

## NACHTS IM MUSEUM. PETER WEIBEL BELEUCHTET DAS WEB 2.0

Eine kurze Lektüre von Weibel, Peter (2007): *Das Museum im Zeitalter von Web 2.0*. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 49 (2007) 3. Dezember 2007, S. 3-6<sup>1</sup>

von Ben Kaden

Jüngst informierte uns Jens Renner per Zitat darüber, was Peter Weibel, Vorstand des ZKM Karlsruhe und Professor für angewandte Kunst in Wien, für die Zukunft der Bibliotheken prognostiziert: die Totalvirtualisierung.<sup>2</sup>

Von dieser nicht ganz neuen und – jedenfalls meiner Meinung nach – nicht ganz sattelfesten Utopisierung des Bibliothekswesens angestachelt, freut man sich, in der aktuellen Ausgabe der Zeitschrift *Aus Politik und Zeitgeschichte*, einen essayistischen Versuch Peter Weibels zum „Museum im Zeitalter des Web 2.0“ vorzufinden, durchzulesen und natürlich etwas aufzupflügen. Und irgendwie erscheint unter der Krume der sieben Spalten etwas ganz ähnliches: der Aufruf nach einer Rundumvirtualisierung des Museums, des Kunsterlebens im Museum und der Diskurse über Kunst.

### Äon 2.0

Wer meine Betrachtungen zu den Aussagen von Jens Renner<sup>3</sup> gelesen hat, weiß um meine Vorliebe, im gegebenen Wortlaut nach möglichen Anschlusspunkten und dem nicht Gesagten aber womöglich Implizierten zu graben. Stürzt man sich mit genau diesem Verfahren auf den Text des Medienkünstlers und -professors, der sich in ähnlicher Knappheit präsentiert, wie es die Ausführungen des stellvertretenden BIB-Vorsitzenden tun, bleibt man hier wie dort schon bei der Überschrift hängen. Weibel wählt eine im Vergleich zu „Wer früher lehrt, ist später tot“ angenehm sachlichere Variante und lässt die Tendenz der Existenzbedrohung erst einmal außen vor:

---

<sup>1</sup> Auch Online verfügbar: [http://www.bpb.de/publikationen/FA5G6J,0,Museen\\_und\\_Gesellschaft.html](http://www.bpb.de/publikationen/FA5G6J,0,Museen_und_Gesellschaft.html)

<sup>2</sup> vgl. <http://kontext.edublogs.org/2007/11/16/die-totmacher/>

<sup>3</sup> ebd.

„Das Museum im Zeitalter von Web 2.0“ definiert zunächst den Gegenstand (Museum) und die Betrachtungsperspektive, die hier das Zeitliche ist. Dies wird – im Gegensatz zum Text Renners – nicht mit dem Segnen verknüpft, sondern mit dem Web 2.0.

Die Überschrift segnet also schon einmal den Zeitgeist, in dem sie den O'Reilly'schen Neologismus zum Epochen charakterisierenden Merkmal erhebt. Waren die 1920er einfach nur golden, die 1950er wirtschaftswundern und die 1980er ff. postmodern, leben wir nun in der fortgeschrittenen zweiten Hälfte des ersten Jahrzehnts des 21. Jahrhunderts in einer Phase, die sich über die Kommunikationswelten des Web 2.0 definiert. Meinen jedenfalls der Web 2.0-Stammtisch und allerlei Medienvertreter, die im Mitmachmedium einen neuen Neuen Markt vermuten und dazu auch noch die Demokratisierung der Kommunikation. Und meint anscheinend auch Peter Weibel.

### **Spektakelage?**

Beides, Markt und allgemeine Äußerungsmöglichkeit, durchziehen seine Überlegungen über weite Strecken. Dies jedoch etwas spezifischer: der Markt ist der Kunstmarkt und die Äußerungen sind künstlerisch. An beidem, so die These des Autors, partizipieren Museen heute – also im Web 2.0-Zeitalter – beinahe gar nicht. Und das aus gutem Grund.

