

Access All Areas oder Digital Divide? Ungleichheitsperspektiven auf Kunst und digitale Kunstvermittlung in Zeiten von Covid-19

Steffen Rudolph

Publikationsstatus / Publication Status

Publizierte Version / Published Version

Diese Version wurde begutachtet (fachspezifisches Begutachtungsverfahren)

Typ des Dokumentes / Type of the Document

Zeitschriftenbeitrag / Article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation

Rudolph, Steffen. „Access All Areas oder Digital Divide? Ungleichheitsperspektiven auf Kunst und digitale Kunstvermittlung in Zeiten von Covid-19“. *appropriate! Journal zur Aneignung und Vermittlung von Kunst*, Nr. 1, Frühjahr 2021, <https://www.appropriate-journal.art/rudolph>.

Nachnutzung / Reuse

Diese Publikation wird unter den Bedingungen der Creative-Commons-Lizenz Namensnennung 4.0 (CC BY 4.0) verbreitet. Sofern der Name der Autor*innen/Rechteinhaber*innen genannt wird, kann der Inhalt vervielfältigt, verbreitet, öffentlich aufgeführt und kommerziell genutzt werden. Außerdem dürfen Bearbeitungen angefertigt und verbreitet werden. Weitere Informationen und die vollständigen Bedingungen der Lizenz finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/?lang=de>.

DOI / Handle

<https://doi.org/10.48441/4427.289>

<http://hdl.handle.net/20.500.12738/12472>

Access All Areas oder Digital Divide? Ungleichheitsperspektiven auf Kunst und digitale Kunstvermittlung in Zeiten von Covid-19

Steffen Rudolph

Department Information | Hochschulinformations- und Bibliotheksservice HIBS
Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg

Kontakt: steffen.rudolph@haw-hamburg.de

Abstract

Von der aktuellen Covid-19-Pandemie sind auch Kunstinstitutionen und ihre Vermittlungsprogramme betroffen. Die Verlagerung von Kunstbesuch und Kunstvermittlung in den Raum des Digitalen bietet dabei nicht nur Chancen, sondern birgt zugleich die Gefahr der Exklusion. Der Beitrag untersucht die von der Pandemie verstärkte Situation der Digitalisierung von Kunstinstitutionen und Kunstvermittlung und ihre Auswirkungen auf die Besucher:innen dieser Angebote. Dabei veranschaulicht er, welche Faktoren bestimmen wer Zugang zu den neuen digitalen Angeboten hat und welche Personengruppen durch die Übertragung von Angeboten in den digitalen Raum benachteiligt werden. Unter Einbeziehung der Forschungsergebnisse zur Digital Divide formuliert der Beitrag schließlich wichtige Ansätze für eine inklusivere digitale Vermittlungsarbeit.

Keywords

Kunstvermittlung, Partizipation, Digitalisierung, Soziale Ungleichheit, Digital Divide, Covid-19, Museum

Zuerst veröffentlicht in *appropriate! Journal zur Aneignung und Vermittlung von Kunst*, Issue 1 (Frühjahr 2021). Online verfügbar unter: <https://www.appropriate-journal.art/rudolph> (zuletzt geprüft am 02.02.2022).

Dieser Artikel wurde unter der Lizenz Creative Commons Namensnennung 4.0 International (CC-BY 4.0) veröffentlicht.

