

Volker Kirchberg

Statement

Was ist für Dich der Nutzen dieses Projektes?

- a) Die Interdisziplinarität dieses Projekt wird nützlich sein, da (soziologische und psychologische) unabhängige Variablen zueinander und auf die abhängigen Variablen hin gemessen werden. Dieses empirische Verlassen disziplinärer Grenzen wird in der Museums- bzw. Ausstellungsforschung so gut wie nie vorgenommen.
- b) Die Interdisziplinarität wird auch bei der unterschiedlichen Definition abhängiger Variablen (AV) beachtet. Hier gibt es im Projekt z.Zt.
 - die von Wolfgang Tschacher eingeführten psychologischen AV Körperverhalten und Einstellung,
 - die von Karen van Berg eingeführten kunstwissenschaftlichen AV insbesondere zur Autorenfixierung bei der Kunstbetrachtung und zu weiteren Betrachtungslogiken durch den Experten als Besucher, und
 - die von mir eingeführten museumssoziologischen und lerntheoretischen AV des Ausstellungsbesuches. Mich interessiert v.a. die Fallgruppe des (nicht ausstellungsbezogen- professionellen) Besuchers (also im ethnomethodologischen Sinne des Besuchers als Experten und nicht des Experten als Besucher). AVs sind Erlebniszustände (d.h. mehrdimensionale Rezeptionsmerkmale) und Lernprozesse (d.h. konstruktivistisch oder realistisch bestimmte kognitive Merkmale) während und nach dem Ausstellungsbesuch.
- c) Der Nutzen des Projektes ist die Überprüfung der Korrespondenz dieser psychologischen, kunstwissenschaftlichen und museumssoziologischen AV (unabhängig von, aber nicht ungeachtet der Bewertung des Besuchers als Experten und/oder des Experten als kuratorisch wichtigsten Besucher).
- d) Zudem sind die unabhängigen Variablen (UV), die im Triangulations-Verfahren dieser Untersuchung zur Überprüfung kommen, ebenfalls vom interdisziplinären Erkenntnisnutzen geprägt. In meinem Fall wäre dies vor allem die Unterscheidung von UV in
 - makrosoziale (sozio-ökonomischen, milieu-und schichtspezifischen),
 - kognitive (Vorwissen, kulturelles Kapital, Dekodierungskompetenzen) und
 - mikrosoziale (individuelle soziale Rahmung des spezifischen Besuches, z.B. in Gruppen oder allein) Variablen. Weitere UV (siehe Statements von W.T. und K.v.B.) sind damit kompatibel.
- e) Die Erhebung von Expertenurteilen ist eine eigene Untersuchung, die mit dem jetzigen Erhebungsinstrumentarium (und Ressourcen) nicht möglich ist.

Inwiefern bringt es die Museumssoziologie weiter?

Die empirisch orientierte Museumssoziologie bringt es weiter, da m. E. bisherige Experimente zum Thema „Psychogeographie“ (und zur ästhetischen Wahrnehmung) nur im Labor und nicht als Feldexperimente mit einer entsprechenden (zeit- und raumspezifischen) soziologischen Rahmung in Ausstellungen stattgefunden haben. Da haben wir einen Alleinstellungsanspruch, den wir darstellen müssen.

Die Museumssoziologie der letzten Jahre (empirisch ausgerichtet v.a. im anglo-amerikanischen Raum) spricht zwar von der Bedeutung „object experience“, „cognitive experience“, „social experience“, und „introspective experience“ (Doering 1999: 83, Pekarik et al. 1999: 155f), Wert wird aber v.a. auf die „cognitive experience“ und die „social experience“ gelegt. Die erste Erfahrung ist eng mit der Erfassung von Vorwissen und Erwartungen an den Ausstellungsbesuch verknüpft, die zweite mit der Erfassung sozialer Situationen (während, vor und nach dem Besuch). (Ästhetische) Gegenstandserfahrungen und introspektive (emotionale) Erfahrungen sind zwar schon von Museumssoziologen zum Thema empirischer Studien gemacht worden, können aber m.E. durch den Input psychologischer Erkenntnisse weitaus differenzierter analysiert werden. Hier erwarte ich eine gegenseitige Befruchtung psychologischer und soziologischer Theorien und Ansätze. Zudem kann diese Studie für die (angewandte) Museumslandschaft exemplarisch zeigen, dass Besucherstudien weitaus mehr sein können (und sollten) als eine (allein marketingrelevante) Abfrage typischer sozio-ökonomischer und medienrelevanter Informationen.

Inwiefern wäre diese Methode (nicht nur das Messen emotionaler Aktivität sondern auch der Einfluss von Erwartungs- und Vorwissensparametern!) auch für andere Museen übertragbar?

Sicherlich ist dies zunächst eine Studie, die allein für Kunstmuseen – oder, noch exakter, für Ausstellungen zur zeitgenössischen Kunst – Gültigkeit haben sollte (unter kritischer Beleuchtung der Parameter für Repräsentativität, Objektivität, Reliabilität und Validität). In einem späteren Schritt hätte ich Interesse an einer Erweiterung der Studie auf andere Museumstypen. Museen sind nicht nur Kunstmuseen, auch wenn dies von Kunstmuseen meistens nicht akzeptiert wird. Ausstellungen in Geschichts-, Naturkunde- und Technikmuseen („traditioneller“ oder „postmoderner“ Art) wären sicherlich sinnvolle Ergänzungen, um das hier erfasste Wissen erweitern zu können.