Museen „sind auf dem Markt nicht wettbewerbsfähig, weil sie nicht wie private Sammler kaufen können“. (S.3) Das macht es für sie etwas schwierig, zeitgemäß ihre Funktion als – wie Weibel es nennt – „Supportsystem“ zu agieren, welches zwei klassische Aufgaben und eine eher neue Funktion übernimmt, die sich bei näherer Betrachtung aber auch schon immer als dem Museum eingeschrieben erweist: Sammeln, Ausstellen, Produzieren – und zwar Kunst.

Das Sammeln, bzw. die Archivfunktion, die mit einem nur halbwegs kontextualisierten Derrida-Zitat, das aber eine schöne Bestätigung einer an sich einsichtigen These darstellt, illustriert werden, bezeichnet die Rolle des Museums als Ort eines kulturellen Gedächtnisses und hier wird die Parallele zur Bibliothek besonders deutlich. Auch die Institution Bibliothek – allerdings selbstverständlich nur besondere Bibliotheken, nämlich die mit Sammelauftrag – sammeln und bewahren in Textdokumenten fixierte Wissensrepräsentationen, die irgendwann wieder gelesen und im Idealfall auch entschlüsselt werden können, wenn auch mit den

Reibungsverlusten die zwischen Schrift und Stimme entstehen, also dem was Derrida *différance* nennt, um den französischen Philosophen noch einmal etwas konsequenter ins Spiel zu bringen. Den Codes der Kunst mangelt es im Normalfall weitaus mehr an Eindeutigkeit als den Codes der Schrifttexte – Ausnahmen finden sich selbstverständlich zuhauf – und entsprechend interessanter erscheint der Prozess des Versuchens einer Entschlüsselung, wie ihn der Besucher vornimmt, sofern er nicht einfach die ästhetische Sensation (im Sinne einer direkten Sinnesreizung) im Sinn hat.

Allerdings sieht Weibel, der zunächst die Rolle der Museen als fadenspinnde Ariadnen in offensichtlich labyrinthischen Kunstgeschichte – wobei die Frage nach dem Minotaurus offen bleibt – und als ausflaggender Lotse in der Unübersichtlichkeit der zeitgenössischen Kunstproduktion betont, die vermeintlich offensichtliche Schicksalschance der Bibliotheken in der Sensation (im Sinne des Spektakels). Die Schwarmintelligenz, die den massenmediengelenkten Menschen zu Hundertschaften in die „schönsten Franzosen aus New York“ oder die Auslagerungsausstellung des ebenso New Yorker Museums of Modern Art in die Berliner Neue Nationalgalerie drängt, das von einem musealen Ausstellungszentrum zum für die kunstschwärmerischen Besucher Treibnetz und – rein räumlich gesehen – zur Sardinienbüchse in einem avanciert.

So konterkariert der zweite Absatz, in dem es um „Markt und Medien“ geht, die allgemeine Einführung zur Bibliothek des ersten Teiles. Denn wie eine unter der Knute der „Ökonomie der Aufmerksamkeit“ bzw. des „Interesses an Profit“ Museumslandschaft den „Generationenvertrag“ wahrnehmen soll, dessen Inhalt die Leistung der „Übersetzungen von Generationen zu Generationen, von Kulturen zu Kulturen“ ist, lässt Weibel offen. Dabei ist dies der maßgebliche Punkt: Wie entscheidet sich, was in einem von „Markt und Medien verzerr[t]en...Feld der Kunst“ den Eingang in die Sammlungsarchive und damit in das kulturelle Gedächtnis gelangt und was außen vor und damit zum Vergessen freigegeben bleibt:

„Nur wenn die Museen die Sensationen liefern, welche die Medien brauchen, bekommen sie von diesen Aufmerksamkeit, weil die Medien damit Geld verdienen.“ (S.4)