Einleitung

In vielen Bereichen offenbart die Covid-19-Pandemie wesentliche Versäumnisse der vergangenen Jahre, beispielsweise was die Digitalisierung von Schulen, Universitäten oder der öffentlichen Verwaltung betrifft, und wird als längst notwendiger Schub für entsprechende Initiativen betrachtet. Zugleich schlagen digitale Ungleichheiten umso deutlicher durch, da Zugang zu und Verwendung von digitalen Medien zur *Conditio sine qua non* bei der Bewältigung des Alltags werden. Ob Homeoffice, Homeschooling oder Buchung eines Impftermins – ohne ausreichend digitale Bandbreite und technische Ausstattung sowie Fertigkeiten im Umgang mit digitalen Geräten und Plattformen ist die Exklusion von grundlegenden gesellschaftlichen Ressourcen vorgezeichnet. Mit dieser verschärften Problematik der digitalen Exklusion ist seit der weltweiten temporären Schließung von Museen und Ausstellungsräumen auch das Kunstfeld konfrontiert, wenn etwa Publika nur noch digital erreicht werden können und kulturelle Partizipation vornehmlich im Internet stattfindet.

Das Publikum kultureller Einrichtungen

Dass der Zugang zum künstlerischen Feld nicht nur für die Produzent:innen von Kunst, sondern auch für das Publikum ungleich strukturiert ist, stellt eine maßgebliche Herausforderung für jede Art von Kunstvermittlung dar. Insbesondere Pierre Bourdieu hat mit seinen Arbeiten Forschungen initiiert, die sich Inklusion und Exklusion im Kunstfeld widmen. Folgt man Bourdieu, so besitzt bildende Kunst als Bereich legitimer Kultur, gemeinsam mit klassischer Musik, die am stärksten klassifizierenden Effekte. Das heißt, gerade über den Besuch von Konzerten und Vernissagen findet die herrschende kulturelle Hierarchie Bestätigung und lassen sich Distinktionsgewinne erzielen. Bereits in „L'amour de l'art“ (1966) wendet sich Bourdieu gegen jegliche Ideologie eines vermeintlich angeborenen Kunstsinns und beharrt auf der Feststellung, dass ungleich verteiltes kulturelles Kapital einen entsprechend ungleichen Zugang zu künstlerischen Arbeiten erzeugt. Kurz, wer nicht mit Kunst und Kultur sozialisiert wurde – vor allem im Elternhaus, aber auch in Bildungsinstitutionen, die zugleich genau jene Primärsozialisation im familiären Kontext belohnen –, dem fällt der

spätere Zugang ungleich schwerer. Zahlreiche Studien zur Rezeption von (Hoch-)Kultur, vorwiegend in den sogenannten westlichen Gesellschaften (vgl. zum Beispiel Kirchberg 1996, DiMaggio/Mukhtar 2004, Reuband 2007, Rössel 2009), zeigen auf empirischer Ebene, dass auch heute noch Besucher:innen mit hohem Bildungskapital in Museen und Institutionen bildender Kunst oder auch klassischen Konzerten und Opernhäusern deutlich überrepräsentiert sind, Personen mit eher niedrigem Schulabschluss oder Arbeiter:innen als Berufsgruppe hingegen kaum den Weg in den Konzertsaal oder die Ausstellung finden.¹ Entgegen einer erhofften Inklusion breiter Bevölkerungsgruppen deutet die zeitliche Betrachtung eher in Richtung einer wachsenden Exklusivität der Kulturrezeption, insbesondere im Bereich der (zeitgenössischen) bildenden Kunst (vgl. Munder/Wuggenig 2012), und damit in Richtung einer Perpetuierung gesellschaftlicher Ungleichheitsverhältnisse.

Zusätzlich ist im Kontext von Kunst und hochkulturellen Aktivitäten eine altersspezifische Komponente hinsichtlich der Rezipierenden relevant. Sieht man vom relativ betrachtet eher jungen Publikum ab, das sich um Kunstvereine, Offspaces und Kunsthochschulen bewegt, so ist der Altersdurchschnitt von Besucher:innen künstlerischer Ausstellungsräume eher höher als der Bevölkerungsdurchschnitt, was als Resultat zweier Bewegungen interpretiert werden kann: der Zunahme kultureller Partizipation bei älteren Menschen, die durch den demografischen Wandel zusätzlich Verstärkung erfährt, bei gleichzeitigem Nachlassen der Partizipation an Hochkultur bei jungen Menschen (vgl. Reuband 2016). Neben dem maßgeblichen Einfluss von kulturellem Kapital bzw. sozialer Position und Alter auf die kulturelle Teilhabe zeigen sich auch Ungleichheiten mit Blick auf die migrantische Bevölkerung: Noch immer ist in klassischen Kultureinrichtungen ein migrantisches Publikum deutlich unterrepräsentiert (vgl. Mandel 2013, Allmanritter 2017).

