jugendästhetiken und Jugendkulturen nur ein Aspekt sind. Alle Perspektiven haben Schnittmengen, um die es im Folgenden gehen wird.

VERMITTLUNGSRÄUME BESCHREIBEN

Die vorausgesetzte Offenheit der angestrebten Vermittlungsräume bringt Herausforderungen für die Institutionen mit sich: Denn in einer tatsächlichen Zusammen-

Mechthild Eickhoff, Leiterin UZWEI kulturelle Bildung, Dortmund. Weitere Mitglieder sind Jan Blum, Edith-Russ-Haus, Oldenburg; Fanny Kranz und Henrike Plegge, Ko-Gründerinnen von „Fort-Da“ Kunstvermittlungskollektiv, Karlsruhe; Julia Hagenberg, K20/K21, Düsseldorf; Christina Jacoby, Kunstmuseum Liechtenstein; Claudia Thümmler und Sybille Kastner, Lehmbruckmuseum, Duisburg; Birgit van de Water, Museum Kunstpalast, Düsseldorf; Tom Stern, Dr. Esther Guderley, Angelika Wuszow, Ruhrmuseum, Essen; Janine Burger, ZKM Karlsruhe.

arbeit mit institutionsfernen Gruppen werden auch Transformationsprozesse innerhalb der Museen und Ausstellungshäuser wahrscheinlicher und die Inhalte oder Bewertungen von Ausstellungsgegenständen ändern sich: Wenn Vermittlungsarbeit mit Jugendlichen funktioniert, etablieren sich Schnittstellen zwischen Jugend-ästhetiken und Inhalten von Kunst- oder Kulturinstitutionen, die keiner Jugendkultur oder institutionellen Kunstkultur eindeutig zuzuordnen sind. Vielmehr bieten Vermittlungsräume auch Identifikationsmöglichkeit für Jugendliche. Gelingt es solche Transformationsräume zu beschreiben, so könnten neue kunstpädagogische Perspektiven auf Bildungsprozesse entworfen werden. Ein Ziel der JuLab-Projekte ist es, Vermittlungsräume aus der Sicht der Jugendlichen im Verhältnis zu etablierten Kulturbegriffen und Kulturinstitutionen neu beschreibbar und reflektierbar zu machen.

Die Spannungsfelder von dafür notwendigen partizipativen und transformativen Rahmungen ergeben sich auch durch die Gleichzeitigkeit mehrerer Aufträge an die Museen und deren Vermittlungsabteilungen. Die Institution Museum hat den Auftrag, Kultur zu bewahren und zu vermitteln. Der Internationale Museumsrat definiert in seinen *Ethischen Richtlinien* das Museum als

„eine gemeinnützige, auf Dauer angelegte, der Öffentlichkeit zugängliche Einrichtung im Dienste der Gesellschaft und ihrer Entwicklung, die zum Zwecke des Studiums, der Bildung und des Erlebens materielle und immaterielle Zeugnisse von Menschen und ihrer Umwelt beschafft, bewahrt, erforscht, bekannt macht und ausstellt.“ (ICOM 2010: 29)

Damit ist weder bereits festgelegt, was von wem als bewahrenswerte Zeugnisse angesehen werden, noch sind damit Formen des Erlebens oder des Bekanntmachens beschrieben. Auch die Vermittlungsangebote eines Museums oder einer Ausstellungsinstitution haben neben dem Bildungsauftrag häufig einen repräsentativen und einen ökonomischen Auftrag: Die Vermittlungsformate sollen möglichst viele Besuchergruppen ansprechen, denn neben dem Bildungsauftrag sollen sie Geld „einspielen“, d.h. Gewinne für das Museum erzielen (vgl. Mörsch 2009, 2012).

Zentrale Begriffe in diesem Text sind *Display*, *Keyworker*, *Prosuming* sowie ein *dynamischer Raumbegriff* im Sinne des „relationalen Raum-Modells“ der Raumsoziologie nach Martina Löw (2001). Sie sollen im Folgenden kurz charakterisiert werden:

Display ist ein Begriff, der in der Museologie und aktuellen Kunstvermittlung verwendet wird, seit den 1990er-Jahren auch in Arbeiten der zeitgenössischen Kunst thematisiert wird und dabei eine kritische Reflexion erfährt. Das Display umfasst die Gesamtheit der medialen Umsetzung, die eine Ausstellung für ihre Besucher*innen erfahrbar macht:

„Als *Präsentationsmittel* vereint Display einzelne Elemente wie Raumgestaltung, Objektposition im Raum, Licht- und Wegführung, Sitzmöglichkeiten, Möbel, Vitrinen, Sockel, Rahmen, Abstandhalter, Tafeln für Beschriftungen oder Texte und Büchertische, Lounges oder interaktive Netzzugänge. Sie bilden gemeinsam mit Katalog, Flyer und Ankündigungstexten den Präsentationskontext einer Ausstellung [...]“ (Haupt-Stummer 2013: 97)

Das Zusammenspiel aller Elemente produziert in der Rezeption durch die Besucher*innen Bedeutung. Das kann auch performative Dimensionen beinhalten. Tony Bennett „bezeichnet die Gestaltungsinstrumente als Instrumente der Disziplinierung von Subjekten“ (ebd.: 97).³ Indem die Betrachtenden in solchen Displays als Akteur*innen und Produzent*innen von Bedeutungen mitgedacht werden, können sie sich als Teil der Ausstellungsinszenierung mitproduzieren und sich im Kontext des Ausstellungsthemas verorten oder ein Selbstbild produzieren oder zumindest verschieben.