Aber eigentlich ist es doch anders, denn es bleibt eine wichtige Lücke, die vielleicht nicht der Teufel lässt – um einmal wenigstens rhetorisch Alexander Kluge einzustreuen – oder vielleicht gerade dieser, je nachdem wie man zu Markt und Medien steht. Und diese findet bei

Weibel eine sehr schöne, leider nicht vollkommen weltfremde Trendbeschreibung:

„So, wie die Wirtschaft der Wissenschaft nicht zur Gänze vorschreiben kann, was sie zu tun und zu forschen hat, weil die Wissenschaft vom Staat auch viel mehr geschützt und unterstützt wird als die Kunst, können auch Markt und Medien der Kunst nicht zur Gänze vorschreiben, was sie zu tun und wie sie sich zu entwickeln hat. Es gibt und gab Kunst jenseits von Markt und Medien.“ (S.4)

*Und die, die sie machten, hungern und hungerten sich in ihren Dachkammern vor Idealismus ins Delir* – könnte man die holprige Passage ergänzen. Eigentlich sollte nämlich die Wirtschaft der staatliche finanzierten Wissenschaft überhaupt nicht vorschreiben, was und wie sie erforscht, genau wie der Staat – Art. 5 Abs. 3 Satz 1 GG – dies nicht tun soll, aber um den Fetisch „Drittmittel“ kultiviert man selbstverständlich Abhängigkeiten, die der Wissenschaftsfreiheit über die unsichtbare Hand am Hahn ihrer Lebensgrundlage einiges an freier Gestaltungsoption nimmt. Ein leerer Bauch forscht nicht nach neuen Sonnen bzw. geht dies auch nicht ohne Teleskop und Satellit. Und wer das Labor bezahlt, mag im Normalszenario auch gern einen konkreten Nutzen für sich aus den Erlenneyerkolben aufsteigen sehen. Folglich verengt der Staat im Public-Private-Partnerschafteln und mit Rentabilitätsansprüchen die Lücke tatsächlich – könnte man die Meldungen der Zeit deuten, aber all das steht auf einem anderen Blatt und nicht hier im Ausgangstext.

Hier geht es um Kunst und Museen, die immerhin in ihren Sammlungen für bestimmte Kulturwissenschaften nicht unerheblich sind. Allerdings sind Museen nicht auf die Sammlung von Kunstwerken begrenzt, sondern bewahren und stellen alles Mögliche von der Feuerwehrspritze bis zum Düsenjet auf und manchmal fällt es schwer, die exakte Grenze zwischen einem Museum und einem Dokumentationszentrum zu benennen. Da Weibel darauf nicht weiter eingeht, soll eine derartige Bemühung – zu der man Suzanne Briets Frage nach dem, was ein Dokument ist, heranziehen müsste – um die Trennlinie nicht weiter erfolgen. Wir bleiben bei der Kunst.

Inwieweit sich das Abstraktum „Staat“ aus der Kunstförderung zieht, vermag ich nicht zu beurteilen. Für den Markt lässt sich jedoch beobachten, dass interessanterweise aus dem „Long Tail-Prinzip“ des Web 2.0 Marktmöglichkeiten gerade auch für Kunstformen, die massenmedial schwer popularisierbar sind. Wer’s nicht glaubt, kann gern einmal nach den DVD-Kollektionen zugemalter Züge „internet“ suchen (Stichwörter: Hardknocks Berlin

Graffiti, "Pure Hate" DVD...) Hier werden an sich unverkäufliche Bearbeitungen der Umwelt (Graffiti) von unten marktgerecht bis ins Mainstream-Kino (Whole Train<sup>4</sup>) und die Kunstzeitung und im Fall von Banksy bis ins Feuilleton<sup>5</sup> hinein erschlossen. Allerdings ist es fraglich, ob die Sensation eines in Silber umlackierten U-Bahnwaggon (vgl. hier<sup>6</sup>) wirklich massenmedial als Kunst wahrgenommen wird. Die Lektüre Presseerzeugnissen à la Berliner Kurier lässt da eher etwas anderes vermuten. Andererseits: Die Zeiten, in denen sich der *Street Artist* Banksy selbst ins Museum hängen musste<sup>7</sup>, sind vorbei.