Hoffnungen auf mehr Partizipation durch digitale Medien

Geht man von dieser Situation ungleicher kultureller Teilhabe aus, dann könnte eine Hoffnung auf mehr Zugänglichkeit und Offenheit für soziale

¹ Für die deutliche Distinktion spricht auch, dass die Struktur der Besucher:innen von Ausstellungen und Museen ohne künstlerischem Schwerpunkt der Sammlung, wie Naturkundemuseen oder technische Museen, wesentlich mehr der durchschnittlichen Bevölkerung entspricht (vgl. Rössel 2009).

Gruppen im Bereich bildender Kunst auch in der Digitalisierung von Kunst liegen. Digitale Medien wurden aus optimistischer Perspektive von vielen Seiten als große Ausweitung von Partizipationschancen und Teilhabemöglichkeiten begrüßt. Im Fokus standen hierbei in erster Linie Formen politischer und sozialer Partizipation, etwa im Kontext politischer Meinungs- und Willensbildung, der Stärkung zivilgesellschaftlicher Akteure und hinsichtlich der Transformation des Verhältnisses von Bürger:innen und staatlichen Institutionen sowie politischen Organisationen. Insbesondere die mit dem Web 2.0 und Social Media assoziierten digitalen Medien haben zusätzlich zu einem Schub an Hoffnungen auf mehr Partizipation, Kommunikation und Interaktion geführt. Ob Vernetzungspotenziale, neue Formen der Partizipation an Öffentlichkeiten wie „Participatory Journalism“ (vgl. Singer et al. 2011) oder die gemeinschaftliche Herstellung von Commons wie der Wikipedia, der „Participative Turn“ (Bruns 2016: 2107) durch die digitalen Plattformen scheint nach Ansicht zahlreicher Autor:innen Teilhabechancen prinzipiell deutlich erweitert zu haben.

Auch im kulturellen Bereich werden mit digitalen Technologien große Hoffnungen auf eine Demokratisierung verbunden, vor allem hinsichtlich einer umfassenden Zugänglichkeit und erweiterter Partizipation an Kultur (vgl. Council of Europe 2018). Nach Ansicht von G. Wayne Clough (2013: 2), damaliger Secretary der Smithsonian Institution, würden Museen durch die Digitalisierung und den Onlinezugang zu ihren Sammlungen und Ausstellungen, zu Bildern, Objekten etc. den Zugang zu Wissen demokratisieren und besonders all jenen eine Teilhabe ermöglichen, denen ein Besuch nicht möglich sei. Nicht erst seit der Coronapandemie haben zahlreiche Kunstinstitutionen Teile ihres Ausstellungsprogramms digital zugänglich gemacht, wobei gerade das Budget und die Kooperation mit Technologieunternehmen wie Google (Tate Gallery, Metropolitan Museum of Art, Eremitage etc.) besonders den großen Häusern einen technischen Vorsprung bei der Digitalisierung verschafft haben.

