

Kurzbericht

Bericht zum Workshop *“Lernen im Museum: Die Rolle von Medien für die Resituierung von Exponaten“* im Deutschen Museum München, März 2006

Jörn Töpper, Tübingen, Email: j.toepper@iwm-kmrc.de

Monika Topper, Tübingen, Email: m.topper@iwm-kmrc.de

Maike Tibus, Tübingen, Email: m.tibus@iwm-kmrc.de

Lebenslanges Lernen hat in unserer modernen Wissensgesellschaft auch außerhalb der konventionellen ‚Lernräume‘ wie Schule und Universität einen hohen Stellenwert erlangt. Einen ‚Alternativraum‘, in dem *informelles Lernen* angeregt werden kann, stellen Museen dar. In dem von der Bund-Länder-Kommission (BLK) im Rahmen des Pakts für Forschung und Innovation geförderten Projekt *“Lernen im Museum: Die Rolle von Medien für die Resituierung von Exponaten“* wird das Museum als informeller Lernort zum Gegenstand interdisziplinärer Forschung.

Am 2./3. März 2006 fand in München ein Workshop statt, bei dem die Projektpartner Deutsches Museum München (DM), das Leibniz-Institut für die Pädagogik der Naturwissenschaften Kiel (IPN) und das Institut für Wissensmedien Tübingen (IWM) zur Diskussion geladen hatten. Es fand ein reger Austausch zwischen Vertreter/inne/n aus den Bereichen Wissenschaft, Ausstellungskonzeption und -gestaltung statt. Im Folgenden sollen einige zentrale Diskussionspunkte wiedergegeben werden.

Ein Großteil der Diskussionsbeiträge beschäftigte sich mit Möglichkeiten des Einsatzes neuer Medien im Museum.

Stefan Iglhaut, Ausstellungsmacher und Kulturmanager in Berlin, schlägt drei Formen des Medieneinsatzes in Ausstellungen vor: den *inhaltlich didaktischen Typus*, *Medien als Modell/Substitut* und *Medien zur Ausstellungsgestaltung*. Der erste Typus beinhaltet z.B. objekterläuternde Audioguides, die zielgruppenspezifische Informationen über einzelne Objekte der Ausstellung vermitteln. Beim zweiten Typus werden die Medien selbst zum Objekt und bieten sich Besucher/inne/n als Simulation, Animation oder Dokumentarfilm dar. Der dritte Typus ist die ‚emanzipierte‘ Form des Medieneinsatzes: Medien dienen nicht mehr nur als Sensation und ‚Anhängsel‘, sondern als immersiv erlebbarer, eigener Auftritt in Ausstellungen.

Ein Beispiel für Medien als inhaltlich didaktische Resituierung des eigentlichen Ausstellungsobjekts stellte Dr. Stephan Göbel vom Zentrum für Graphische Datenverarbeitung in Darmstadt (ZGDV) vor. In Zusammenarbeit mit dem Naturmuseum Senckenberg in Frankfurt am Main und T-Online wurde auf Basis des *Interactive Storytelling-Ansatzes* ein umfassendes Szenario zum Einsatz neuer Medien im Naturmuseum entwickelt. Es beinhaltet u.a. Terminals vor einem Saurierskelett, die das nicht mehr Sichtbare des Sauriers wie Haut, Bewegung oder natürliches Umfeld erlebbar machen. Eine weitere Anwendung stellt eine Website zur Vor- und Nachbereitung des Museumsbesuchs dar, eine Möglichkeit, die hier zu Lande von Besucher/inne/n nicht allzu sehr in Anspruch genommen wird.

