

Seit einigen Jahren haben Museen erkannt, dass das Internet Möglichkeiten der Kommunikation bietet, die für die Vermittlungsarbeit genutzt werden können. Begleitend zu Ausstellungen entstehen Online-Auftritte, deren Ziel darin besteht, den Benutzer auf die Ausstellung aufmerksam zu machen, ihn zu einem Besuch anzuregen, oder ihm Materialien für die Nachbereitung bereitzustellen. Andere Museen machen über das Internet ihren Sammlungsbestand virtuell zugänglich und versuchen darüber das Interesse für einen Besuch zu wecken. Diese Projekte sollten keinen Ersatz für den realen Besuch sein, sondern zusätzliche Anregungen liefern und tiefere Einblicke in die Thematik ermöglichen. Nur im Original ist das Objekt wirklich erfahrbar. Der Online-Auftritt kann aber helfen, die Ausstellung, die Sammlung oder das Museum bekannt zu machen, es einem breiten Interessenskreis zugänglich zu machen und den Wunsch für einen Besuch zu wecken. Doch mit Datenbanken, Online-Galerien und Broschüresseiten werden die Potentiale des WWW nicht ausgeschöpft. Diese Projekte geben dem Rezipienten wenig Anregung für eine intensive Auseinandersetzung mit den Inhalten. Daraus resultiert die Frage, wie das Instrumentarium der Multimedia-Technologie für eine adäquate und zeitgemäße Vermittlung genutzt werden kann. Welche Gestaltungsmöglichkeiten bietet das World Wide Web, um den Benutzer an die Inhalte heranzuführen und Bedeutungsfelder der musealen Objekte transparent zu machen?

Eine adäquate und zeitgemäße Vermittlung

Untersuchungen haben ergeben, dass vielen Besuchern die Bedeutungsinhalte der ausgestellten Objekte nicht ersichtlich sind. Diese liegen häufig hinter den Wesenseigenschaften des Artefaktes verborgen und gehen nicht aus dessen materieller Existenz hervor. Eine theoriefreie Betrachtung beschränkt sich daher auf bereits bekannte Assoziationsfelder. Der Rezipient sieht das, was er bereits kennt, was er einordnen kann und an seine Erfahrungswelt anschließt. Neue Inhalte werden darüber nicht zugänglich gemacht. Museen haben dies erkannt und eine Vielzahl unterschiedlicher Angebote entwickelt, die als unterstützende Maßnahmen verstanden werden können. Inszenierte und kontextgebundene Ausstellungen, Führungen und Kiosksysteme, Kataloge und CD-ROMs haben alle das Ziel, den Rezipienten Zugang zu Schichten des Objektes oder Themas zu bieten, die ihm zuvor verschlossen blieben.

Vermittlungsangebote können jedoch keine Inhalte übertragen. Sie können nur Anregungen und Impulse für eine individuelle Auseinandersetzung geben. Diese Annahme beruht auf einer systemtheoretischen Sichtweise und geht davon aus, dass das Bewusstsein ein geschlossenes System ist, das sich zwar durch externe Reize verändert, aber nicht gezielt geformt werden kann. Diese Theorie geht aber auch davon aus, dass neue Bewusstseinszustände immer nur aus bereits vorhandenen Zuständen hervorgehen. Durch Kommunikation werden Impulse für eine Veränderung gegeben und die Komplexität des Systems gesteigert. Daher ist eine Anknüpfung an die Erfahrungen des Benutzers eine wichtige Voraussetzung dafür, dass sich etwas verändern kann. Ohne diese Anschlussfähigkeit bleibt das Angebot an Kommunikation eine bloße Wahrnehmung, aber führt zu keiner wirklichen Veränderung.