Aus der Perspektive der Kunstpädagogik ist es interessant zu betrachten, wie Vermittlungsabteilungen in Kunstinstitutionen und Museen wie auch in Ausstellungskonzepten von Künstler*innen ihre eigenen institutionellen Displays verändern und interaktive oder partizipative Angebote entwickeln, um mit Jugendlichen zusammen zu arbeiten. Kunstinstitutionen nutzen ihre Displays, d.h. ihr Medium des Zeigens und Präsentierens, um Jugendlichen ein Forum für die Erfindung und Entdeckung von neuen Formen der Selbstrepräsentanz zu geben.

Das Beispiel in diesem Text beinhaltet, dass sich Jugendliche bei der Teilnahme an dem *Display*-Angebot in Anteilen selbst darstellen können und dabei an ihrer Selbstkonstruktion arbeiten. Das *Display* wird hierbei zu einem Modell für die Suche nach Möglichkeiten der Einladung und Beteiligung von Jugendlichen in Kunst- und Kultureinrichtungen. Dazu sind mediale Formen notwendig, die für Jugendliche begehrenswert sein können, und Erlebnisweisen von musealen Inhalten und Thematiken, die von Jugendlichen als attraktiv und neuartig angesehen werden.

Keyworker sind selbst nicht am Museum dauerhaft beschäftigt, handeln aber als vermittelnde Personen zwischen der Institution und jeweiligen Besuchergruppen von Erwachsenen- bzw. Jugendlichen, die als Zielgruppen ausgemacht werden. Stöger (2009) benennt

3 Haupt-Stummer bezieht sich hier auf die Darstellung von Tony Bennett zur Entstehungsgeschichte von Museen: Spätestens Ende des 19. Jahrhunderts hatten die Gründungen von Museen in England neben der Repräsentanz der Sammlerpersönlichkeiten oder der kriegerischen oder kolonialen Eroberungen explizit den Auftrag zur Erziehung und Bildung der breiten Öffentlichkeit (vgl. Bennett 1995: 70ff., 98).

„z.B. JugendbetreuerInnen, KünstlerInnen, ErwachsenenbildnerInnen, HandwerkerInnen, GemeinwesenarbeiterInnen, ehrenamtliche MitarbeiterInnen, [...] Personen, die als VermittlerInnen zwischen der Institution und den Publikumsgruppen agieren, die dem Museum sonst meist fern bleiben“ und „Personen, welche die Bereitschaft mitbringen, andere zu ermutigen und zu unterstützen, ihre Erfahrungen zu teilen.“ (Ebd.: 76)⁴

Prosuming: Selbstdarstellung und das Auffinden von Motiven und Themen hat etwas mit Peergroups, kollektivem Geschmack und gemeinsamen Fragen zu tun. Das weist auf Prozesse und Bedingungen des Prosuming hin. Prosuming benennt sowohl in marktwirtschaftlichen Modellen als auch im Kontext neuer Medien partizipative Formen der Produktion und des Konsums. Es ist eine Wortschöpfung, die den Austausch von Gütern und die Entstehung von Nachfrage und Produktideen von mehreren Richtungen zugleich fassen soll. Mit Prosuming bezeichnete Alvin Toffler 1980 zunächst das Prinzip des „production for use“. Damit markiert Toffler ein neues Verhältnis von Produktion und Konsumtion: Es geht um Produkte, die nicht nur für eine direkte Selbstversorgung oder für den weiteren Handel („production for exchange“) gedacht sind, sondern Verbraucher zu Aktivitäten einer weiteren Bearbeitung oder Weiterverwendungen auffordern. Es handelt sich um Prosuming, „wenn die Erzeugung von Produkten unmittelbar auf den Gebrauch zielt.“ (Toffler, zit. n. Hanekop/Wittke 2010: 96). Dieses Prinzip lässt zunächst private Formen der Kooperation mit den Möglichkeiten des Internets und der social media neue Formen einer „large-scale collaboration“ anwachsen, die eine massenhafte Kooperation zwischen Anwendern ermöglicht, die zugleich Produzenten sind – und das, ohne an einem Ort tatsächlich zusammen kommen zu müssen. Typische Beispiele dafür sind Wikipedia und OSS-Entwicklungen (Open-Source-Software). Mit den Möglichkeiten der digitalen Bildmedien ergeben sich neue Qualitäten für Ästhetiken und Bildervorräte, die in einer Konvergenzkultur unterschiedlicher Medienverbünde die Qualitäten bildbasierter Zusammenarbeit weiter verändern (vgl. Jenkins 2006, zit. n. Hengst 2014).