Gibt es bestimmte kultursoziologische Ansätze/Theorien, die hier besonders wichtig sind?

- Zum einen beziehe ich mich auf spezifisch ausstellungsrelevante soziologische Rezeptionstheorien (insbesondere Panofskys ikonografische und –logische Interpretationen und Bourdieus „symbolische Formen“).
- Zum anderen beziehe ich mich aber auf kultursoziologische (Konsum-) Theorien, die das zentrale deduktive Hintergrundmaterial für diese Studie und die Hypothesen bilden: wieder Bourdieu (seine Lebensstile in den „feinen Unterschieden“), dann Fiske und Press (Cultural Studies), die deutsche empirisch orientierte Kultursoziologie (Erlebnisgesellschaft bei Schulze, Konsum- und Kultursoziologie bei Schrage & Hellmann), aber insbesondere amerikanische Studien zur Publikumsforschung im Kulturbereich (Peterson, Becker, Gans, DiMaggio, Griswold, Alexander).

Was sind die wichtigsten Aussagen, die Du Dir von diesem Projekt erhoffst?

Antworten auf die folgenden Fragen:

- Was sind die wichtigsten Erlebnisse (kognitiv, emotional, gegenstandbezogen, sozial) in der Ausstellung?
- Wie differieren Einstellungen (d.h. Motive des Ausstellungsbesuches) und (Er-) Kenntnisse (der Ausstellungsinhalte) vor dem Ausstellungsbesuch zu Einstellungen und (Er-) Kenntnissen nach dem Ausstellungsbesuch? Welche UV bewirken/ beeinflussen/ korrespondieren mit welcher AV, d.h. Ausstellungserlebnissen (sofort nach dem Ausstellungsbesuch und drei Wochen später)?
- Spezifisch: Gibt es Lerneffekte (Wissens-, Einstellungs- und Verhaltenseffekte), die durch den Besuch der Ausstellung veranlasst werden? Dies ist eine der wichtigsten Fragestellungen der Museumssoziologie der letzten Jahre, die man aber kritisch betrachten kann (wg. spezifischer Festlegung des Museums als Lernort).

Was ist dran an der Einschätzung, dass das Werk „für sich“ wirkt?

Wenig, siehe Erkenntnisse der „Cultural Studies“.

Wie kontextabhängig sind Betrachtungssituationen? Welche Werke sind hier vielleicht anfälliger als andere?

Sehr kontextabhängig. Falk & Dierking (1992, 2000) haben folgende Kontexte unterschieden, die man bei der Analyse von Ausstellungserfahrungen unbedingt berücksichtigen muss:

- Personal Context,
- Physical Context,
- Social Context,
- Time Context.

Jeder dieser Kontexte beeinflusst die Betrachtung von Werken in einer Weise, die Betrachtungen und Deutungen beim Besucher auslösen können, die diametral zu den Wünschen der Künstler und Kuratoren stehen könnten (cf. Hall).

Vorläufige Forschungshypothesen?

Die Studie erlaubt die Überprüfung von vielen unterschiedlichen Forschungshypothesen.

Am wichtigsten wären m.E. die Überprüfung

- der Bedeutung des konstruktivistischen versus des realistischen Ansatzes zur Erklärung von Lernprozessen in Ausstellungen (Änderungen der Ausstellung sollten nach dem konstruktivistischen Konzept keine Änderungen der Wissensvorräte mit sich bringen),
- der Bedeutung von Ausstellungserfahrungen im Vergleich als Lern-, Unterhaltungs-, sozial-kontextuelle (vor Ort) oder sozial-strukturelle (Statusindikator etc.) Situation,
- der Bedeutung von strukturellen (z.B. sozio-ökonomischen) vs. kulturalistischen (z.B. milieuspezifisch-selbstgewählten) Kontexten für die Erfahrung der Ausstellung,
- die Bedeutung (im Vergleich) von psychologischen (emotionalen), sozial-strukturellen, sozial-kontextuellen und kognitiven Merkmalen als AV und UV.

Evtl. Versuchsanordnungen, um Forschungshypothesen zu prüfen?

Umfangreiche (unabhängig von aber korrespondierend zu der psychologischen Testreihe) Eingangsbefragungen (standardisierte Fragebögen, v.a. zu den o.g. Erfahrungsdimensionen, also nicht zu kurz), gefolgt von notwendig entsprechend umfangreichen Ausgangsbefragung (Wiederholung der Fragen der Eingangsbefragung, um Veränderungen feststellen zu können) und einer telefonischen Nachbefragung drei Wochen später (um „Langzeit“-Effekte bei Veränderungen messen zu können).

Nutzung von komplexen Erlebnis-Skalen (evtl. semantische Differentiale) und Lebensstil-Indikatoren (ebenfalls mittels Fragenbatterien). Auswertung über multidimensionale Verfahren, insbesondere Korrespondenzanalysen.