

Pia Schramm

Museen, Social Media und Populismus. Eine ethnografische Studie einer kritischen Beziehung. Tübingen: Tübinger Vereinigung für Empirische Kulturwissenschaft e. V. 2025, 100 S. (Ludwig-Uhland-Institut für Empirische Kulturwissenschaft. Studien und Materialien, 53; zgl. Tübingen, Univ., Masterarb., 2022). ISBN 978-3-947227-23-5.

Die Masterarbeit von Pia Schramm, „Museen, Social Media und Populismus. Eine ethnografische Studie einer kritischen Beziehung“, ist die konsequente Fortsetzung ihrer wissenschaftlichen Mitarbeit in der internationalen Studie „Challenging Populist Truth-Making in Europe“ (2020–2025). Diese durch die Volkswagenstiftung geförderte Studie untersuchte die rechtspopulistischen Interventionen in die inhaltliche und darstellende museale Arbeit zwischen Deutschland, England und Polen.

Pia Schramm fokussiert in ihrer Masterarbeit die digitale Einflussnahme auf den Social-Media-Plattformen in der Museumslandschaft. Einleitend betont sie die Unterschiedlichkeit zwischen generell digitaler Kommunikation und der auf Social-Media-Kanälen im Besonderen, da diese sich in algorithmischer und emotionaler gegenseitiger Verstärkung wirkungsvoll steigern. Dadurch ist die Kommunikation kaum noch kontrollierbar. Der Widerspruch zwischen dem Anspruch der Museen, Partizipation ermöglichen zu wollen, und dabei der rechtspopulistischen Einflussnahme auf den Social-Media-Plattformen nicht mehr als Kommunikationspartner entgegen zu können, ist ein Dilemma, dem man nicht entrinnen, wohl aber begegnen kann. Die Steigerung, da nicht nur die Ausstellungen und die Inhalte in Museen angegriffen werden, sondern auch die Personen, die in einem Museum arbeiten, muss sorgsam bedacht werden und bedeutet die Bereitstellung größerer personeller Ressourcen.

Pia Schramm geht den leitenden Fragen nach, „wie sich populistische Einflussnahme im Digitalen praktisch vollzieht. Welche Diskurse werden durch sie hervorgebracht und wie verflechten sich Emotionen und Deutungsmacht populistisch agierender Akteur*innen?“ (S. 17). Dazu ergänzt sie in ihrer Untersuchung: „Eng mit dem Aufrechterhalten oder Abgeben von (Deutungs-)Macht verbunden ist auch das für museale Arbeit grundlegende, aber vulnerable Vertrauensverhältnis zwischen Museen und ihren Communitys, das auch in der Feldforschung immer wieder von den befragten Museumsmitarbeiter*innen reflektiert wurde. Das Gefühl, durch (digitale) Öffnung vulnerabel zu werden, steht nicht nur im engen Bezug zu der traditionellen (und institutionellen) Macht der Museen und ihrer Mitarbeitenden, sondern auch in Bezug zu veralteten Strukturen und fehlender Professionalisierung (auch diese wird immer wieder im Feld thematisiert)“ (S. 16).

Sie untersucht die populistische Kritik in der digitalen Kommunikation zu Museen unter den Kapitel-Bezeichnungen „Gendergaga“, „Wende 2.0“ und „Der Bun-

desdeutsche Schuld kult“, mit einem Exkurs zu den „Covidioten“. Ihre Untersuchungen basieren sowohl auf teilnehmender Beobachtung wie auf Interviews.

In ihrer Wortwahl nutzt Pia Schramm die wertende rechtspopulistische Sprache, die auf Emotionen der Nutzer*innen verweist. Damit trifft sie einen wunden Punkt in der musealen Aufarbeitung historischer Themen. Museen, mit ihrem Anspruch der wissenschaftlichen Aufarbeitung von Themen, haben es oft vermieden, ihr Publikum auch emotional anzusprechen. Der Garant für die Verständlichkeit von Themen genügte sich selbst oft mit akademischen Texten, mit Gestaltung, *Hands-on* und visuellen Medien. Doch der Zugang über das Gefühl, die Subjektivität des Gebrauchs, der Produktion oder auch der Zerstörung von Exponaten, die fast allen Themen immanent ist, wird häufig vermieden. Sie vermerkt: „Räume und Objekte – also auch Ausstellungen und Exponate – sind ebenso Emotionsspeicher, die unsere Emotionen mobilisieren können“ (S. 26 f.).