Dynamischer Raumbegriff: Zunächst gehe ich bei meinen Überlegungen von einem prozessorientierten und relationalen Raumverständnis aus, welches Martina Löw in der Betrachtung der „Relationen zwischen Menschen oder zu Dingen und

4 Stöger schreibt über die Entwicklung dieser Vermittlungs-idee: „Der Begriff ‚keyword‘ wurde erstmals vom Victoria and Albert Museum, London, für ein Projekt mit der indischen Community verwendet. Daraus ist das Projekt ‚Museen, Keyworder und Lebensbegleitendes Lernen‘ (1998-2001) entstanden, gefördert aus dem Sokrates Erwachsenenbildungsprogramm der EU. Das waren beispielsweise: SeniorInnen, Personen, deren Arbeitsplatz die Stadt ist, Jugendliche aus benachteiligten Wohnvierteln, MigrantInnen aus den ehemaligen afrikanischen Kolonien, Lehrlinge.“ (Ebd.: 77)

Handlungen“ (Löw 1999: 56) entwickelt: „[...] im Relationen-Modell ist der Raum die Ordnung der Platzierungen und Lagerungen“ (ebd.: 57).

Löw entwirft in ihrer *Raumsoziologie* (2001) mit Bezug u.a. auf Bourdieus Feldtheorie und die Heterotopien Foucaults einen sozialen Interaktionsraum, der nicht aus der Dualität von Naturraum und Sozialraum konzipiert ist, sondern der prozesshaft aus den Beziehungen zwischen Akteur*innen und sozialen Gütern entsteht. Raum ist hier prozesshaft konzipiert und entsteht „in der Wechselwirkung zwischen Handeln und Strukturen“ (Löw 2001: 158): Mit „Spacing“ bezeichnet Löw einen Prozess, der „auf die Wechselwirkungen zwischen Platzierenden und Platzierungen“ verweist (ebd.). Im *Spacing* werden soziale Güter platziert, die symbolische wie materielle Anteile beinhalten (ebd.: 153). Und es bedarf einer *Syntheseleistung*, mit der „über Wahrnehmungs-, Vorstellungs- oder Erinnerungsprozesse“ Ensembles sozialer Güter und Menschen zu Räumen zusammengefasst werden (ebd.: 159).

Nach Löw ist Raum also nicht bereits gegeben oder „ein Behälter, sondern ein Netzwerk, der Ausdruck für Relationen zwischen Lebewesen, Dingen oder Handlungen.“ (Löw 1999: 57). Was die Menschen mit den Dingen und miteinander tun, wie sie sich darin orientieren und welche Werte und Vorstellungen sie dem beimessen, ist also der Raum. Und so unterschiedlich Menschen mit Dingen und miteinander interagieren, so unterschiedlich sind die Qualitäten der Räume, die im sozialen und kulturellen Handeln entstehen. Das hat recht weitreichende Folgen für die Vorstellung von Bildung und Vermittlung. Bezogen auf Bildung schreibt Löw:

„Wenn Raum nicht länger den kontinuierlichen Punkt in sich wandelnden sozialen Prozessen darstellt, sondern selbst als prozesshaft begriffen wird, kann er nicht mehr als Hintergrund von Bildungsprozessen verstanden werden. Die Möglichkeiten und Notwendigkeiten der Konstitution von Raum sind zu einem Bestandteil von Bildungsprozessen geworden.“ (Ebd.: 56)

Das stellt Herausforderungen an die pädagogische Konzeption von möglicherweise ebenfalls prozessorientiert und relational zu denkenden Bildungsräumen. Erste Hinweise auf veränderte Auffassungen gibt es bereits: Mit der Ablösung einer an Lernzielen orientierten Unterrichtsplanung durch eine Kompetenzorientierung konnte bereits zunehmend von einer Kanonisierung der Bildungsinhalte abgesehen werden – zumindest theoretisch. In einem an Kompetenzen orientierten Unterricht existieren Lerngegenstände nicht an und für sich. Bei Kompetenzen orientiert sich die Planung und Steuerung von Unterrichtsprozessen an den Handlungsmöglichkeiten des Einzelnen in Bezug auf den Umgang mit Bildungsgegenständen und mit sich selbst wie mit den anderen einer Lerngruppe. Eine verän-

derte Auffassung eines dynamischen Bildungsraums hat auch Auswirkungen auf die Auffassung von Subjektkonstitutionen in Lern- und Bildungsprozessen. Ausgehend von Überlegungen zu einem Subjektverständnis aus einer poststrukturalistischen Perspektive entwickelt Benjamin Jörissen ein dynamisches Raummodell in der Medienbildung. Er kehrt die häufig implizierte Reihenfolge von Bildungsziel und Bildungssubjekt oder Lerngegenstand und Lernenden (d.h. der oder die Lernende eigne sich einen Lerngegenstand an) entsprechend um:

„Nicht ein vorgängig vorhandenes Subjekt ‚setzt‘ sich Bildungsziele in einer je schon vorhandenen Welt (oder bekommt solche von außen vorgegeben); nicht ein vorgängig vorhandenes Subjekt ‚eignet‘ sich Welt an, vielmehr gehen aus Bildungsprozessen Formen von Subjektivität und Weltbezügen immer wieder neu hervor [...]“ (Jörissen 2011: 221)

Bildungs- und Vermittlungsprozesse würden vielleicht gerade dann als geglückt gelten, wenn neue Vorstellungen von Subjektivität oder neue Raumqualitäten sichtbar werden würden, und nicht bereits bekannte Qualitäten oder Formen von Raumpraxen sich lediglich wiederholten.

