

kann (vgl. Battro 1999). Genau dies ist ja die Kernthese der Malraux'schen Kunstphilosophie: dass das Objekt in der Rezeption wieder und wieder transformiert werden muss, um als kultureller Sinsträger überleben zu können. In seiner tatsächlichen Aktualisierung als Nouphor jedoch verschwimmt jede klare Richtung der Sinnstiftung in einem regelrechten ›Huhn/Ei‹-Szenario: Das Ding kann als Bedeutungsträger interpretiert werden, weil es sich als solcher zu erkennen gibt, und zugleich kann es nur als solcher erkannt werden, weil es in der Interpretation immer wieder aufs Neue anschlussfähig gemacht wird. In den Worten Battros findet daher zwischen uns und den Dingen (bzw. speziell den Kunstwerken) ständig eine »virtuelle Interaktion« statt (ebd.). Zugleich greife dieser Interaktionsprozess weit über den Augenblick der individuellen Konfrontation von Rezipient und Werk in unser kulturelles Bewusstsein aus: Das Kunstwerk begegnet niemals nur dem Betrachter mit seinem individuellen ästhetischen Empfinden, sondern es wird in seiner Wahrnehmung und Reflexion auch mit all den anderen Kunstobjekten konfrontiert, welche die Fixsterne seines Kunstverständnisses bilden und den Kontext, in dem er neu wahrgenommene Gegenstände deutet. Jedes Kunstwerk stellt einen Knotenpunkt dar im Netzwerk komplexer Diskurse über sich und andere Objekte, und somit auch einen Knotenpunkt für die Kommunikation zwischen Betrachtern. Oder einfacher gesagt: Über Kunstwerke interagieren laufend Betrachter miteinander, und über Betrachter Kunstwerke. Hieraus resultiert eine regelrechte Flut von Virtualitäten der Kunst, die es laufend neu zu bewältigen gilt und die womöglich den Umfang der Universalbibliothek noch bei weitem übertrifft. Der Bewahrungs- und Präsentationsauftrag des Museums bedeutet vor allem auch, immer wieder in die Tiefen explodierender Virtualitäten hinabzusteigen und die Vergangenheit ständig aufs Neue zu erobern (vgl. ebd.).

4.4 PFADE DURCH DAS WELTMUSEUM

Nun sind aber virtuelle Museen, wie zu Beginn des vorigen Kapitels dieser Arbeit deutlich gemacht wurde, weder abstrakte und utopische Konzepte von Kulturvermittlung, die sich den Anspruch der Universalität auf die Fahnen geschrieben hätten, noch treten sie üblicherweise als mediale Dispositive mit einer souveränen technischen Infrastruktur in Erscheinung, wie es klassischerweise das physische Museum tut. Noch 1998 nannte Suzanne Keene drei entscheidende Kanäle für digitale Multimedia-Angebote im Museumsbetrieb, und bei keinem davon spielte zu diesem Zeitpunkt die Veräußerung der eigenen Inhalte in eine wie auch immer geartete virtuelle Meta-Ausstellung eine Rolle: Keenes drei Vektoren der Museumsvirtualisierung sind die Homepage im World Wide Web, das Computerterminal im Museumsraum selbst, und die Museums-CD-ROM (vgl. Keene 1998: 52). Keene behandelt diese drei Op-

