

**Hochschule für Technik  
und Wirtschaft Berlin**

*University of Applied Sciences*

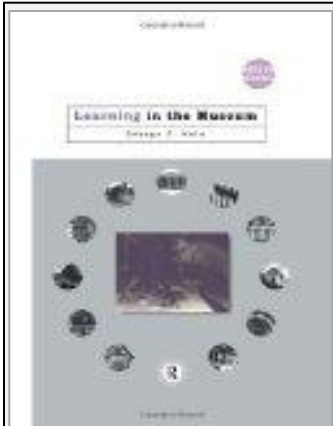
## **Partizipation in Museen (Impuls)**

**Prof. Dr. Tobias Nettke (Museumskunde, Museumsmanagement & -kommunikation)**

**Treffpunkt Partizipation im Museum, Berlin, am 21.02.2017**

# Trendwende in der Museumskommunikation

(Konstruktivistische Wende, gekennzeichnet durch Schlüsselpublikationen)



**HEIN, George** (1998): *Learning in the Museum*. Cambridge/MA: Routledge.

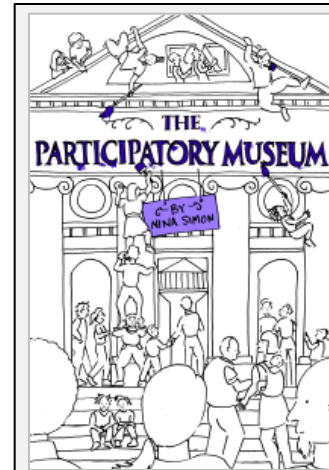
**FALK, John H. & DIERKING, Lynn D.** (2000): *Learning from Museums: Visitor Experiences and the Making of Meaning*. Walnut Creek, CA: AltaMira Press.

**FALK, John H. & DIERKING, Lynn D.** (2011): *The museum experience*. Walnut Creek: Left Coast Press.

**FALK, John H. & DIERKING, Lynn D.** (2013): *The museum experience revisited*. Walnut Creek, CA: Left Coast Press.

**BLACK, Graham** (2012): *Transforming Museums in the Twenty-first Century*. London: Routledge.

**BLACK, Graham** (2005): *The Engaging Museum. Developing Museums for Visitor Involvement*. London: Routledge.



**SIMON, Nina** (2010): *The participatory museum*. Santa Cruz.

<http://www.participatorymuseum.org>



**GESSER, Susanne, JANNELLI, Angela, HANDSCHIN, Martin & LICHTENSTEIGER, Sibylle** (2012) (Hrsg.): *Das partizipative Museum. Zwischen Teilhabe und User Generated Content. Neue Anforderungen an kulturhistorische Ausstellungen*. Bielefeld. Transcript

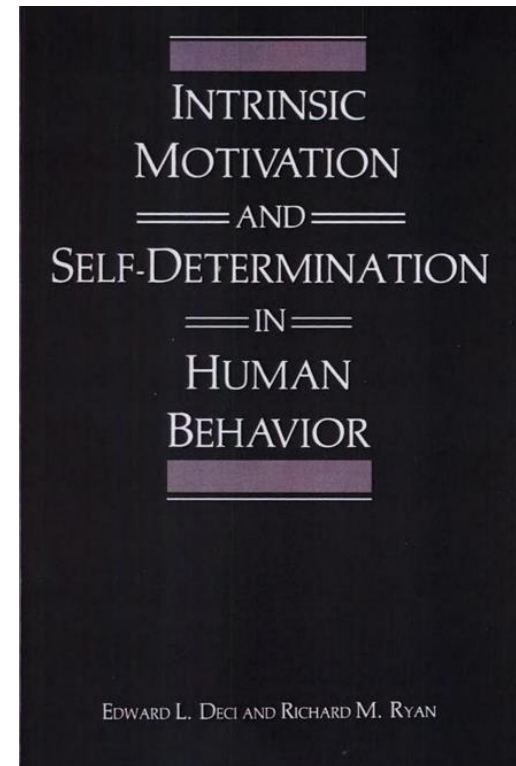
**Partizipation ist keine kurze Modeerscheinung – es ist eine Notwendigkeit für eine moderne, demokratisch legitimierte und öffentlich geförderte Kultureinrichtung.**

# Voraussetzung für kulturelle Bildung in Museen: Selbstbestimmungstheorie der Motivation

(self-determination theory of motivation nach Edward L. Deci und Richard M. Ryan)