EIN BEISPIEL FÜR DIE PARTIZIPATION VON JUGENDLICHEN AM MUSEUMS-DISPLAY: ‚TATE COLLECTIVE‘ KURATIERT DAS DISPLAY ‚SOURCE‘

Das Beispiel eines Partizipationsformats für Jugendliche in einem großen Kunstmuseum ist „Source Display“ an der Tate Britain in London, 4. April bis zum 28. September 2014.⁵ Über sechs Monate hinweg handelte es sich dabei zunächst um einen Ausstellungsraum innerhalb der öffentlich zugänglichen Sammlung der Tate Britain. Das kuratorische Konzept und die besondere Gestaltung des Ausstellungsraums wurden von der Gruppe *Tate Collective London* entwickelt. Unter dem Namen „Tate Collective London“ wird in der Tate Britain und der Tate Modern die Zielgruppe „Junge Menschen“ angesprochen. Damit sind im Konzept⁶ Jugendliche im Alter von 15-25 Jahren benannt, für die spezielle Angebote konzipiert und gemeinsam mit Jugendlichen entwickelt werden, und das in zweierlei Hin-

5 Darstellungen im Internet: <http://www.tate.org.uk/whats-on/tate-britain/display/bp-spot-light-source>; <http://collectives.tate.org.uk/collectives/tate-britain-tate-modern>.

6 „Tate Collective London run free events and festivals for young people aged 15-25 to experiment, create and innovate through art and ideas across both Tate Modern and Tate Britain“, www.tate.org.uk/learn/young-people/gallery-collectives/london [12.03.2016].

sicht: Jugendliche sind Mitglieder des Teams von *Tate Collective*, die sich Angebote ausdenken, welche partizipativ ausgerichtet und häufig mit Workshops, eigenen künstlerischen Aktivitäten oder Aktionen verbunden sind. In diesem Sinn ist *Tate Collective* neben dem speziellen Vermittlungsformat für junge Menschen auch eine Gruppe von *Keyworkern*.

Die Ausstellung „Source“ fand 2014 für sechs Monate statt und bestand aus einer Kombination aus Workshops und der Einladung an die Teilnehmenden, die in diesen Workshops hergestellten Produkte für den eigens eingerichteten und kuratierten Ausstellungsraum in der Tate einzureichen. Angeboten wurden sechs verschiedene Workshops zu künstlerischen Themen, die in der grafischen Produktion aktueller Kunst und zeitgenössischer visueller Kultur vorkommen: Streetstyle; Muster, Grafik und Druck; Anweisung und Vorgabe; Narrative, Text und Bild; Struktur und Collage; Straßenfotografie.⁷

Der Titel „Source“ (was übersetzt Quelle, Anlass, Ausgangspunkt oder Ursprung bedeutet) und die Konzeption des Ausstellungsraums thematisieren den Ursprung der öffentlichen Bildergalerie und damit des Museums selbst. Das kuratorische Konzept war auch an der Wand des Ausstellungsraumes zu lesen:

„Im 19. Jahrhundert öffneten sich Galerien der Öffentlichkeit, um allen Mitgliedern der Gesellschaft den Zugang zur Kunst zum Zweck der Erbauung und der Erziehung zukommen zu lassen. In dieser Zeit war es üblich, die Bilder vom Boden bis zur Decke, eng nebeneinander zu platzieren, um eine ‚Salonhänger‘ zu erzeugen, benannt nach den Ausstellungen, die im Salon Carré des Louvre, dem Nationalmuseum Frankreichs, stattfanden. Dieses Arrangement war eher vom Instinkt als von einem geplanten Konzept geleitet und konnte die Wirkung der ausgestellten Bilder auf den Besucher verändern.“ (tate.org.uk/source [20.03.2016], Übersetzung: C.H.)

Die Ausstellung verschränkt hier museale Hochkultur und Jugendkultur auf mehreren Ebenen: Offensiv werden die Herkünfte von Bildwelten beider Bezugsbereiche durch eine kuratorische Idee, d.h. eine besondere Auswahl und Hängung von Bildern thematisiert. Im Konzept heißt es weiter:

„Dieses Display hebt die Ähnlichkeiten zwischen der Massenhängung von Kunstwerken, die in einem Salon hingen, und der Fähigkeit von digitalen und Social Media Plattformen des 21. Jahrhunderts wie Tumblr und Instagram hervor, eine große Anzahl von Bildern an einem einzigen Ort zu zeigen.“ (Ebd.)

