

erschienen in: Stadt Neuss (Hg.): Wege in die Zukunft. Zwischen Besucherorientierung und Sammlungspflege. Dokumentation des Museums-Symposiums im Clemens-Sels-Museum der Stadt Neuss am 12. Mai 1998, Neuss 1998, S.21-26

Michael Parmentier

## In entgegengesetzter Richtung. Sieben Thesen zur Pädagogik in Kunstmuseen

Die Wissenschaft kann die Praxis nicht "anleiten". Sie ist bestenfalls eine kritische Instanz. Sie produziert skeptisches Wissen, erinnert an vergessene Zusammenhänge, bricht Vorurteile auf und erlaubt sich in praktischen Fragen, auch wenn sie nicht darum gebeten wurde, gelegentlich Vorschläge zu machen. So will ich es auch hier halten: ein paar Erinnerungen an die Entstehungsgründe der Museumspädagogik, ein paar, wie ich hoffe, klärende Hinweise auf das gegenwärtige Dilemma der Museumspädagogen und zum Schluß ein paar Vorschläge, die sich auf die Zukunft beziehen. Das Ganze hat die Form von 7 Thesen und ist relativ knapp gehalten.

1. Kunstwerke haben einen doppelten Vorteil. Sie geben als "bewußtlose Geschichtsschreibung" (ADORNO) Aufschluß über den vergangenen und gegenwärtigen Zustand einer Kultur und sie lösen als autonome Gebilde ästhetische Wirkungen aus. Man kann darüber streiten, welchem der beiden Vorteile der höhere Rang gebührt: dem dokumentarischen oder dem wirkungsästhetischen. In der großen und exemplarischen Auseinandersetzung um die

Begründung des Alten Museums in Berlin hat sich Alois HIRT, der für die Hängung zuständige Professor der Archäologie, für den ersteren, den dokumentarischen Wert der Kunst entschieden. Er wollte das Alte Museum vor allem als einen Ort des Lernens und des Studiums verstanden wissen. In der Inschrift über dem Portal kann man seine Auffassung heute noch nachlesen. Im Unterschied dazu plädierten der Architekt des Museums Karl Friedrich SCHINKEL und Wilhelm von HUMBOLDT, der letzte Leiter der königlichen Planungskommission, für die Priorität der ästhetischen Wirkung. Sie wollten mit Hilfe der Kunst beim Betrachter jenen "ästhetischen Zustand" hervorrufen, in dem nach Friedrich SCHILLER, einem Freund HUMBOLDTS, dem Menschen die "Freiheit zu sein, was er sein soll, vollkommen zurückgegeben ist" (ÄE 86). In diesem Sinne – und nur in diesem Sinne – lautete die Maxime von SCHINKEL und HUMBOLDT: "Erst erfreuen, dann belehren". Doch wie dem auch sei. Ob man dazu neigt, Alois HIRT zuzustimmen oder seinen berühmten Antipoden, das Kunstmuseum heute hat keine Wahl. Es muß auf beide Rezeptionsvarianten eingestellt sein. Oder anders gesagt: Dem Kunstmuseum obliegt es, seine Bestände so zu präsentieren, daß sie der historischen wie der ästhetischen Selbstbildung der Bürger und Bürgerinnen zu gute kommen.

2. Solange das Publikum auf einen kleinen homogenen Kreis von historisch informierten und ästhetisch empfindungsfähigen Kennern beschränkt war, konnten die Kunstmuseen ihre doppelte Bildungsaufgabe ohne zusätzlichen personalen Aufwand allein durch die Auswahl der Exponate und die Art ihrer Hängung vergleichsweise problemlos erfüllen. Das Honoratiorenpublikum war ohne Anleitung in der Lage die nach Epochen und Malerschulen geordneten Werke

sowohl historisch zu lesen als auch ästhetisch zu genießen. Der Grund dafür ist einfach: die Besucher und die Museumsmacher verfügten damals, im 19. Jahrhundert, als Angehörige des Bildungsbürgertums über das gleiche kulturelle Kapital.

3. Inzwischen ist diese Selbstverständlichkeit dahin. Mit der fortschreitenden Öffnung und Demokratisierung der Kunstmuseen zerfiel die Gemeinsamkeit im kulturellen Repertoire der Besucher und der Museumsleute. An ihre Stelle trat in den Museen die vielfach beobachtete "Asymmetrie" zwischen gelehrtem Wissen und Naivität, zwischen Kennerblick und Laienperspektive, zwischen Kompetenz und bloßer Meinung. Diese Asymmetrie, die der Normalbesucher durchaus spürt, die ihn einschüchtert und in die er sich, wie die Untersuchungen von TREINEN zeigen, eher resignierend als akzeptierend fügt, diese Asymmetrie also ist nun der Grund für die Entstehung einer neuen zusätzlichen Gruppe von musealen Vermittlern, den sogenannten Museumspädagogen. Sie sollen zwischen dem unhintergehbaren Anspruch der Kunst und den schwankenden Interessen und unterschiedlichen Bildungsvoraussetzungen der neuen Besucherschichten einen passablen Ausgleich finden. Historisch beginnt dieser Vorgang um die Jahrhundertwende mit den öffentlichen Kunstführungen Alfred LICHTWARKS.