tionen noch weitgehend als gleichwertig und erkennt bei ihnen allen ein ausgewogenes Für und Wider. Eine Museums-Webseite, so befürchtet sie, erreiche zwar für einen überschaubaren finanziellen Aufwand ein relativ großes Publikum, erfordere aber auch laufend intensive Betreuung, weil sich die Standards und Ansprüche an Web-Angebote laufend ändern. Vor allem aber gebe das Museum mit der Öffnung zum Internet die Kontrolle über die Abbildungen seiner Ausstellungsobjekte und damit seine Deutungshoheit preis. Computerterminals in den Ausstellungsräumen selbst ermöglichten hingegen eine Individualisierung und inhaltliche Ausweitung der Besuchererfahrung unter kontrollierten Bedingungen, deren einzige Schattenseite hohe Anschaffungskosten seien. Ein solches Terminalsystem nämlich müsse für jedes Museum gesondert entwickelt werden, und weil jedes Terminal stets immer nur von einem Besucher genutzt werden kann, benötige man eine entsprechend hohe Anzahl, um Wartezeiten kurz zu halten. CD-ROMs hätten dagegen den großen Vorteil, monetarisierbar zu sein und Mobilität mit kuratorischer Kontrolle zu verbinden. Eine CD, für die Besucher tatsächlich Geld auszugeben bereit seien, müsse jedoch ausgesprochen gut produziert sein und eine Menge Inhalt anzubieten haben. Dies mache es unwahrscheinlich, dass eine solche CD-ROM ihre Produktionskosten wieder einspielt – und zwingt Museen zugleich dazu, Verbindlichkeiten mit Verlagen einzugehen, weil sie meist selbst meist nicht über die Voraussetzungen zur Produktion solcher Software verfügten (vgl. ebd.: 52ff.).

Das WWW sollte nicht einmal ein Jahrzehnt benötigen, um sich zum dominanten digitalen Kommunikationskanal für Museen zu entwickeln. Die typische Museums-CD-ROM sei, wie der Kurator Jay Levenson schon zeitgleich mit Keene feststellte, in ihrem Aufbau ohnehin nie strukturell verschieden gewesen vom gedruckten Ausstellungskatalog, und entbehre dabei dessen bibliophiler Anmut (vgl. Levenson 1998: 96f.). Darüber hinaus ist auch in Zeiten von DVDs und Bluray-Discs der Speicherplatz eines physischen Datenträgers stark beschränkt gegenüber der Datenmenge, die über das Internet schnell und einfach an die Zielgruppe gebracht werden kann – und während der Silberling im Museumsshop nur jene Menschen zu erreichen vermag, die ohnehin schon den Weg ins Museum gefunden haben, lassen sich über die Online-Präsenz auch jene ansprechen, die bis dato noch nicht zum Besucher geworden sind. Das Computerpult im Ausstellungsraum auf der anderen Seite hat zwar seit den 1990er Jahren einen soliden Platz in zahlreichen mehr oder minder ›modernen‹ Museumskonzepten erringen können, jedoch gerät jüngst auch diese Form musealen Computereinsatzes unter Beschuss, und zwar durch jene Geräte, die Besucher heutzutage ohnehin mit ins Museum bringen – Mobiltelefone und Tablet-Computer. Die letzte Fallstudie im siebten Kapitel dieser Arbeit wird noch genauer ausführen, wie solche Kompaktcomputer gerade im Begriff sind, den physischen Museumsraum mit virtuellen Wissensräumen zu verknüpfen.

Für den Augenblick sei festgestellt: Der derzeitige und wohl auch zukünftige Trend in der Museumsvirtualisierung läuft wie bei fast allen derzeit unsere soziale

Wirklichkeit ergreifenden Virtualisierungsvorgängen nicht auf eine Abschottung von Soft- und Hardwaresystemen hinaus, sondern auf deren Anbindung an das Internet. Und das heißt auch: Virtuelle Museumsangebote können nicht die Gesamtheit der technischen Architektur kontrollieren, innerhalb derer sie sich entfalten, sondern müssen den Anschluss an bestehende Standards und Formate suchen. Und weil, wie ja bereits ausgeführt wurde, die meisten existierenden virtuellen Museen ganz normale Gefüge von vernetzten HTML-Webseiten sind, sind diese damit unweigerlich all jenen Ordnungs- und Zugriffsmechanismen unterworfen, mit denen auch das restliche Netz erschließbar gemacht wird.