7 Streetstyle; Pattern, Graphics and Print; Order and Compulsion; Narrative, Text and Image; Texture and Collage; Street Photography.

Über einen Wettbewerb konnten sich Teilnehmende der Workshops mit ihren Produkten bewerben, um in digitalen Fotorahmen innerhalb des Felds der „Salonhänger“ oder einer Video-Projektion im gleichen Raum präsentiert zu werden. Diese Ereignisse und die Workshops sowie Meinungen und Sichtweisen von Teilnehmenden und Besuchenden wurden durch Social Media wie Twitter mit dem Hashtag #SourceDisplay kommuniziert.

Jugendliche erhalten über die Workshops Angebote zur Professionalisierung ihrer Interessen in Gestaltungsfragen der Bildproduktion und werden in der Autorschaft ihrer grafischen Produkte ernst genommen.⁸ Modellhaft wird ein kuratorischer Prozess durchlaufen, der die Prinzipien des Museums von den künstlerischen Fragestellungen und Bedingungen der Bildproduktion über die Auswahl der Exponate und der kuratorischen Idee für ein Ausstellungskonzept bis zur Realisierung der Ausstellung umfasst. Zugleich geht es um Partizipation von Jugendlichen an diesem Prozess und an der Ausstellung selbst. Ein Ziel der Institution findet sich im Open Call formuliert, dass die Sammlung der Tate mit zeitgenössischer visueller Kultur in Beziehung gebracht wird.⁹

Im besten Sinne des Wortes könnte hier von „Raumaneignung“ (vgl. Deinet 2012) im Museum durch Jugendliche gesprochen werden – allerdings im Rahmen des gegebenen offiziellen Displays des Museums. Jugendliche erhalten Workshops und damit Raum und professionelle Begleitung, um gestalterisch zu arbeiten, und einige – die Mitglieder von *Tate Collective* – partizipieren an den Prozessen der Ausstellungskonzeption; alle können sich für die visuelle Repräsentanz eigener Arbeiten bewerben, aber die Auswahl und die mediale Präsentationsform und -ausdehnung bleibt in der Ästhetik des üblichen Museumsdisplays. Das Museum präsentiert in seinen Ausstellungsräumen und auf der Internetseite sein Programm, das Jugendliche partizipieren lässt. Wie weit geht also dieses Beispiel der Raumaneignung und wer profitiert?

Auf der Grundlage eines dynamischen Raumbegriffs nach Löw (2001) lenkt Ulrich Deinet die Frage nach sozialräumlicher Orientierung von Kindern und Jugendlichen in öffentlichen Räumen von gegebenen Räumen auf die Entstehung

8 Dass ästhetische Praxen von Jugendlichen wie beispielsweise das Zeichnen von Comics neben einer experimentellen Identitätssuche auch eine existenzielle Dimension der ernsthaften Professionalisierung haben kann, darauf hat beispielsweise Katharina Küstner (2015) hingewiesen. Solche Dimensionen der Professionalisierung werden in den kunstpädagogischen Theorien zur Kinder- und Jugendzeichnung häufig übersehen.

9 „[...] Take part and you could see your work featured on the screens that form part of *Source*, highlighting how the Tate collection resonates with contemporary visual culture.“ www.tate.org.uk/whats-on/tate-britain/display/bp-spotlight-source [20.03.2016]

verschiedener Raumqualitäten, indem Kinder und Jugendliche Räume in unterschiedlicher Weisen nutzen (vgl. Deinet 2012: 44). Es bliebe also zu fragen, ob sich in dem Source-Projekt der Tate neue Raumqualitäten zeigen. Im Sinne des relationalen Raumbegriffs wären Vermittlungsräume in Lagebeziehungen zu denken: So sind die *Key Worker* oder ihre Arbeit in der Gruppe der *Tate Collective* zwar nicht selbst sichtbar, aber Themenfindung der kuratorischen Idee, der Workshop-Gedanke, Einladungen und Kommunikation in sozialen Netzwerken sind zentrale Elemente von Source.