### **Die Lücke, die der Markplatz lässt**

Die Zeiten, in denen sich Museen Werke von Banksy für ihre Sammlungen erwerben konnten eventuell allerdings auch bald schon wieder<sup>8</sup>. Denn für Weibel folgt etwas überraschend aus den vorhergehenden Beschreibungen die Schlussfolgerung, dass sich Museen überwiegend um „jene Kunst kümmern, um die sich Markt und Medien nicht kümmern“. Dies würde folglich entweder bedeuten, dass unter Beachtung des Archivierungsaspektes die populäre Kunst aus dem kulturellen Gedächtnis ausscheidet, oder, was wahrscheinlicher ist, eine Zweiteilung erfolgt: Populäre, marktgerechte Kunst wird vom Markt, d.h. den privaten Sammlern und Privatmuseen bewahrt, unpopuläre, schwer vermittelbare von den Museen. Darin also liegt die museale Besonderheit:

„Das Museum heute, wenn es seine, Aufgaben, seine Mission [Sammlung, Ausstellung, Produktion] erfüllen will, kann natürlich nicht das gleiche wie der Markt und die Medien tun, sonst hätte es ja keine *Raison d'Être*, sonst gäbe es keinen Grund für seine Existenz.“ (S. 4)

Hoffentlich sehen das die Haushalt führenden Unterhaltsträger genauso. Die generelle Präsentation von Erzeugnissen der menschlichen Kunst- und Geistesgeschichte für die Allgemeinheit scheint als Urgrund für die Häuser nicht mehr zureichend, es muss – nach dieser Lesart, das in den Mittelpunkt, was sonst verschütt gehen würde.

Selbstverständlich ist die an dieser Schwelle beschworene Rolle des Museums als Gegenpol zum „verengten und verzerrten Blick, den Medien und Markt auf die Kunst werfen“ bzw. die

---

<sup>4</sup> <http://www.wholetrain.com/>

<sup>5</sup> Schirmacher, Frank: Wer ist Banksy? In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 03.02.2007, Nr. 29 / Seite Z1

<sup>6</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=ewc5AZKOAuw>

<sup>7</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=EkUbYBo5xgs>

<sup>8</sup> <http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/6340109.stm>

daraus resultierende „Vermittlungsarbeit und Demokratie im tiefsten Sinne“ nur zu begrüßen, auch wenn sich nicht zwingend erschließt, warum sich aus der Anerkennung anderer als der marktgängigen künstlerischen Ausdrucksformen die Herrschaft des Demos in einer superlativen („Demokratie im tiefsten Sinn“) Form ergeben soll. Man ahnt immerhin, was gemeint sein könnte. Und wie man es missverstehen kann. Denn wenn das Volk loszieht, um über die herrschende Kunstauffassung abzustimmen, ergibt sich einerseits eine nicht gerade erschreckend hohe Wahlbeteiligung und andererseits erringt ausgerechnet das Spektakel hohe Prozentwerte. Der kleine, sperrige Off-Künstler im Dachgeschoss bleibt mit seinem Werk Splitterpartei. Der Museumsleiter, der den Text als Orientierung resultiert, dürfte hier ratlos bleiben.

Demokratie bedeutet bei Weibel aber etwas anderes und den Bogen zu diesem Anderen schlägt er über ein paar Sätze zur „Praxis der Kunst“ als „Rezipientenkultur“. Nicht wie das Werk gemacht ist entscheidet, sondern wie es aufgenommen wird; nicht die Orientierung an abstrakten Normen der Kunstproduktion zählt, sondern ob der Betrachter sich fangen bzw. überreden lässt und wozu. Und was er bei und mit seinen Eindrücken macht.