Drei psychologische Grundbedürfnisse (basic needs):

1. Autonomie,
2. Kompetenz und
3. soziale Eingebundenheit

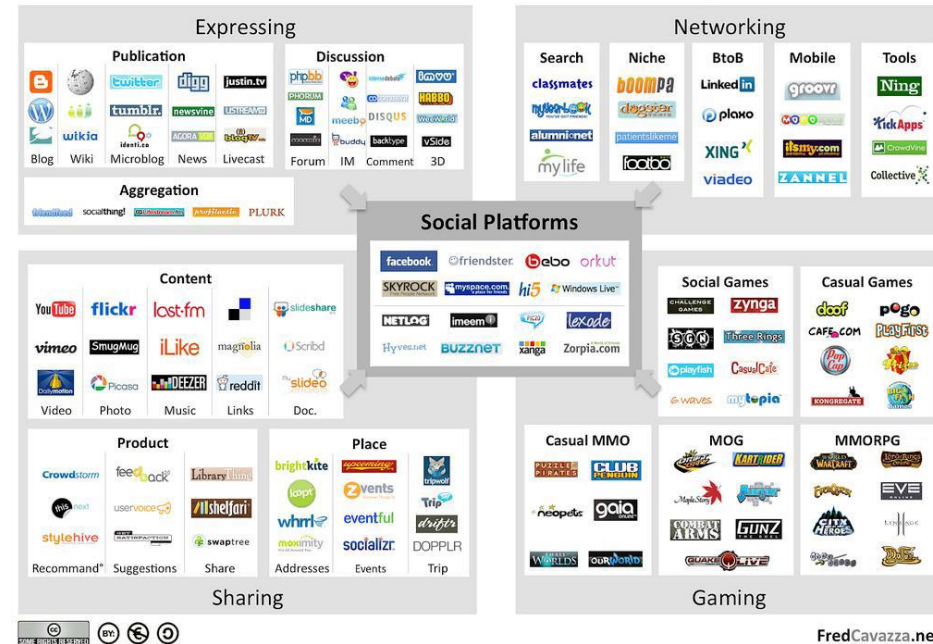


Quelle: Deci, Edward L., & Ryan, Richard M. (1985): Intrinsic motivation and self-determination in human behavior. New York: Plenum

# Erwartungen an Partizipation

„Durch das Web 2.0 wird eine neue Wissenskultur geprägt.  
Der Internetuser ist mehr als nur ein Besucher von Websites und diese im Netz gemachten Erfahrungen überträgt er auch auf die etablierten Kulturinstitutionen.“  
(Gerchow, Gesser & Janelli 2012, S. 27)

## Social Media Landscape



Screenshot:

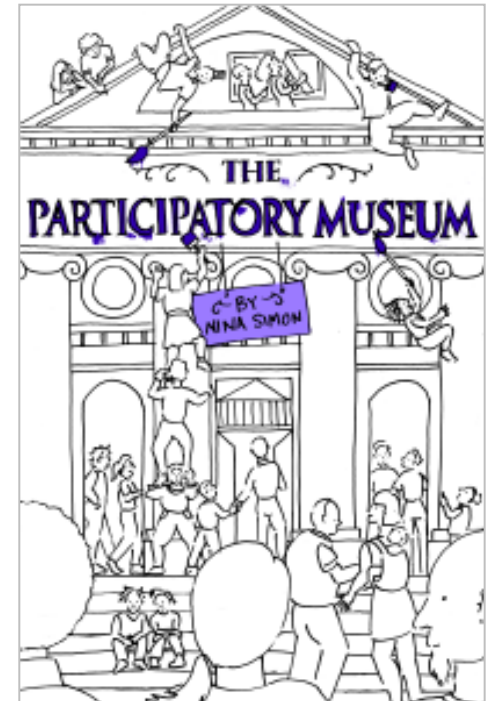
<http://socialmediafuehrerschein.de/2010/07/12/sammlung-von-social-media-maps/>

# Nina Simon – The Participatory Museum

## Partizipationsgrade

1. Mitwirkung  
(„Visitors as Contributors“)
2. Zusammenarbeit  
(„Collaborating with Visitors“)

⇒ „**Open Exhibitions**“  
(Blankenberg 2014)  
(e.g. with Whiteboards,  
Blackboards and Pinnboards,  
Social Seating, Mobile Apps  
and the Mobile Web, Social  
Media, Metadata Networking,  
Bookmarking, Collaborative  
Performance or Art, Live  
Discussions, Pop-Up  
Experiences)