Verstehen wir also Vermittlung als eine Form der Kommunikation, dann wird ersichtlich, dass auch diese keine Inhalte im Bewusstsein des Rezipienten festschreiben kann. Sie

kann nur als ein Angebot verstanden werden. Ein Angebot, das dem Betrachter Anregungen gibt, ihn inspiriert und an neue Inhalte heranführt. Der Rezipient sollte durch Vermittlung angeregt und ermutigt werden aus den möglichen Bedeutungsebenen eigene Gedanken zu entwickeln und eine eigene Position zu dem Objekt einzunehmen. Als eine adäquate und zeitgemäße Vermittlung betrachte ich somit Kommunikationsangebote, die den Rezipienten Zugang zu neuen Inhalten eröffnen. Angebote, die den Benutzer an die Inhalte heranführen und eine Auseinandersetzung anregen, die Bedeutungsaspekte transparent machen, aber keine Inhalte festschreiben. Vielmehr sollte Vermittlung mögliche Verstehensweise aufzeigen und das Ziel haben eine Positionierung des Betrachters hervorzurufen. Um dieses zu erreichen muss Raum für eigene Assoziationen und Gedankenführungen gelassen werden.

Damit der Rezipient aber bereit ist, sich auf die Inhalte einzulassen, muss sein Interesse dafür geweckt werden. Es muss die Bereitschaft und der Wunsch bestehen, sich mit den Inhalten auseinanderzusetzen zu wollen. Eine wesentliche Aufgabe der Vermittlung besteht daher darin, dieses Interesse des Benutzers zu wecken. Die eigentliche Auseinandersetzung mit den Inhalten kann nur der Rezipient selber führen.

Vermittlung kann nur zu dieser vertiefenden Beschäftigung anregen und Impulse geben. Sie kann eine Umwelt schaffen, in der der Benutzer Lust verspürt tiefer in die Inhalte einzusteigen. Die besondere Kunst besteht darin, das Interesse des Rezipienten zu wecken und gleichzeitig wissenschaftlich fundiertes Material für eine detaillierte Auseinandersetzung bereitzustellen. Wie ist es nun möglich im WWW das Interesse des Benutzers für die Objekte und Themengebiete zu wecken und ihn zu einer intensiven Auseinandersetzung anzuregen? Bevor ich dies anhand von einigen Fallbeispielen erläutere, möchte ich zunächst auf das Instrumentarium der Multimedia-Technologie eingehen. Aus den grundlegenden Eigenschaften des WWW resultieren dessen Gestaltungsmittel, die für die Online-Vermittlung genutzt werden können.

Das Instrumentarium der Multimedia-Technologie: Grundlegendes zum World Wide Web

Hypertext-Struktur

Das World Wide Web basiert auf einem Verweissystem, bei dem ein Dokument mit einem anderen verbunden ist. Hyperlinks verknüpfen die einzelnen Seiten miteinander, so dass eine nicht-hierarchische und nicht-lineare Struktur von Dokumenten entsteht. Aus diesem Strukturprinzip ergibt sich ein flexibler Zugang zu großen Informationsmengen. Jedes Webprojekt baut auf dieser Struktur auf. Es besteht aus vielen kleinen Informationseinheiten, die auf vielfältige Weise miteinander verknüpft werden können. Dabei gibt es ganz unterschiedliche Arten der Vernetzung, die in ihrer Komplexität sehr variieren können. Man unterscheidet zwischen linearen, hierarchischen und netzartigen Strukturen:

Lineare Struktur

Bei einem linearen Aufbau ist die Abfolge der Informationsmodule ähnlich den Seiten eines Buches sequentiell angeordnet. Der Benutzer kann nur diesem vorgegebenem Ablauf folgen. Gelegentlich sind bei linearen Anordnungen auch Nebenzweige eingebunden. Diese liegen außerhalb dieser Reihenfolge und können bei Bedarf vom Benutzer herangezogen werden. Eine individuelle Auswahl an möglichen Wegen der Informationsaneignung ist jedoch nicht möglich.