Digitale Ungleichheiten

Dass allerdings auch hinsichtlich des Zugangs zum Internet sowie der notwendigen Kompetenzen und Praktiken im Umgang mit digitalen

Medien strukturierende Effekte wirken, der vermeintlich objektive Möglichkeitsraum im Digitalen durch die jeweilige Verfügbarkeit von Ressourcen geprägt ist, wird aus der Forschung zur Digital Divide durch vielfältige Studien bekräftigt (vgl. DiMaggio et al. 2004, Zillien 2006, van Deursen/van Dijk 2014, Rudolph 2019). Differenziert wird hierbei in erster Linie zwischen einer First(-Level) Digital Divide, die Ungleichheiten im Zugang thematisiert, und einer Second(-Level) Digital Divide, mit der die ungleiche Verwendung des Internets mit den daraus folgenden Einflüssen auf Teilhabechancen adressiert wird. Digitale Ungleichheiten ergeben sich demnach auf verschiedenen Ebenen. Zuerst einmal sind grundsätzlich auf der Ebene des reinen Zugangs die basale Frage nach dem eigentlichen Internetzugang und die vornehmlich technische Ausstattung von Relevanz. Vor allem jüngere Kohorten besitzen diesbezüglich mittlerweile Vorteile – nahezu durchweg ist ein Zugang zum Internet vorhanden. Dennoch hängt etwa die Internet- und Geräteausstattung von der sozialen Position und den verfügbaren Ressourcen ab. Nicht zuletzt die aktuelle Homeschooling-Situation im Rahmen der Covid-19-Pandemie hat gezeigt, dass die Teilnahme am schulischen Unterricht deutlich durch ungleiche Bedingungen auch auf dieser Ebene geprägt ist (vgl. Iivari et al. 2020). So ist längst nicht überall eine ausreichende Breitbandverbindung, beispielweise für Videokonferenzen oder Veranstaltungen mit Softwarelösungen wie Zoom etc., vorhanden oder dort ein limitierender Faktor, wo Internetzugang lediglich über Mobilfunk realisiert wird. Tendenziell sind sozial schwache Gruppen eher mit schlechterer Hardware angebunden oder verfügen für den Zugang nur über ein Smartphone. Zudem sind mit Blick auf die Breitbandversorgung auch regionale Disparitäten wesentlich.

Kunst(-vermittlung) im Digitalen

Bezogen auf diese First Digital Divide sind digitale Kunstaussstellungen und -vermittlung in der Situation, eine Abwägung ihrer Formate hinsichtlich mobiler Darstellung und notwendiger Datenmengen für die Rezipierenden vornehmen zu müssen, um nicht jene Gruppen und Personen auszuschließen, die lediglich über Smartphone-Displays und mobile Verbindungen mit in der Regel kontingentiertem Datenvolumen und/oder niedrige Bandbreiten verfügen. Dies betrifft zum Beispiel die Realisierung umfangreicher 3-D-Visualisierungen von Sammlungsräumen

und Ausstellungsobjekten, Artist Talks, künstlerische Performances oder auch die Usability der digitalen Angebote auf mobilen Geräten.² Eine entsprechende Anpassung bzw. alternative, ergänzende Bereitstellung von Inhalten für mobile Geräte bietet sich besonders mit Blick auf jüngere Gruppen an. Für ältere Personen hingegen stellt sich stärker die grundsätzliche Frage eines Zugangs zum Internet. Gerade für die ältesten Kohorten ist daher eine Einbettung digitaler Angebote in ein umfassenderes Setting an insbesondere technischen Unterstützungsangeboten umso wichtiger.

Über die Ebene des Zugangs hinaus ergeben sich digitale Ungleichheiten aus den unterschiedlichen Kompetenzen und Fähigkeiten im Umgang mit digitalen Medien sowie aus der letztlich ungleichen Verwendung des Internets. Generell sind hier vor allem auf der Ebene der „Skills“ ältere Personen benachteiligt, wobei auch bei den sogenannten Digital Natives die Sozialisation mit dem Internet kein Garant für eine umfassende „Digital Literacy“ ist (vgl. Gui/Argentin 2011). Dennoch bietet hier die aktuelle Lage Chancen, weil zahlreiche Bevölkerungsgruppen bereits zu einer Digitalisierung ihrer medialen Praxis durch die Umstände der Covid-19-Pandemie gezwungen wurden – und so etwa durch schulische Bereiche, Arbeitskontext oder persönliche Kommunikation Erfahrungen mit niedrigschwelligen Angeboten wie Zoom, WhatsApp usw. gemacht haben. Digitale Kompetenzen sind in dieser Hinsicht vermutlich höher als je zuvor, wenn auch keineswegs überall selbstverständlich. Digitale Kunstvermittlung müsste daher über den Einbezug eher technischer Unterstützungsangebote hinaus idealerweise im Rahmen einer umfassenderen Vermittlung von Kompetenzen im Digitalen integriert sein.