4. Die weitere Ausdifferenzierung der Museumspädagogik – vor allem seit Ende der 60er Jahre – führte dann in vielen Fällen jedoch zu einer fragwürdigen Arbeitsteilung zwischen dieser und der jeweiligen Fachwissenschaft. Die Fachwissenschaftler des Museums fühlten sich von nun an allzu schnell durch die Arbeit der neuen Kollegen von jeder Vermittlungsanstrengung entlastet. Sie zogen sich auf

ihre Herkunftsdisziplin, meist die Kunstwissenschaft, zurück und beanspruchten die Kontrolle über die Sammlungspflege und das Ausstellungsarrangement. Die Museumspädagogen wiederum akzeptierten diese Rollendefinition. Sie übernahmen nicht selten mehr oder weniger blind die gesetzten Vorgaben und kümmerten sich nur noch darum, die Interpretationsbestände ihrer fachwissenschaftlichen Kollegen zu popularisieren. In Extremfällen begnügten sie sich sogar mit der Funktion des billigen Jakobs, der unter Aufbietung von allerlei Animationsschnickschnack für die Erhöhung der Einschaltquoten, bzw. die Verbesserung der Besucherstatistik sorgt. Das Ergebnis dieser Entwicklung ist bekannt. Die Logik der Eindimensionalität führte von der Hierarchisierung der Funktionsrollen innerhalb des Museums schließlich zur Entmündigung des Publikums. Aus den Bürgern und Bürgerinnen, die vor ca. 200 Jahren einmal das moderne Museum als eine Stätte der Selbstbildung begründet hatten, wurden Kunden eines kulturellen Dienstleistungsbetriebes, Abnehmer, die auf die Gestaltung des Museums keinerlei Einfluß mehr haben.

5. Um diesen Trend zu brechen, müssen die Museumspädagogen ihre Aufmerksamkeitsrichtung umdrehen. Statt als verlängerter Arm eines Dienstleistungsbetriebes, als mehr oder weniger geschickter Verkäufer der Ware Museum dem Publikum gegenüberzutreten, sollten sie sich vielmehr umgekehrt gegenüber dem Museum zum Advokaten des Publikums machen. Ihre Aufgabe besteht nicht nur darin, die Lehrmeinungen der Experten weiterzureichen, sondern ebenso darin, die Meinungen und Erwartungen des Publikums in der Sammlungspolitik und Präsentationsweise des Museums zur Geltung zu bringen. Oder um es etwas deutlicher zu sagen: die

Museumspädagogen sollten im Namen der Besucher zu Kritikern ihrer eigenen Institution und ihres fachwissenschaftlichen Establishment werden. Erst so, als Instanz einer museumsinternen Selbstkritik, werden sie in Zukunft ihre Existenzberechtigung beweisen und ihren Namen verdienen können. Die Leitung eines Museums kann im Interesse der musealen Bildungsaufgabe nichts besseres tun als diese Art der museumspädagogischen "Nestbeschmutzung" zu ermuntern und zu fördern. Die institutionelle Selbstkritik der Museumspädagogen könnte sich als die effektivste Form der "Besucherorientierung" erweisen.

6. Die Kritik der Museumspädagogen sollte vor nichts, was das Museum betrifft, halt machen. Im Prinzip darf keine der zur Zeit gültigen institutionellen Grenzziehungen vor einer Revision sicher sein: Weder die zwischen den Schauräumen und dem Archiv, noch die zwischen Dauer- und Wechselausstellung, noch die zwischen den stadt- und den kunstgeschichtlichen Beständen oder die zwischen historischen und zeitgenössischen Themen und Innen- und Außenwelt. Selbst das Verhältnis von Bild und Text, bzw. Beschriftung, wie es sich in den meisten Kunstmuseen als Normalform eingeschliffen hat, scheint mir korrekturfähig. Was spricht dagegen einmal auf all die schriftlichen Daten, Informationen und Kommentare, die sich im Innern der Museen wie Krebsgeschwüre breitgemacht haben, zu verzichten und wenigstens probeweise - aber radikal - nur die Bilder sprechen zu lassen? Ein gutes Museum entsteht, wie die Kunstwerke, die es zeigt, experimentell. Im Idealfall ist es ein Labor, in dem im ständigen Gespräch zwischen Museumsmachern und Besuchern, vielleicht unter der Moderation der Pädagogen, den Kunstwerken durch den Wechsel von Auswahl und Arrangement immer neue

Bedeutungsdimensionen abgewonnen und ästhetische Wirkungen entlockt werden.

7. Man muß nicht alles auf einmal ändern. Im Interesse einer kontrollierten Vorgehensweise empfiehlt es sich sogar, die Versuchsanordnung jeweils auf einzelne, ausgewählte Parameter der Institution zu beschränken. Doch welche Methode auch immer gewählt wird, Voraussetzung auf seiten der Versuchsleiter, also der Museumsleute sind Inspiration und Sachkompetenz. Zur Einrichtung eines musealen Experimentierfeldes muß man beides haben: ein feines Gespür und ausreichende Kenntnisse. Der gute Wille reicht nicht aus. Wenn man die für den Umgang mit der Kunst unabdingbare Empfindungsfähigkeit einmal voraussetzt, dann bedeutet das für die Museumspädagogen in einem Kunstmuseum zur Zeit vor allem zweierlei: sie müssen auf dem Stand des kunstwissenschaftlichen und bildungsästhetischen Diskurses der Gegenwart sein und sie müssen, wenn sie schon nicht selber empirische Besucherforschung treiben, zumindest deren Resultate kritisch beurteilen können. Beide Kompetenzen lassen sich mit einem Magisterstudium in zwei Hauptfächern, Kunstwissenschaft und Pädagogik etwa, relativ problemlos erwerben. An der Humboldt-Universität in Berlin wird diese Fächerkombination mit dem Schwerpunkt Museumspädagogik inzwischen schon häufiger gewählt. Vielleicht ist das ein hoffnungsvolles Zeichen für die Wiedergeburt des Museums als Bildungsstätte nach dem theorielosen Hick-Hack über Standort- und Finanzierungsfragen, über Umwegrentabilität und Corporate Identity, die in der Vergangenheit die Diskussion über die kulturelle Bedeutung des Museum blockiert haben.