Hierarchische Struktur

Bei Webprojekten mit einem hierarchischen Informationsaufbau sind die Informationen in verschiedene Ebenen gegliedert. Von übergeordneten, allgemeinen Rubriken gelangt der Benutzer zu nachgeordneten Kategorien mit spezielleren Inhalten. Zur Veranschaulichung eignet sich das so genannte Baummodell.

Das Baummodell lässt aber auch Verknüpfungen zwischen den Bereichen zu. Direktverbindungen können vor allem dann nützlich sein, wenn dem Benutzer auch Inhalte aus anderen Bereich zugänglich sein sollen, ohne dass er dabei zusätzliche Wege geht. Über diese Querverweise wird die Hierarchiestruktur bedingt umgangen. Aus Gründen der Übersichtlichkeit und Orientierung sollte für den Benutzer aber klar ersichtlich sein, dass er sich in einem anderen Bereich befindet und Wege aufgezeigt werden, die signalisieren, wie er wieder zur Ausgangssituation zurück kommen kann.

Netzstruktur

Die Netzstruktur greift den charakteristischen Aufbau des WWWs auf und erscheint daher zunächst am ehesten adäquat für das Web zu sein. Assoziativ werden Einheiten miteinander in Beziehung gesetzt und können vom Benutzer experimentell erforscht werden. Dieser braucht keiner vorgegebenen Ordnung zu folgen, sondern kann sich spontan von seinen Interessen leiten lassen.

Damit wird deutlich, dass Hypertext-Systeme aus vielen kleinen Informationseinheiten bestehen, die auf vielfältige Weise miteinander verknüpft werden können. Aufgrund dieser Struktur können Informationen in immer neue Kontexte gestellt werden und vom Benutzer individuell erschlossen werden. Doch sollte bei der Konzeption dieser Systeme berücksichtigt werden, dass die Komplexität der Anwendung nicht zu Verwirrung und Verunsicherung führt. Menschen bilden von der Struktur ihrer Umwelt eine subjektive Vorstellung. Diese ermöglicht ihnen die Orientierung in räumlichen Umgebungen, die aufgrund ihrer Größe nicht durch unmittelbare Sinneswahrnehmung erfasst werden können. Psychologen sprechen in diesem Zusammenhang von kognitiven Karten (cognitive maps), die das Verhalten im Raum steuern. Vergleichbar den Erlebnissen im realen Raum entsteht auch im WWW ohne eine räumliche Vorstellung Orientierungslosigkeit, die zu Verunsicherung führt. Ohne zu wissen welche Teile des Systems bereits bekannt sind, was es noch zu entdecken gibt, wo es wieder zum Anfang oder einer bestimmten Stelle geht, sind Benutzer sehr leicht verunsichert. Dies kann dazu führen, dass es zu einem wahrlosen umherklicken kommt oder der Benutzer beendet das Programm vorzeitig und kehrt wahrscheinlich auch nicht wieder zurück. Andererseits widerspricht es der Struktur des Mediums, wenn die Informationseinheiten ausschließlich linear aneinander gekettet sind. Bei einer derartigen Verknüpfung wird das Potential des Mediums, das unter anderem darin besteht, dass unterschiedliche Nutzer mit unterschiedlichen Vorkenntnissen, Erwartungen und Verhaltensweisen ihren persönlichen Interessen nachgehen können, nicht ausgeschöpft.

Es ist daher genau zu prüfen, welche Informationsarchitektur der Anwendung angemessen erscheint und ggf. verschiedene Strukturen miteinander zu verbinden. Vor allem sollten aber Bereiche sichtbar voneinander unterschieden werden und Wege nachvollziehbar bleiben. Der Benutzer braucht diese Sicherheit, um motiviert zu sein, das System zu nutzen. Die Anwendung sollte daher dem Benutzer Wege aufzeigen, ohne den freien Zugriff einzuschränken.