Betrachtet man die unterschiedliche Verwendung des Internets, vorausgesetzt Zugang und Kompetenzen sind vorhanden, so findet sich hier bei den digitalen Praktiken in großen Bereichen eine Abhängigkeit von sozialem Status und Alter. Letztlich verlängert sich die bereits

2 Beispielhaft sei nur auf den Gegensatz zwischen den digitalen Angeboten hinsichtlich der Sammlungen und Ausstellungen von Louvre und Rijksmuseum hingewiesen. Beide Institutionen verfügen über große finanzielle Möglichkeiten für technische Innovationen und deren Umsetzungen; dabei setzt das Rijksmuseum mit „Rijksstudio“ explizit auf eine Mobile-First-Strategie, wohingegen lediglich „Louvre Kids“ eine Anpassung der Inhalte für Smartphone-Displays bietet. Entsprechend niedrigschwelliger und einfacher zugänglich sind Inhalte, Bilder und Texte in „Rijksstudio“, während der Louvre den Zugang für Smartphone-Benutzer:innen deutlich schwieriger gestaltet bzw. diese lediglich als „Kinder“ anspricht.

angesprochene Abhängigkeit von sozialer Position und Praktiken ins Digitale. Das heißt, auch bei der Verwendung digitaler Medien zeigt sich strukturell eine Homologie von sozialem Status und Lebensstilen, vor allem statushöhere Personen nutzen das Internet eher für Praktiken, die langfristig über die zusätzliche Akkumulation von kulturellem oder sozialem Kapital Lebenschancen verbessern. Insbesondere für den Bereich der kulturellen Partizipation kommen Mihelj et al. (2019: 1) zu dem Schluss, dass, obwohl „digital media provide an important means of engaging new audiences, they also show that the engagement with museums and galleries both online and offline remains deeply unequal.“ Besonders problematisch ist hierbei der Umstand, dass Ungleichheiten im Bereich der kulturellen Partizipation im Digitalen nochmals größer sind als offline und dass digitale Medien „create opportunities for new forms of cultural segregation and exclusion, and therefore exacerbate rather than ameliorate existing inequalities“ (ebd.: 17). Dieser Befund gilt dabei nicht nur mit Blick auf den sozialen Status (stärkere Partizipation bei sozial höher positionierten Gruppen), sondern in besonderem Maße auch für Alter (mit tendenziellem Ausschluss älterer Personen) und Ethnizität (geringere Partizipation von People of Color).

Hinsichtlich der Frage nach Auswirkungen der umfassenden Forcierung digitaler Kunstausstellungen und entsprechender Vermittlungsarbeit, wie sie seit der Corona-Pandemie an vielen Stellen üblich geworden ist, lassen sich Effekte, vor allem auf die verschiedenen sozialen Gruppen, bisher nur äußerst grob abschätzen. Zu erwarten ist aber, nimmt man die bisherigen Erkenntnisse zu digitalen Ungleichheiten und Exklusivität im Kunstfeld ernst, dass eher die bereits skizzierte Verschärfung der Zugänglichkeitsproblematik stattfinden wird. Zusätzlich trifft aktuell der ökonomische und soziale Druck mit großer Wahrscheinlichkeit diejenigen Gruppen härter, die im Vergleich über eine geringere Ressourcenausstattung verfügen und auch bisher kaum einen Teil des Publikums künstlerischer Veranstaltungen und Ausstellungen bildeten.