Dass Vermittlungsräume nicht immer innerhalb des jeweiligen Museums zu finden sind, sondern auch außerhalb im Sozialraum der Jugendlichen oder am Rand der Institutionen, kann ein anderes Beispiel der Vermittlungsabteilung der Kunstsammlung Nordrhein Westfalen K20/K21 verdeutlichen. Ursprünglich haben sich Studierende der Kunstgeschichte mit einem durch sie entwickelten Vermittlungsprogramm „Freischwimmer“ an junge Erwachsene gerichtet, um ausgehend von der Ausstellung „Wolfgang Tillmans“ 2013 im K21 neue Orte der Stadt aufzusuchen und mit den Teilnehmenden während der Lokaltermine diese Orte kennenzulernen und Bezüge zur Ausstellung herzustellen. Ein Nachfolgeprogramm erhielt den Titel „Untitled“ und war Teil des Begleitprogramms zur Ausstellung „Unter der Erde. Von Kafka bis Kippenberger“ 2014 im K21. Die Einladung zu einem Besuch im Beerdigungsinstitut Carl Salm knüpfte an die ausgestellte Arbeit „Audio-Video Underground Chamber“ von Bruce Nauman an, die im K21 zu sehen war. Der Ort eines Beerdigungsinstituts ist für Jugendliche bereits innerhalb der eigenen Stadt ein „anderer Ort“, den sie in ihrem Alltag von sich aus eher nicht aufsuchen würden. In Verbindung zu einer Kunstaussstellung in einem angesehenen Museum der Stadt und unter dem „Label“ eines besonderen Vermittlungsformats kann der Ort des Beerdigungsinstituts auch für die teilnehmenden Jugendlichen in neuen Qualitäten wahrgenommen werden. Die konventionelle Kunstaussstellung könnte deshalb an Attraktion gewinnen, weil sie mit einem heterotopen Ort (Foucault nach Löw 1999: 56) in Verbindung gebracht wird, der „anders“ in Bezug auf die Kunstinstitution wie in Bezug auf die Stadt ist. Die Heterotopie zur Kunstinstitution ermöglicht einen individuellen wie einen gesellschaftlichen Grenzüberschritt oder zumindest das Aufsuchen von Grensräumen zu bisherigen Wertevorstellungen.

WER PROFITIERT?

In einem kritischen Text zur Sichtbarkeit von Vermittlungsprojekten reflektiert Henrike Plegge einen offenen Ausstellungsraum und die Sichtbarkeitspolitik des ZKM Karlsruhe in Bezug auf Migrant*innen innerhalb der Kunstaussstellung „The

Global Contemporary“. Sie beschreibt ein „institutionelles Begehren nach Diversität“, das in diesem Ausstellungsprojekt dem thematischen Schwerpunkt der Globalisierungsprozesse folgt: Hier „[...] wird Diversität im Kontext von Institutionen vornehmlich auf der Ebene der Wahrnehmung und nicht auf der Ebene der Stellen- und Machtverteilung innerhalb der Institution verhandelt“ (Plegge 2014: 6). In Bezug auf die Gruppe der Jugendlichen im Projekt „Source“ bliebe also zu fragen, welche Art von „institutionellem Begehren“ im Vermittlungsangebot der Tate Britain hier formuliert oder vermutbar wird und welche Ebenen demzufolge mit zu verhandeln wären, wenn Jugendliche zur Partizipation ins Museum geladen werden.

DAS DISPLAY DER SELBSTKONSTRUKTIONEN / VISUELLES FELD UND DISPLAY

Die Filmkritikerin und Kunsthistorikerin Kaja Silverman erläutert die Bedeutung des Felds des Sichtbaren [field of vision] mit dem wechselseitigen Zusammenhang zwischen Subjektivität und Welt, die sich über das gegenseitige Widerspiegeln begründen und wie Bilder daran beteiligt sind:

„Es kann nie einen Zeitpunkt gegeben haben, zu dem das Gespiegeltwerden [specularity] nicht wenigstens Teil der menschlichen Subjektivität war. [...] Schon seit den Anfängen der Höhlenmalerei sehen wir durch Bilder und werden durch Bilder gesehen.“ (Silverman 1997: 41f.)

In unserer medialen Epoche spricht sie der Standfotografie dabei den größten Einfluss zu, „wie wir das Gespiegeltwerden (er)leben“ (ebd.: 42). Das Medium der Standfotografie strukturiert unser Sehen nach fotografischen Kategorien, indem es sich wie eine imaginäre Linse zwischen den Erscheinungsformen des Wirklichen und unseren Blick schiebt: „Wir selbst erfahren uns ihr [der imaginären Linse, C.H.] gegenüber als Schauspiel [spectacle].“ Silverman zitiert Susan Sontag: „Wir lernen, uns selbst mit den Augen der Kamera zu sehen; sich für attraktiv halten heißt nichts anderes als zu glauben, daß man auf einem Foto gut aussehen würde.“ (Sontag 1980: 84) Die Vorstellung wir wären Teil einer Fotografie lässt uns über unsere Positionierung im Feld des Sichtbaren bewusst werden.

So sind in Social Media wie facebook oder tumblr wiederum neue mediale Darstellungslogiken wirksam, in denen zwar ebenfalls Standfotografie und Video verwendet werden, aber zudem ein wiederum informatisch und sozial vernetztes visuelles Feld mit Kommentaren, Verlinkungen und Aufmerksamkeitsregulierungen bereitgestellt wird. Auch aus diesen aktuellen Medienproduktionen gehen nach

Jörissen (2011) Formen von Subjektivität und Weltbezügen hervor. In diesem Sinn könnte man nicht nur ein Bild oder ein einzelnes Exponat, sondern auch das gesamte Display einer Ausstellung als visuelles und performatives Feld sehen, das Subjektivität ermöglicht und eigene Positionierung im Feld des Sichtbaren auf eigene Art und Weise generiert.