Der multimediale Aspekt

Die Entwicklungsgeschichte des WWW ist noch relativ jung und beginnt im Jahr 1989. Doch in diesen 16 Jahren hat sich das Medium stetig erweitert. Zunächst war es darauf ausgelegt Text-Dokumente miteinander zu vernetzen. Kurz darauf kamen Bilder hinzu und heute sind komplexe Anwendungen mit dynamischen Medien wie Sound, Animationen und Video möglich. Schnellere Übertragungsraten und Ergänzungsmodule wie ‚Flash‘ haben zu einer Erweiterung der Präsentationsformen geführt und neue Darstellungsmöglichkeiten eröffnet. Mit Hilfe von dynamischen Medien wie Animationen und Videodateien können Prozesse und Abläufe visualisiert werden, die schrittweise Veränderungen sichtbar machen. Diese sind zeitabhängige Medien, die einem vorgegebenem Ablauf folgen und eine Ergänzung zu den statischen Medien Bild und Text bilden.

Die multimedialen Möglichkeiten des WWW bringen aber nicht nur neue Formen der Darstellung mit sich, sie rufen auch neue Gestaltungsstrategien hervor. Der Einsatz dieser unterschiedlichen Medien ist für die Vermittlung aus zwei Gründen bedeutsam:

1. Werden durch die multisensorischen Sinneseindrücke einzelne Sinne entlastet, so dass die Leistungsfähigkeit gesteigert wird.
2. Der gezielten Einsatz dieser Medien erhöht die Aufmerksamkeit des Benutzers.

Bilder, Sound und Texte üben Reize auf den Rezipienten aus, die als aktivierende Prozesse aufgefasst werden können. Man unterscheidet zwischen emotionaler Reizwirkung (Freude, Schrecken, Überraschung, Vergnügen, Interesse, Schmerz, Entsetzen, Abscheu u.a.), kognitiver Reizwirkung (gedankliche und rationale Prozesse) und physischer Reizwirkung (z.B. Größe und Farbe von Bildern). Der Benutzer wird bei einem gezielten Einsatz in eine innere Erregung versetzt und mit Spannung erfüllen. Durch diese Reizwirkung wird das Verhalten des Rezipienten angetrieben und seine Bereitschaft für die Zuwendung zu den Inhalten erhöht.

Verbale Ausdrucksformen sind beispielsweise persönlicher als gedruckte Texte, da sich durch die Stimme ein Gefühl von Nähe einstellt. Die Stimmelage, Ausdruck oder Betonung der einzelnen Worte vermitteln einen persönlichen Eindruck. Sie hinterlassen eine subjektive und emotionale Wirkung beim Rezipienten und erhöht dadurch dessen Aufmerksamkeit.

Bilder sind ein wichtiges Gestaltungsmittel. Sie sagen nicht nur ‚mehr als tausend Worte‘, sie sind auch direkter als Worte. Sie lösen natürliche emotionale Reize aus, ohne gedankliche Kontrolle. Damit haben sie eine größere Erlebniswirkung und sollten daher Bestandteil der Vermittlungsstrategie sein.

Musik kommt nur in den wenigsten Projekten zum Einsatz und wird scheinbar vielfach unterschätzt. Dabei haben Elemente wie Melodie, Modulation, Tempo und Lautstärken eine hohe emotionale Wirkung. Moll wird als melancholisch, traurig und geheimnisvoll erlebt. Schnelle Tempi rufen den Eindruck von Fröhlichkeit, Heiterkeit oder Unruhe hervor.

Das Ziel dieser Reizwirkung liegt in der Steigerung der Aufmerksamkeit und Motivation. Der Benutzer soll zu einer Auseinandersetzung mit den Inhalten angeregt werden. Die Multimedia-Technologie bringt Möglichkeiten mit sich, diesen Prozess positiv zu beeinflussen. Berücksichtigt man die Tatsache, dass beispielsweise Lesen am Monitor für den Rezipienten anstrengend und ermüdend ist, dann lässt sich durch die Nutzung unterschiedlicher Medientypen die Bereitschaft des Benutzers erhöhen.