### **Die Interaktionisten**

An dieser Stelle kommt folgerichtig das Web 2.0 ins Spiel, „hier verstanden als neue, interaktivere Generation des Internets“. Peter Weibel hat als Medienkünstler zahlreiche Erfahrungen mit der digitalen Kunst zusammengetragen, wobei sich die traditionelle Interaktion, so der Autor, weitgehend aus dem In-Gang-Setzen per Knopfdruck beschränkte. Nun ändert sich dies, denn die Generation des Web 2.0 ist nicht mehr nur interaktiv, sie ist eine „interaktivere“. Dieser Komparativ wird durch die Kunstproduktion seitens der Betrachter gekennzeichnet. Hier treffen sich Kunst, Journalismus und sonstige Textproduktion auf dem gleichen Problemfeld: dem „Cult of the Amateur“, der gerade durch die Betonung des Unterschieds zwischen etablierter (professioneller) Kunst-, Analyse- und Schreibkultur und dem was der normale Web 2.0-Angehörige und Durchschnittsinternetnutzer nun öffentlich zur Schau stellen kann, verfestigt wird.

Dabei werden die durchaus bestehenden und jeweils mit Vor- und Nachteilen behafteten Strukturen passiver sowie aktiver Medienrezeptionen nicht selten in eine Konkurrenzsituation gesetzt, die nüchtern betrachtet schon recht überzogen wirkt. Die Dichotomie: Brockhaus vs.

Wikipedia ist solch ein Ansatz. FAZ vs. Spreeblick ein anderer. Barfuß vs. Lackschuh, Hund vs. Katze, Äpfel vs. Birnen – überall liegt Pulverdampf dort in der Luft, wo Konfrontationen sich eigentlich ausschließen. Ähnlich bedeutet nämlich nicht gleich und auch nicht gleich Konkurrenz. Später vielleicht, wenn man statt gegenseitiger Anerkennung und Entwicklung jeweils spezifischer Qualität sich dem anderen anzunähern und sich die Deutungshoheit bzw. den Rang auf dem Jahrmarkt der Aufmerksamkeit abzulaufen versucht. Angesichts der Annahme, dass mit der Diffusion der Lebensstile in der pluralistischen Gesellschaft des 20. Jahrhunderts mehr als zwei Muster des Medienkonsums nebeneinander und ineinander verschränkt Bestand haben können, wirken die rhetorischen Scharmützel, besonders (aber nicht nur) der „alten Medien“ etwas albern, doch wo es ums Geld geht, hört der Spaß bekanntlich auf und manchmal nimmt er auch die Vernunft mit.

Ebenfalls reichlich überzogen ist die Annahme, dass auf einmal alle Rezipienten – ob Kunst oder Massenmedien – zu Produzenten oder besser noch „Prosumenten“ werden. Die Möglichkeit, „selbst programmieren, nicht nur programmiert werden, Musikprogramme zusammenzustellen, Filme editieren und online stellen“, bedeutet nicht automatisch, dass „die jüngere Generation der bis ca. 30-jährigen“ dies auch wirklich in ungeahntem Ausmaß nutzt. Selbstverständlich: Wer gehen kann, kann tanzen. Aber es gibt trotzdem nicht zu verleugnende Unterschiede zwischen dem Schunkelnden auf dem Oktoberfest und Pina Bausch – besonders, was den Subtext angeht.

Nicht jedes Video bei YouTube erhebt einen Anspruch über den Spaßfaktor eines Gesellschaftsspieles hinaus. Nicht jedes Blogposting möchte sich in der Tradition des investigativen Qualitätsjournalismus sehen. Nicht jede nutzergenerierte Playlist zielt auf ein neuartiges Klangerlebnis. Vielmehr lässt eine differenzierte Beobachtung der Nutzung des Web 2.0 die Annahme zu, dass der überwiegende Zahl der dortigen Aktivitäten ganz tradierten und keinesfalls vorrangig auf ein hohes kreatives Ziel gerichteten Motivationen folgen: der Generierung und Verfestigung sozialer Beziehungen. Und der Freude am spielerischen Ausdruck.