Übertragen auf das Projekt „Source“ an der Tate Britain stellt sich die Frage nach besonderen Qualitäten des spezifischen Feldes des Sichtbaren in der Ausstellung und damit wiederum nach den besonderen Qualitäten der Raumaneignung, die für Jugendliche ermöglicht werden. Eine Qualität könnte in der Anbiederung an die sozialen Netzwerke der Jugendlichen liegen, und demgegenüber kann die Behauptung ein „anderer“ Ort für Jugendliche zu sein, gerade auf eine neue Qualität hinweisen. In der Andersartigkeit des Museumsraums im Vergleich zu den alltäglichen Sozialräumen kann ein Zugewinn für Jugendliche liegen. Auch die möglicherweise als neu erfahrenen kulturellen Praxen des Kuratierens und des musealen Displays kultureller Sichtbarkeit können neue Handlungs- und Bedeutungsräume eröffnen. Neu können der Zugang zu anderen Bildwelten sowie die Angebote zur Professionalisierung für eigene Gestaltungspraxen sein. Für viele Jugendliche sind solche Raumkonstellationen wahrscheinlich sehr wohl bekannt, die das Bilderangebot einer Ausstellung in ein zeitlich, sozial und örtlich flexibles Netzwerk kollaborativer Raumaneignung erweitern. Vielleicht ließe sich von Vermittlung im Sinne des *Prosuming* sprechen. Es geht nicht nur um eine fertige Ausstellung, sondern um Formen der Beteiligung und Formen der Produktion, die wie *Scripte* (vgl. Hengst 2014: 152) zu unterschiedlichen Teilen durch das Museum und die Jugendlichen hervorgebracht werden.

EIN FAZIT – RAUM DER WIDERSPRÜCHE

Es bleibt die Frage, wer nun tatsächlich von der Repräsentanz von Jugend im Museum profitiert – das Museum, weil sie Produkte von Jugendlichen ausstellen oder umgekehrt die Jugendlichen für ihre Bildersammlungen interessieren oder mit der visuellen Kultur der nächsten Generation in einen Dialog treten können. Und es könnten Jugendliche von solchen Formaten profitieren, in denen ihr Begehren nach Professionalisierung ernst genommen wird und ihnen Möglichkeiten der Selbstpositionierung im sozialen Feld eingeräumt werden, im Kontext der eigenen Peergroup, die an den Displays mitarbeitet, wie der Öffentlichkeit des jeweiligen Standorts oder sogar der translokalen Aufmerksamkeit einer vernetzten Organisation. Es bleibt noch zu fragen, wie viele und welche Jugendliche tatsächlich teilhaben konnten oder wie viel sie von ihren Ideen im kuratorischen Konzept und den musealen Gepflogenheiten tatsächlich umsetzen konnten.

Man könnte eine besondere Rahmung am Source-Projekt in der Provokation solcher Widersprüche sehen, die neue Selbstkonstruktionen oder neue Qualitäten von Räumen für Selbstkonstruktionen denkbar werden lässt. Eine Rahmung, die Ungeheimheiten und Widersprüchlichkeiten nicht zu eliminieren sucht, sondern dafür zunächst einmal einen Raum und ein Display-Angebot schafft, in dem sich auch Widerstände und Widersprüche bilden können. Aus kunstpädagogischer Sicht stellt sich die Frage, wie diese dann wiederum sichtbar werden und ein eigenes Display erhalten könnten.

Ausgehend von der Frage, welche unterschiedlichen Rahmungen denkbar sind, die Jugendlichen partizipative Formen der Aneignung und Gestaltung institutioneller Ausstellungskontexte und -räume ermöglichen, d.h., die von Jugendlichen tatsächlich wahrgenommen und in der Aneignung weiter verändert werden, sind spezifische Spannungsfelder sichtbar geworden. Solche Displays der Selbstrepräsentation können Sinnangebote für Jugendliche sein und zugleich Aushandlungsraum für unterschiedliche Interessen. Es könnte sogar ein Qualitätsmerkmal für gelungene Vermittlungsarbeit sein, dass unentscheidbar bleibt, wer profitiert. Die Spannungsfelder zwischen der Repräsentation bestehender Kulturen und der potentiellen Veränderung von Kulturformen und kulturellen Inhalten durch die Partizipation von Jugendlichen könnte eigene visuelle Felder und Räume erhalten. Jugendliche wie institutionelle Interessen sind herausgefordert neue Formen des musealen Displays in einem relationalen Raumverständnis zu erproben oder neu einzurichten. Ein Sinnangebot für Jugendliche im Kontext von Museum und Ausstellungen aktueller Kunst zu schaffen heißt, mit der Teilhabe an Handlungsmöglichkeiten in kulturellen Feldern auch eigene Professionalisierung zu ermöglichen und Repräsentanz von neuen Aufmerksamkeitsformen zu erproben, neue visuelle Felder zu etablieren, die eine Selbstpositionierung Jugendlicher möglich macht.