Die Entscheidung für eine visuelle Präsentation, eine akustische oder eine Kombination ist behutsam zu treffen. Generell haben Menschen nur eine begrenzte Aufnahmekapazität. Ist diese erreicht wirken die Informationen störend und ablenkend. Bei einer Reizüberflutung wird die positive stimulierende Wirkung des Reizes ins Negative umgekehrt. Es ist daher zu raten eher weniger als zu viele Inhalte auf einem Screen zu präsentieren. Dieses gibt für die Kombination von visuellen und akustischen Informationen ebenso wie für rein visuelle Repräsentationen, denn ein zu langer Text oder eine Fülle von Bildern kann den Rezipienten auf die gleiche Weise überfordern wie permanente Hintergrundgeräusche.

Das Web als hypermedialer Raum

Die Bezeichnung ‚Hypermedia‘ bildet eine Begriffsverknüpfung von ‚Hypertext‘ und ‚Multimedia‘. Hypermediale Systeme basieren auf dem Konstruktionsprinzip von Hypertext-Struktur, können aber neben Texten und Bildern auch andere Medien integrieren. Das World Wide Web schließt diese beide Komponenten ein. Es beruht auf einer Hypertext-Struktur und bietet damit die Möglichkeit, beliebige Informationsstrukturen bilden zu können. Leistungsstarke Computer und schnellere Übertragungsraten haben zur Implementierung weitere Medientypen geführt, die parallel ablaufen können. Während der Begriff Hypertext die Struktur des World Wide Web beschreibt, berücksichtigt die Bezeichnung Hypermedia die Möglichkeit Inhalte auf medial unterschiedliche Weise zu präsentieren.

Aus diesem Verständnis heraus ergeben sich Konsequenzen für die Konzeption von Web-Projekten. Es wird ersichtlich, dass die Gestaltung sich nur begrenzt an den bekannten Gestaltungskriterien des Printbereichs orientieren kann. Das Web ist keine 2-dimensionale Fläche, die durch die Ausmaße des Bildschirms definiert wird, sondern ein 4-Dimensionaler Raum. Dieser gliedert sich in Höhe und Breite des Bildschirms, schließt aufgrund dynamischer Medien die Komponente der Zeit ein und wird bestimmt durch die Tiefe der Informationsarchitektur. Diese Eigenschaften des Mediums gilt es bei der Konzeption als strategische Kategorie einzubinden.

Das World Wide Web erlaubt aufgrund seiner Struktur einen maßvollen Umgang mit Informationen. Die Informationen können auf verschiedene Einheiten aufgeteilt werden und individuell erschlossen werden. Der Benutzer hat dann die freie Auswahl und den selbständigen Zugriff auf das vorhandene Informationsmaterial. Er selbst bestimmt auf welche Informationen er zugreift und auf welche nicht. Die Herausforderung für den Autor dieser Anwendungen besteht nun darin, das Informationsangebot so aufzubereiten und miteinander in Beziehung zu setzen, dass der Benutzer angeregt wird tiefer in der Informationsstruktur vorzudringen. Hierfür muss zunächst sein Interesse und Neugierde geweckt werden. Er muss motiviert werden sich mit den Inhalten auseinanderzusetzen. Um dieses zu erreichen müssen sowohl die einzelnen Einheiten inspirierend und anregend gestaltet sein, als auch deren Verknüpfungen. Es reicht somit nicht aus Informationen bereitzustellen. Sie müssen vor allem mediengerecht aufbereitet sein.