Der maßgebliche Unterschied entsteht aus der medialen Form, in der dies stattfindet und deren Merkmal die aus dem digitalen Charakter der Äußerungen und Verknüpfungen resultierenden relativ einfachen weltweiten Verfügbarmachung und Recherchierbarkeit bilden.

Amateurkunst war seit dem Aufkommen des Phänomens Freizeit ein allgemeines Vergnügen. Auch schon in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts lichtbilderten einige Millionen Hobbyfotografen ihre Umwelt. Manch einer machte aus seinem Hobby auch etwas Größeres. Aber eben nur manch einer und nicht jeder. Das Gros der Abzüge endete in privaten Kabinetten, wogegen sie heute bei Flickr dank der Digitalfotografie ungleich größeren Quantitäten mit *Tags* inhaltserschlossen von jedem Internetnutzer der Welt problemlos einsehbar sind. Auch besteht die Möglichkeit, diese Bilder zu annotieren, zu favorisieren oder in andere Medien – z.B. Weblogs – einzubinden. Die Zahl der Aufnahmen, bei denen diese Option ungenutzt bleibt, dürfte jedoch die der Bilder, die es in den Flickr-Olymp (<http://www.flickr.com/explore/>) schaffen, durchaus übersteigen. Die meisten Flickr-Fotografen scheinen damit ganz gut leben zu können.

### **Das Kunstwerk und seine digitale Reproduzierbarkeit**

Interessant – auch für Museen – wird es dort, wo sich aus den Möglichkeiten des Web 2.0 bislang nicht bekannte künstlerische Ausdrucksformen entwickeln. Dass der Internetnutzer sich „vom Besucher zum Kurator“ entwickelt, wenn er sich im WWW verfügbar Kunst bzw. deren digitalisierte Abbilder in eigenen Listen und Präsentationsformen arrangiert, darf dagegen mittlerweile als eher triviale Einsicht gelten. Eigentlich ist er auch schon im gebauten Raum als eigener Kurator unterwegs gewesen, denn selten erfolgt der Museumsrundgang – jedenfalls der abseits der Führung – so, dass man ohne Abweichung den vorgegebenen Pfaden durch die Säle folgt und sich allen Werken mit gleicher Intensität zuwendet.

Daher ist es etwas schade, wenn sich ein Medienkünstler wie Peter Weibel ausgerechnet von diesem Aspekt derart hingerissen zeigt, dass er unter offensichtlicher Verkennung gängiger Rezeptionspraxen Museen ganz konkret auffordert, Zweigstellen in der virtuellen Welt von *Second Life* zur eröffnen:

„In Second Life kann jeder jederzeit das Museum besuchen und dort auch wählen, was er oder sie sehen will. Darüber hinaus – und das ist der entscheidende Punkt – muss der Betrachter die Möglichkeit haben, seine eigenen Kunstwerke dort abzustellen.“ (S.6)

Warum muss er? Und vor allem: Will er das? Reproduktionen der großformatigen Fotografien von Jeff Wall, die die Deutsche Guggenheim gerade in ihrer Zweigstelle an der Berliner

Straße Unter den Linden aushängt kann ich auch auf der normalen Internetseite betrachten. Allerdings ist die Wirkung der „War Games“ in einer Größe von um die zweieinhalb mal drei Meter eine ganz andere und nennenswert intensivere, als es selbst eine Vollbilddarstellung auf einem 19 Zoll Bildschirm darstellen würde. Und auch sonst gibt es durchaus qualitative Unterschiede zwischen einem Silbergelatineprint und einem JPEG.. Von den atmosphärischen Unterschieden zwischen einem Ausstellungsraum und meinem Schreibtisch oder gar einer Pixelrotunde im Second Life ganz zu schweigen.