LITERATUR

- Bennett, Tony (1995): *The Birth of the Museum: History, Politics, Theory*. London/New York: Routledge.
- Böhme, Jeanette/Herrmann, Ina (2011): *Schule als pädagogischer Machtraum. Typologie schulischer Raumentwürfe*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Deinet, Ulrich (2012): *Raumaneignung von Jugendlichen*. In: Schröteuber-von Brandt, Hildegard/Coelen, Thomas/Zeising, Andreas/Ziesche, Angela (Hg.): *Raum für Bildung. Ästhetik und Architektur von Lern- und Lebensorten*. Bielefeld: transcript, S. 43-51.
- Hanekop, Heidemarie/Wittke, Volker (2010): *Kollaboration der Prosumenten. Die vernachlässigte Dimension des Prosuming-Konzepts*. In: Blättel-Mink, Birgit/Hellmann, Kai-

- Uwe (Hg.): *Prosumer Revisited. Zur Aktualität einer Debatte*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 96-113.
- Haupt-Stummer, Christine (2013): Display – ein umstrittenes Feld. In: ARGE schnittpunkt (Hg.): *Handbuch Ausstellungstheorie und -praxis*. Wien u.a.: Böhlau, S. 93-100.
- Hengst, Heinz (2014): Am Anfang war die Biene Maja. Medienverbund und Japanisierung der kommerziellen Kultur. In: Weiss, Harald (Hg.): *100 Jahre Biene Maja. Vom Kinderbuch zum Kassenschlager*. Heidelberg: Universitätsverlag Winter, S. 143-165.
- ICOM – Internationaler Museumsrat: ICOM Schweiz, ICOM Deutschland, ICOM Österreich (Hg.) (2010): *Ethische Richtlinien für Museen von ICOM Zürich: ICOM Schweiz c/o Landesmuseum Zürich u.a.*
- Jörissen, Benjamin (2011): Medienbildung. Begriffsverständnisse und -reichweiten. In: Moser, Heinz/Grell, Petra/Niesyto, Horst (Hg.): *Medienbildung und Medienkompetenz. Beiträge zu Schlüsselbegriffen der Medienpädagogik*. München: kopaed, S. 211-235.
- Rat für kulturelle Bildung e.V. (2015): *Jugend/Kunst/Erfahrung: Horizont 2015*. Eine Repräsentativbefragung des Instituts für Demoskopie Allensbach (IfD) initiiert vom Rat für Kulturelle Bildung, ergänzt um repräsentative Ergebnisse aus einer parallelen IfD-Bevölkerungsumfrage. Essen. <http://www.rat-kulturelle-bildung.de/index.php?id=59>.
- Küstner, Katharina (2015): *Identitätsentwürfe comiczeichnender Jugendlicher*. München: kopaed.
- Löw, Martina (1999): Vom Raum zum Spacing. Räumliche Neuformationen und deren Konsequenzen für Bildungsprozesse. In: Liebau, Eckart/Miller-Kipp, Gisela/Wulf, Christoph (Hg.): *Metamorphosen des Raums. Erziehungswissenschaftliche Forschung zur Chronotopologie*. Weinheim: Deutscher Studien Verlag, S. 48-59.
- Löw, Martina (2001): *Raumsoziologie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Mörsch, Carmen (2009): Am Kreuzungspunkt von vier Diskursen. Die documenta 12 Vermittlung zwischen Affirmation, Reproduktion, Dekonstruktion und Transformation. In: Mörsch, Carmen/Forschungsteam der documenta 12 Vermittlung (Hg.): *Kunstvermittlung 2. Zwischen kritischer Praxis und Dienstleistung auf der documenta 12. Ergebnisse eines Forschungsprojekts*. Zürich/Berlin: diaphanes, S. 9-33.
- Mörsch, Carmen (2012): Sich selbst widersprechen. Kunstvermittlung als kritische Praxis innerhalb des educational turn in curating. In: Jaschke, Beatrice/Sternfeld, Nora (Hg.): *educational turn. Handlungsräume der Kunst- und Kulturvermittlung*. Wien: Turia + Kant, S. 55-77.
- Plegge, Henrike (2014): Studio – Raum für Kunst, Vermittlung, Bildung. In: Westphal, Kristin/Stadler-Altmann, Ulrike/Schittler, Susanne/Lohfeld, Wiebke (Hg.): *Räume Kultureller Bildung. Nationale und transnationale Perspektiven*. Weinheim/Basel: Beltz Juventa, S. 242-249.
- Silverman, Kaja (1997): Dem Blickregime begegnen. In: Kravagna, Christian (Hg.): *Privileg Blick. Kritik der visuellen Kultur*. Berlin: Edition ID-Archiv, S. 41-64.

Sontag, Susan (1980): Über Fotografie. Frankfurt am Main: Fischer.

Stöger, Gabriele (2009): Schneebälle und Funken. Museen, Keyworker und die Folgen. In: Kunz-Ott, Hannelore/Kudorfer, Susanne/Weber, Traudel (Hg.): Kulturelle Bildung im Museum. Aneignungsprozesse – Vermittlungsformen – Praxisbeispiele. Bielefeld: transcript, S. 75-83.