Dazu berichtete auch Valentin Spiess von der iart interactive AG in Basel von seinen Erfahrungen in Japan. Bei der Gestaltung des Schweizer Pavillons zur EXPO 2005 wurde festgestellt, dass die Nachbereitung im Internet sehr stark in Anspruch genommen wurde. Spiess betonte in diesem Zusammenhang, dass neue Medien bei der Gestaltung von Ausstellungen nur eine den Inhalt ergänzende Funktion übernehmen können. Erst wenn die Besucher/innen intuitiv mit den Medien interagieren, könnte das Spannungsfeld zwischen realer und virtueller Welt überwunden werden. Durch den Gestaltungsgrundsatz *“function follows content“* sollten die Besucher/innen die Dinge besser begreifen und nicht in *“wilde, vom Objekt ablenkende Spielerei verfallen“*.

Ein sinnvolles Miteinander von Medieneinsatz und Ausstellung, ohne dass diese in direkter Konkurrenz zueinander stehen, formulierte auch Prof. Uwe Brückner vom Atelier Brückner in Stuttgart. Er erweitert die Interaktion um eine dritte Ebene, den Raum. Im Ausstellungsraum sollten Medien nicht additiv, sondern integrativ entwickelt werden, um den Dialog zwischen Inhalt und Rezipient/in zu fördern. Nach dem Prinzip *“form follows content“* präsentieren sich Raum, Ausstellung und Medien als Einheit und bedingen sich gegenseitig.

Prof. HG Merz, Architekt und Ausstellungsgestalter aus Stuttgart, stellte in seinem Vortrag eindrucksvoll das neue Mercedes-Benz Museum vor. Dieses hat den Anspruch, den Besucher/inne/n zahlreiche und innovative *Medienattraktionen* zu präsentieren. Großformatige Filmprojektionen zum Mythos der Silberpfeile wechseln sich mit hands on-Applikationen zur Vertiefung technischer Abläufe ab. Die verschiedenen Einsatzformen von Medien sollen hier primär die Besucher/innen in den Bann der Ausstellung ziehen.

Demgegenüber stand der Wunsch von Dr. Cornelia Kemp vom Deutschen Museum, die einzigartige Ausstrahlung des Objekts (Aura) in den Mittelpunkt des Rezeptionsprozess beim Besucher zu stellen. Die *Aura* spezifiziert das Ausstellungsobjekt durch dessen Einmaligkeit, die Bindung an einen Ort und die Einbettung in eine Geschichte. Durch den bewussten Verzicht auf neue Medien zur Resituierung soll die natürliche Ausstrahlung des Objekts erhalten bleiben und nicht durch den Einsatz von Medien gestört werden.

Nachdem Für und Wider des Einsatzes neuer Medien diskutiert wurden, stellte sich immer wieder die Frage nach ihrer Wirkung. Sehr kontrovers wurden die möglichen Bedürfnisse der Besucher/innen zur Kontextualisierung von Objektinformationen erörtert. Aufschluss darüber brachten die Diskussionsbeiträge aus dem Bereich der Besucherforschung - inwieweit sind von den Besucher/inne/n Medien zur Resituierung in einer Ausstellung tatsächlich erwünscht, wie werden diese genutzt und wie sollten sie gestaltet sein?

Prof. Dr. Heiner Treinen untersuchte in einer Telefonbefragung 30.000 Haushalte aus dem Einzugsgebiet des Hauses der Geschichte in Bonn. Fragen nach der Erwartung (*Antizipation*) vor dem Betreten der Ausstellung zeigten, dass sich Besucher/innen in Vorwissen und Interesse stark unterscheiden. Die Besucher/innen des Museums elaborieren und erinnern Ausstellungsinhalte stärker, wenn sie sich während bzw. im Anschluss an den Ausstellungsbesuch in einer *sozialen Situation* befinden, in der sie sich mit anderen über die Ausstellungsinhalte austauschen. Bei der Frage, woran sich Besucher/innen nach der Ausstellung noch erinnerten (*Selektion der Erinnerung*), zeigte sich, dass neue Medien nur eine periphere Rolle spielen. Zusammenfassend ergeben sich für Treinen *drei Logiken des Erinnerns*, die beachtet werden müssen: *Antizipation* - Vorwissen, Interesse und Empathie - *Situation* - Führung, soziale Situation - und *Selektion der Erinnerung*.