Ansatzpunkte für eine inklusivere Kunstvermittlung

Um Kulturvermittlung digital durchführen zu können, braucht es meines Erachtens eine kritische Reflexion einerseits der technischen Zugangsbedingungen und andererseits der Kompetenzen im Umgang mit

digitalen Medien sowie flankierend eine Art Einbettung in alltägliche Kontexte, etwa auch über Unterstützung und Einführung, die durchaus als Verkopplung von Medienbildung und Kunstvermittlung verstanden werden können. Zentrale Erkenntnisse der Digital-Divide-Forschung können hierfür hilfreich sein, um Ungleichheiten im Digitalen für spezifische soziale Gruppen zu identifizieren und entsprechend unterschiedliche Publikumssegmente bzw. aktuelle Nicht-Besucher:innen angemessen zu adressieren. Aufgrund der Vielfalt an digitalen Ungleichheiten gibt es für eine möglichst inklusive und angemessene digitale Kunstvermittlung keine Blaupause nach dem Muster eines One-size-fits-all. Letztlich scheint mir eine Orientierung an den digitalen Praktiken der Rezipient:innen respektive eine Anknüpfung an deren jeweilige Medienpraxis als zielführende Strategie. Kurz: Wo und womit sind die Zielgruppen unterwegs und wie lässt sich daran anknüpfen? Vor allem für ein jüngeres Publikum scheinen die Orientierung an mobilen Geräten als Zentrum von Informations- sowie Kommunikationspraktiken und das Aufgreifen medialer Formate populärer Plattformen sinnvoll, um über den Rückgriff auf unterhaltende Elemente und Momente der Gamification Interaktion und Partizipation zu initiieren. Wesentlich schwieriger erscheint mir allerdings die Situation hinsichtlich des Einbezugs sozial schwächerer Gruppen mit eingeschränktem Zugang sowie älterer Menschen mit geringer Affinität zu populären Formen und Formaten. Dies nicht zuletzt auch, weil sich im Digitalen nochmals andere Fragen der Ansprache bzw. der Vermittlungsstrategie stellen. Während analoge Räume Momente des Zufälligen enthalten und sich darüber Kontaktpunkte zu möglichen Publika herstellen lassen, tendieren digitale Räume im Sinne multipler öffentlicher Sphären zur Fragmentierung. Solche Filter Bubbles und Echokammern, wenn auch häufig hinsichtlich ihrer Geschlossenheit überschätzt, bieten wenig Offenheit. Webseiten von Museen und Galerien, Social-Media-Profile von Kunstinstitutionen und Galerien auf Instagram oder Facebook – sie alle unterliegen bereits einer Vorauswahl, kaum eine:r besucht sie so zufällig, wie es bei einer Adressierung im analogen Raum grundsätzlich möglich wäre. Selbst innovative Formate verpuffen dabei vor der Hermetik zeitgenössischer Kunst und der Vorauswahl ihres digitalen Publikums.

Letztlich ergibt sich aus kultursoziologischer Perspektive meiner Einschätzung nach folgendes Bild: Ein Großteil des Ausstellungs- und Vermittlungsprogramms vor allem zeitgenössischer Kunst findet aktuell

etwa über Performances, Artist Talks etc. digital statt und trifft dort strukturell auf mehr oder weniger genau dasjenige Publikum, das auch sonst vornehmlich zu den Besucher:innen zeitgenössischer Kunstinstitutionen gehört und entsprechend über ein relativ hohes kulturelles Kapital insgesamt sowie feldspezifische Vertrautheit verfügt. Eine Verlagerung in den Bereich des Digitalen stellt für diese überdurchschnittlich gebildete und mobile soziale Gruppe – seien es Protagonist:innen des künstlerischen Feldes, Student:innen künstlerischer oder kunst- und kulturwissenschaftlicher Studiengänge oder das interessierte, zumeist städtische und akademische Publikum um solche Institutionen herum – in der Regel aus einer Digital-Divide-Perspektive kein Hindernis dar und bedarf wenig zusätzlicher Vermittlung. Das heißt zugleich nicht, dass sich die häufig intensiven, affektiv besetzten sozialen Beziehungen der Kunstwelt um physische Veranstaltungen ohne Bruch digital übersetzen ließen. Wie deutlich etwa die Akteur:innen des Kunstmarktes – Künstler:innen, Sammler:innen, Galerist:innen etc. – von der Digitalisierung ihrer kommunikativen Beziehungen (untereinander und mit Kunstobjekten) betroffen sind, zeigen Buchholz et al. (2020).