Das Erschrecken angesichts der Vorstellung, ich als Feld- und Wiesenfotograf könnte gleich noch einen Schnappschuss aus meinem Fundus daneben platzieren, mag noch sehr dem Prä-Web 2.0 verhaftet sein, verweist aber darauf, dass gerade die Beschränkung und Exklusivität der musealen Präsentation ein Kunsterleben erst möglich machen und eröffnet die Diskussion um die Frage, wie alltäglich Kunst sein kann, um Kunst zu bleiben.

Gerade die Eigenschaft des Museums, ein Ort zu sein, an dem der Betrachter Zeuge und Bestandteil „ein[es] lokal gebundene[n] Ereignis in Raum und Zeit“ werden kann, bestimmt das Museum als einen Ort, den aufzusuchen es sich lohnt, um mit einem Werk in Interaktion zu treten. Inwieweit darüber hinaus Museumsbenutzer das Bedürfnis verspüren „unabhängig von ihrem physischen Aufenthaltsort miteinander über die Kunstwerke kommunizieren [zu] können“, sollte Gegenstand entsprechender rezeptionstheoretischer und kunstsoziologischer Studien sein. Die bisherigen Erfahrungen mit *Second Life* zeigen jedoch, dass dies nicht unbedingt die rundum perfekte Form darstellt. Schlichtere Chatrooms oder Foren bzw. andere webbasierte Kommunikationsmittel mit weniger Einstiegskomplexität wären momentan für die meisten Bibliotheken ein gangbarer Weg.

## **Revolution redux**

Schließlich bleibt zu bemerken, dass die von Weibel postulierte „Revolution, durch die sich die Amateure, die „Idioten“, die Konsumenten – das ist mein Schlagwort – zum ersten Mal emanzipieren können“, um „Experten zu werden“ gar keine ist. Ein Blick in die Gästebücher zu den Ausstellungen zeigt (wer sammelt diese Zeitdokumente eigentlich), dass die kritische Interaktion per Text über die Sammlung keine ganz neue Erfindung darstellt.

Was unter dem Strich vom Essay zu den „Museen im Zeitalter von Web 2.0“ bleibt, ist der Appell, diese mögen doch ihre Webangebote dahingehend ausbauen, dass man einerseits als Besucher auf diesen über Kunst kommunizieren kann und andererseits unabhängig von Tageszeit und Hängung die Sammlungen in der Weise abrufen und rezipieren kann, wie es Internet vermittelt möglich ist. Ein solcher Ansatz ist sicher zeitgemäß, bedeutet jedoch eigentlich nur, dass Museen die sich bietenden technischen Möglichkeiten angemessen zu nutzen.

Schöner und wichtiger als die Frage, ob man dank WWW auch nachts ins Museum und seine eigene Kunst neben die alten Meister pixeln kann, wäre die Überlegung, welche neuen Kunstformen beispielsweise aus der hypertextuellen Verfasstheit des Netzes entstehen, welche subversiven Ausdrucksformen sich auf den Präsentationsplattformen des WWW bis hin zur Marktgängigkeit etablieren können und wie Museen besonders vor dem Hintergrund des Gedankens des Sammelns und Bewahrens, also als kulturelles Gedächtnis, mit diesen Variationen umgehen. Und natürlich die Frage nach der beliebigen, verlustfreien technischen Reproduzierbarkeit digitaler Kunstwerke im Zusammenhang mit dem Ereignis-, Exklusivitäts- bzw. Singularitätsanspruch, der dem Phänomen „Kunstwerk“ tradiert zugeschrieben wird.

Und – natürlich Teil 2 – wie sich die Vorstellungen und die Ausprägung des kulturellen Gedächtnisses angesichts seiner Digitalisierung, nicht zuletzt in Hinblick auf die nicht digitalisierbaren materiellen Eigenschaften eines Großteils der Kunstproduktion, verändern. Denn es lassen sich mit der Digitalisierung nur zwei Sinne erreichen: der Seh- und Hörsinn. Die Atmosphäre eines Ausstellungsraums, in dem sich eine zu betastende Skulptur befindet, bleibt jedem Second Life bisher verschlossen.