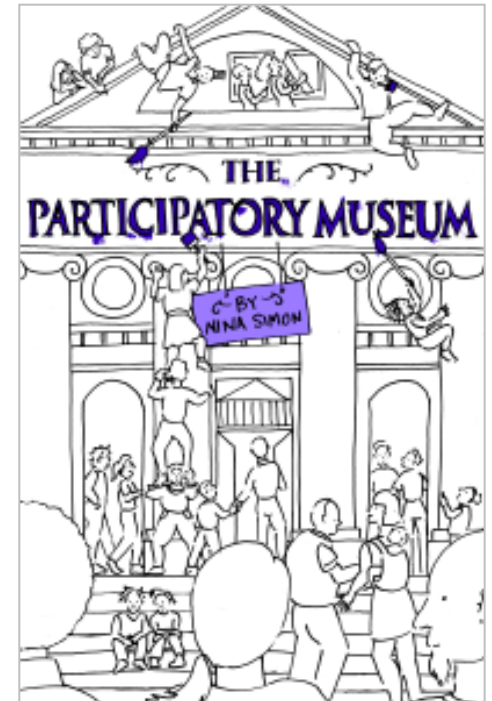
Quelle: Nina Simon (2010): The participatory museum. Santa Cruz.  
<http://www.participatorymuseum.org/>

# Nina Simon – The Participatory Museum

## Partizipationsgrade

1. Mitwirkung  
(„Visitors as Contributors“)
2. Zusammenarbeit  
(„Collaborating with Visitors“)
3. Mitbegründung  
(„Co-creative Projects“)
4. Bereitstellung  
(„Hosting“)

⇒ **Co-created** and Co-curated Exhibitions with Process Participation (e.g. Community Curators and Participatory Research, Crowdsourcing, Participatory Preview Exhibits, Social Metadata, Citizen Science – vgl. Blankenberg 2014)



Quelle: Nina Simon (2010): The participatory museum. Santa Cruz.  
<http://www.participatorymuseum.org/>

# Wege der Partizipation in Museen

Partizipation über...

- Digitale Plattformen (meist außerhalb des Museums)
- Ausstellungsplanung (geplant, Vielfachkontakte)
- Workshop-Betreuung (teils geplant/spontan, oft Erstkontakt)
- Ausstellungselemente (spontan, selten mit digitaler Verknüpfung)





# Besucherpartizipation – Chancen + Grenzen

- **Warum sollen Besucher\*innen partizipieren?**  
(Perspektive des Museums, der Nutzer/Besucher - gemeinsame Ziele?)
- **Welche Publikumsgruppen sollen besonders partizipieren?**  
(Welche gesellschaftlichen Gruppen, auch Nicht-Besucher?)
- **Woran sollen Besucher\*innen partizipieren?**  
(Welche Themen, welche Tätigkeiten bieten sich an?)
- **In welcher Form sollen Besucher\*innen partizipieren?**  
(Wie in der Ausstellung, wie in Workshops/Veranstaltungen, wie im Internet?  
In welchem Maß/Umfang? Unter welcher Steuerung?  
=> viele Instrumente/Formate, um „die Gesellschaft“ zu erreichen...)  
(vgl. auch DMB 2015, S. 21)





Hochschule für Technik  
und Wirtschaft Berlin

*University of Applied Sciences*

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**  
**Welche Fragen und Anmerkungen haben Sie?**

# Literaturquellen

- Blankenberg, Ngaire (2014): Participatory Exhibitions. In: Barry Lord & Maria Piacente (Eds.): Manual of Museum Exhibitions (second Edition, pp 165-196). Rowman & Littlefield Publisher.
- Deci, Edward L., & Ryan, Richard M. (1985): Intrinsic motivation and self-determination in human behavior. New York: Plenum.
- Gerchow, Jan; Gesser, Susanne & Jannelli, Angela (2012): Nicht von gestern! Das historische museum frankfurt wird zum Stadtmuseum für das 21. Jahrhundert. In: Susanne Gesser, Martin Handschin, Angela Jannelli & Sibylle Lichtensteiger (Hrsg.): Das partizipative Museum – Zwischen Teilhabe und User Generated Content. Neue Anforderungen an kulturhistorische Ausstellungen (S. 22-32). Bielefeld: transcript Verlag.
- Simon, Nina (2010): The participatory museum. Santa Cruz: Museum 2.0. Publiziert auf: <http://www.participatorymuseum.org/>