Dennoch: Ist man ernsthaft daran interessiert, Publikumsbereiche außerhalb wechselseitiger Anerkennungsschulen zu erreichen, so ist meines Erachtens eine breite digitale Strategie gemeinsam mit einem partizipatorischen Vermittlungsansatz, der sich auf die digitalen Praktiken des Publikums einlässt und offen für ein gegenseitiges Involvement ist, notwendig. Beispielhaft sei auf den Umstand verwiesen, dass in der aktuellen Corona-Situation zahlreiche Vermittlungsprogramme weniger auf das Einüben kultureller Codes und die Vermittlung kunstbezogenen Wissens setzen, sondern vielmehr eine aktive Rolle in der Förderung sozialer Partizipation, im Community-Building und bei der Unterstützung familiärer Betreuungssituationen einnehmen (vgl. Cobby et al. 2020, McNaughton 2020, Wright 2020). Zugleich gehen mit der umfassenden Digitalisierung der Vermittlung wie überhaupt weitere Teile von Bildung und sozialer Beziehungen die Symptome einer „Digital fatigue“ einher, die das Ungenügen der viel beschworenen Digitalisierung entlarvt. Die Sehnsucht nach einem Jenseits des Digitalen und digitaler Technologien wird mit wachsender Dauer des Social Distancing größer. Die jüngsten Serverzusammenbrüche im Museum Ludwig und in der Kunsthalle Karlsruhe angesichts des Ansturms auf Tickets sprechen hiervon Bände. Nicht nur der Vermittlungsarbeit bleibt im Sinne

derer, an die sie sich richtet, zu wünschen, dass die ausschließliche Fokussierung auf das Digitale eine Episode bleibt.

*

Dr. Steffen Rudolph ist Kulturwissenschaftler und nach beruflichen Stationen an der Leuphana Universität Lüneburg und der Eberhard Karls Universität Tübingen seit 2019 an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg tätig.

Literatur

- Allmanritter, Vera, 2017. Audience Development in der Migrationsgesellschaft. Neue Strategien für Kulturinstitutionen. Bielefeld: transcript.
- Bourdieu, Pierre, Darbel, Alain und Schnapper, Dominique, 1966. L'amour de l'art. Les musées d'art européens et leur public. Paris: Minuit.
- Bruns, Axel, 2016. User-generated Content. In: Jensen, Klaus Bruhn und Craig, Robert T. (Hrsg.): The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy. Volume Four. Malden, MA: Wiley, S. 2107–2112.
- Buchholz, Larissa, Fine, Gary Alan und Wohl, Hannah, 2020. Art Markets in Crisis. How Personal Bonds and Market Subcultures Mediate the Effects of COVID-19. In: American Journal of Cultural Sociology, S. 1–15.
- Clough, G. Wayne, 2013. Best of Both Worlds. Museums, Libraries, and Archives in a Digital Age. Smithsonian Institution.
- Cobley, Joanna et al., 2020. Museums in the Pandemic. In: Museum Worlds 8 (1), S. 111–134.
- Council of Europe, 2018. Online Participation in Culture and Politics: Towards More Democratic Societies? Second Thematic Report Based on the Indicator Framework on Culture and Democracy April 2018. In: Council of Europe. <http://rm.coe.int/second-thematic-report-based-on-the-indicator-framework-on-culture-and/16808d2514>.
- Deursen, Alexander van und Dijk, Jan van, 2014. The Digital Divide Shifts to Differences in Usage. In: New Media & Society 16 (3), S. 507–526.