Das bedeutet zunächst einmal, dass kein virtuelles Museum die Bewegungen seiner telepräsenten Besucher in derselben Art antizipieren kann, wie dies einem physischen möglich ist. Selbst in den räumlich offensten Ausstellungskonzepten können sich die Kuratoren physischer Museen auf eines verlassen: Alle Besucher überschreiten die Peripherie zwischen Aktions- und Anschauungsraum an einer (oder einigen wenigen) ganz bestimmten Stelle. Die Eingänge erzeugen für alle Besucher gleichermaßen einen bewusst erlebbaren Moment des Überganges bzw. des Ankommens, der meist mit der konkreten und expliziten Entscheidung einhergeht, nun das Museum zu besuchen. In den allermeisten Fällen wird diese Entscheidung durch die ökonomische Handlung punktiert, welche der Erwerb der Eintrittskarte ist. Und auch nach der Ankunft sind bestimmte Eigenheiten des physikalischen Raumes durch keine Museumspädagogik zu negieren: Bei allem Bemühen um Offenheit und Non-linearität einer Ausstellung ist nichts daran zu ändern, dass bestimmte Teile der Ausstellung nun einmal weiter vom Eingang entfernt sein müssen als andere und damit im zeitlichen Verlauf der Rezeption an eine spätere Position verbannt sind. Das virtuelle Museum als multimediales Hypertextsystem kann zwar seine Zugriffsinterfaces so gestalten, dass seinen digitalen Exponaten eine ähnliche Ordnung auferlegt wird, aber es hat keine Kontrolle darüber, wie die nichtmenschlichen Mitspieler im System World Wide Web sich zu dieser Ordnung verhalten. Jede einzelne Seite eines in HTML angelegten virtuellen Museums lässt sich per URL individuell adressieren. Entsprechend kann sie von einem Webcrawler erfasst und von einer Suchmaschine als Treffer ausgegeben werden – ohne, dass die sie umgebende Webpräsenz eine signifikante Rolle spielen würde. Für die Auswirkung, die dies auf die Rezeptionssituation hat, gibt es im physischen Museum keine Entsprechung. Bildlich könnte man sich höchstens vorstellen, dass Menschen plötzlich durch Fenster und Luftschächte in das Museum einsteigen oder gar aus der dünnen Luft wie von Zauberhand im Ausstellungsraum erscheinen – und sich dabei mangels eines bewussten Augenblickes der Ankunft nicht einmal bewusst sind, nun Museumsbesucher zu sein. Was immer die Kuratoren virtueller Museen in ihre Ausstellungen aufnehmen wird automatisch auch Teil einer virtuellen Meta->Sammlung< digitaler Daten, deren »Kuratoren« keine individuellen Personen mehr sind, sondern Dispositivgefüge von Menschenmassen,

Elektronik und Software, die kulturelle Bedeutsamkeiten auf mathematische Koeffizienten herunterbrechen und sie nach deren Maßstab in die Kulturwelt zurückspeisen.

Insofern ist das ›Wesen‹ des virtuellen Museums ein prekäres. Es bildet gewissermaßen immer eine Schnittmenge aus imaginärem Museum und Bibliothek von Babel ab, in welcher das Spiel der informierten Assoziation von Kulturgegenständen in Reproduktion sich mit der statistischen Mechanik großer Datenmengen und der generativen Eigendynamik des Computercodes überlagert. Das Netz – oder genauer die vielen, oft miteinander konkurrierenden Ordnungsmechanismen, mit denen wir es erschließbar zu machen versuchen – kann kulturelle Inhalte überhaupt nur als etwas ›verwalten‹, was sie im Eigentlichen nicht sind: nämlich als rein formallogisch prozessierbare Bitsequenzen, die mit bestimmten nur in der Semantik des Computers überhaupt verständlichen Eigenschaften versehen sind. Zwischen diesen rein numerischen Werten und den kulturellen Zusammenhängen zu vermitteln, die sie abbilden sollen, erfordert nicht nur ganz eigene Formen der Autorschaft, sondern womöglich gar eine ganz neue Grammatik der Darbietung.