Als Konsequenz aus den Ergebnissen zur Selektion der Erinnerung schreibt Treinen den neuen Medien nur eine geringe Bedeutung bei der Elaboration von Objektinformationen zu.

Im Gegensatz zu Treinen sieht Dr. Annette Noschka-Roos, Deutsches Museum München, eine lernförderliche Funktion von neuen Medien im Museum. Um das informelle Lernen im Museum zu unterstützen, müssen sich die neuen Medien an die *kognitiven Bedürfnisse* der heterogenen Besuchergruppen anpassen.

Weitere Voraussetzungen für den Einsatz neuer Medien im Museum nannte Dr. Annette Scheersoï aus Frankfurt am Main in ihrem Vortrag. Als Voraussetzungen für einen gewinnbringenden Einsatz von Computern in Ausstellungen nennt sie sowohl sinnvolle Programminhalte als auch gestalterische Vorgaben. Beide Kriterien sollten sich an der Zielgruppe und der generellen Besucherstruktur des Museums orientieren. Anhand einer Besucherbefragung stellte sich heraus, dass Kinder z.B. einen eher spielerischen Einsatz des Computers erwarten und gern selbst aktiv werden. Erwachsene hingegen treten als sehr heterogene Gruppe mit unterschiedlichen Vorerfahrungen und Erwartungen bei der Nutzung von Computern auf. Ältere Besucher/innen benötigen ein einfach zu benutzendes Interface und bevorzugen Sitzgelegenheiten. Generell wecken Computer zwar das Interesse der Besucher/innen, nach Scheersoï können und sollen sie aber nicht als ‚Allzweckwaffe‘ im Museum eingesetzt werden. Geeignet sind Computer vielmehr als interaktive Hilfsmittel bei der Erschließung der eigentlichen Exponate.

Der Workshop zeigte das Spektrum des Einsatzes neuer Medien im Museum. In den Diskussionen wurden immer wieder die Interaktionen zwischen Medien, Exponat und Besucher/inne/n erörtert. Es wurde der Frage nachgegangen, inwieweit Medien in einer Ausstellung selbst als Objekte oder als ergänzende Applikationen in Erscheinung treten können. Im letzteren Fall wurden verschiedene Arten des Einsatzes vorgestellt; eine davon ist die *Kontextualisierung/Resituierung* des Objekts. Diskutiert wurde, ob neue Medien in diesem Fall zusätzliche Informationen vermitteln können, um die elaborierte Auseinandersetzung mit den Objekten zu fördern. Kontroverse Meinungen zeigten sich bei der Frage, inwieweit bei der Resituierung die *Aura* eines Objekts überstrahlt wird. Es wird die Gefahr gesehen, dass die natürliche Ausstrahlung des Exponats durch den Einsatz neuer Medien gestört werden könnte. Die Diskussion zeigte ebenfalls, dass Medien im Museum nicht notwendigerweise didaktische Aufgaben erfüllen müssen. Sollte das intendiert sein, dann müssen neue Medien bestimmten Kriterien entsprechen, um tatsächlich vertiefte Informationen zu übermitteln. Die Resituierung von Objekten beispielsweise durch Filme, virtuelle Welten oder „augmented realities“ ermöglicht die adaptive Informationsvermittlung an ein heterogenes Publikum. Dabei werden *individuelle und kollaborative Lernprozesse* im Sinne des informellen Lernens unterstützt.

Die Diskussionspunkte des Workshops werden sich zukünftig als Forschungsgegenstand innerhalb des Projekts widerspiegeln. Um diesen zu konkretisieren, finden weitere projektinterne Workshops statt, die sich inhaltlich mit theoretischen Konzepten, konkreten Fragestellungen und geeigneten Methoden auseinandersetzen.