Ein emotionaler Zugang zu Inhalten scheint den Begleitprogrammen für unterschiedliche Zielgruppen vorbehalten. Und genau hier setzt Pia Schramm an: „So ist es vor allem das *Gefühl*, dass die eigene Wahrheit unterdrückt wird, und, dass Minderheiten und Eliten ‚dem Volk‘ *feeling rules* auferlegen, die den eigenen Ansichten und Emotionen widersprechen. Dies trägt maßgeblich dazu bei, dass (rechts-)populistisch-konservative Akteur*innen sich beispielsweise fremd im eigenen Land oder von der Regierung übergangen *fühlen* und aufgrund dessen mit populistischen Parteien und Haltungen sympathisieren“ (S. 24, Hervorh. i. Orig.).

Pia Schramm zitiert dabei Arlie Russell Hochschild, die schon in den 1980er Jahren argumentierte, dass emotionale Wahrnehmung nicht von Wahrheit abkoppelbar ist. Werden Emotionen der ‚gefühlten‘ Wahrheit scheinbar verboten, stärkt das den Glauben, unterdrückt zu sein. Positive und potenziellen Stolz hervorrufoende Momente einer national-historischen Narration werden in der rechtspopulistischen Wahrnehmung weniger betont als Momente der Schuld und der Scham. Gewünscht aber seien „comfort feelings“, eine nostalgische Welt, in der vieles weniger komplex schien. Die oft zitierte „Ostalgie“ erkennt Pia Schramm als Beispiel, um sich positiv vom Westen abzugrenzen. Dass Ostdeutschland gerade von Westdeutschen als Zentrum des Populismus ausgemacht wird, benennt sie richtigerweise als „fälschliche Wahrnehmung“. Diese häufig zitierte Meinung nutzt vor allem die AfD, um die Bevölkerung in den ostdeutschen Bundesländern als von den Westdeutschen „unterdrückt“ zu erklären. Damit gelingt die vertikale Interpretation von ‚oben‘ und ‚unten‘ für Ost- und Westdeutsche gleichzeitig perfiderweise perfekt.

Ihre Untersuchungen der Social-Media-Beiträge als Aktion und Reaktion für die genannten Themenfelder „Gendergaga“, „Wende 2.0“ und „Schuld kult“ machen immer wieder deutlich, wie die gefühlte Unterdrückung bei gleichzeitiger „stolzer Abgrenzung“ funktioniert. Rekurse z. B. auf christliche Normative um Gendersprache oder darauf, die Anerkennung der LGBTQ-Bewegung zu diffamieren, den fälschlichen

Bezug auf „Wir sind das Volk“ oder die Verächtlichmachung des Kniefalls von Willy Brandt sind notwendig, um zu verstehen, wie ein sich hochschaukelnder digitaler Protest funktioniert.

Für viele Museumsteams kann die Untersuchung von Pia Schramms feinfühli-ger Beobachtung hilfreich sein, um in der Planung, aber vor allem in der Umsetzung ihrer Arbeit das Einfallstor populistischer antidemokratischer Übergriffe und Interpretationen schmaler zu gestalten. Sie ergänzt ihre Arbeit mit praktischen Tipps von „betroffenen Museen“, z. B. nur einmal inhaltlich auf Falschdarstellungen zu reagieren, auf jeden Fall ausreichend Personal für die digitale Begleitung bereitzustellen, aber auch dem Hinweis darauf, dass *Shitstorms* und *Hatespeeches* weniger häufig sind als positive Reaktionen. Nichtsdestotrotz bleibt den Museumsteams die Frage nicht erspart, wie der Vergleich von „Einschränkungen zur Zeit der Covidpandemie“ mit „Konzentrationslagern“ (S. 83 ff.) in eine wahrhafte Balance gebracht werden kann. Das Selbstempowerment der Museen ist ein effektiver Ratschlag, der es den Museen aber abverlangt, sich selbst und dem wohlwollenden wie kritischen Publikum mehr zuzutrauen.

Claudia Glass, Basel/Frankfurt

<https://doi.org/10.31244/zekw/2026/01.27>