- DiMaggio, Paul, Hargittai, Eszter, Celeste, Coral und Shafer, Steven, 2004. Digital Inequality: From Unequal Access to Differentiated Use. In: Neckerman, Kathryn M. (Hrsg.): Social Inequality. New York: Russell Sage Foundation, S. 355-400.
- DiMaggio, Paul und Mukhtar, Toqir, 2004. Arts Participation as Cultural Capital in the United States, 1982-2002: Signs of Decline? In: Poetics 32 (2), S. 169-194.
- Gui, Marco und Argentin, Gianluca, 2011. Digital Skills of Internet Natives: Different Forms of Digital Literacy in a Random Sample of Northern Italian High School Students. In: New Media & Society 13 (6), S. 963-980.
- Iivari, Netta, Sharma, Sumita und Ventä-Olkkonen, Leena, 2020. Digital Transformation of Everyday Life – How COVID-19 Pandemic Transformed the Basic Education of the Young Generation and Why Information Management Research Should Care? In: International Journal of Information Management 55, Article 102183.
- Kirchberg, Volker, 1996. Museum Visitors and Non-Visitors in Germany: A Representative Survey. In: Poetics 24 (2-4), S. 239-258.
- Mandel, Birgit, 2013. Interkulturelles Audience Development. Bielefeld: transcript.
- McNaughton, Esther H., 2020. Art Gallery Education in New Zealand during COVID-19. In: Museum Worlds 8 (1), S. 135-148.
- Mihelj, Sabina, Leguina, Adrian und Downey, John, 2019. Culture Is Digital. Cultural Participation, Diversity and the Digital Divide. In: New Media & Society 21 (7), S. 1465-1485.
- Munder, Heike und Wuggenig, Ulf (Hrsg.), 2012. Das Kunstfeld. Eine Studie über Akteure und Institutionen der zeitgenössischen Kunst am Beispiel von Zürich, Wien, Hamburg und Paris. Zürich: Migros Museum für Gegenwartskunst/JRP Ringier.
- Reuband, Karl-Heinz, 2007. Partizipation an der Hochkultur und die Überschätzung kultureller Kompetenz. In: Österreichische Zeitschrift für Soziologie 32 (3), S. 46-70.
- Reuband, Karl-Heinz, 2016. Kulturelle Partizipation: Verbreitung, Struktur und Wandel. Eine Bestandsaufnahme auf der Basis repräsentativer Bevölkerungsumfragen für die Kulturpolitische Gesellschaft – Landeskulturbericht Nordrhein-Westfalen. Düsseldorf.

- Rössel, Jörg, 2009. Individuelle Ressourcenausstattung und der Zugang zum Feld der Kunst. In: Stichweh, Rudolf und Windolf, Paul (Hrsg.): Inklusion und Exklusion: Analysen zur Sozialstruktur und sozialen Ungleichheit. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 1–19.
- Rudolph, Steffen, 2019. Digitale Medien, Partizipation und Ungleichheit. Wiesbaden: Springer VS.
- Singer, Jane B., Hermida, Alfred, Domingo, David, Heinonen, Ari, Paulussen, Steve, Quandt, Thorsten, Reich, Zvi und Vujnovic, Marina (Hrsg.), 2011. Participatory Journalism. Guarding Open Gates at Online Newspapers. Chichester: Wiley-Blackwell.
- Wright, Denise, 2020. Engaging Young Children and Families in Gallery Education at Tate Liverpool. In: International Journal of Art & Design Education 39 (4), S. 739–753.
- Zillien, Nicole, 2006. Digitale Ungleichheit. Neue Technologien und alte Ungleichheiten in der Informations- und Wissensgesellschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.