Drei Gelungene Fallbeispiele aus dem Bereich der Online-Vermittlung

Making Sense of Modern Art

Museum of Modern Art in San Francisco (SF MoMA)

Making Sense of Modern Art ist das Kernprojekt des interaktiven Lernprogramms des *SF MoMA*. Es ist Teil des Museumsprogramms *Bridging the Gap: From Real Art to Virtual Learning*, das versucht eine Verbindung herzustellen zwischen der direkten Erfahrung des Besuchers mit dem Kunstwerk im Ausstellungsraum und der wachsenden Anzahl von Multimediaanwendungen. Mit dem Relaunch im Jahr 2000 ist die zweite Fassung des Projektes erschienen, die dank eines dreijährigen Förderpreises des *Institute for Museum and Library Services (IMLS)* im September 2002 noch erweitert werden konnte.

Das Museum nutzt die erarbeiteten Inhalte des Projektes für verschiedene Ausgabegeräte. Besucher des Museums können innerhalb des Hauses über Kiosksysteme in der Ausstellung oder im Koret Visitor Education Centers auf das Projekt zugreifen. Neben der museumsinternen Nutzung findet es auch Verwendung im WWW.

Im Mittelpunkt der Anwendung *Making Sense of Modern Art* steht das künstlerische Objekt mit seinen vielfältigen Bedeutungsebenen. Die künstlerischen Arbeiten sind hierfür in verschiedene Bezugsfelder eingebunden über die der Benutzer an die Werken herangeführt wird. Aus dem Zusammenspiel von wissenschaftlichen Erkenntnissen und subjektiven Erinnerungen geben sich differenzierte Betrachtungsweisen auf die künstlerischen Arbeiten.

Über Geschichten, die aus kunsthistorischer Sichtweise Relevanz besitzen, und Fragen, die die Benutzer haben, wird der Benutzer an verschiedene Aspekte des künstlerischen Objektes herangeführt. Neben generellen Informationen von Kuratoren und Kunsthistorikern eröffnen subjektive Stellungnahmen von Künstlern eine differenzierte Sichtweise auf die Objekte. Der Benutzer erkundet in abwechslungsreich gestalten und strukturierten Einheiten das Bedeutungsgeflecht, in dem sich das Objekt konstituiert. Dabei geht es weniger um eine systematische und vollständige Analyse aller Bedeutungsebenen, als vielmehr um ein exemplarisches Vorgehen ausgewählter Aspekte.

Die Einbindung unterschiedlicher Medien und Quellen gemeinsam mit der grafischen Umsetzung unterstützt und fördert die Auseinandersetzung mit den Inhalten. Eine betont benutzerfreundlicher Navigation in Form von übersichtlichen Seiten mit einem maßvollem Umgang mit Informationen und eindeutigen Symbolen spiegelt die inhaltlich angestrebte Transparenz des künstlerischen Bezugsfeldes wider und setzt dies auf formaler Ebene um. Eine anregende Dramaturgie und spannende Geschichten über die Kunstwerke geben Reize, die zur intensiven Auseinandersetzung anregen. Durch die Kombination von fundierten wissenschaftlichen Informationen und subjektiven Berichten wird nicht nur das Interessen des Benutzers geweckt, sondern auch seine Positionierung gefördert.

Lewis and Clark: The National Bicentennial Exhibition' *Missouri Historical Society*

Das Projekt *Lewis and Clark: The National Bicentennial Exhibition* ist ein Webauftritt, der begleitend zur gleichnamigen Wanderausstellung realisiert wurde und diese öffentlichkeitswirksam unterstützt. Die *Missouri Historical Society* beauftragt als Initiator der Ausstellung die Agentur *Terra Incognita Productions* mit diesem Projekt, das von Bart Marable geleitet wurde. Anlässlich der 200. Jahresfeier der Entdeckungsreise von Captain Meriwether Lewis und Captain William Clark wurde eine nationale Wanderausstellung konzipiert, die im Zeitraum von Januar 2004 und September 2006 an fünf verschiedenen Orten in den USA zu besuchen ist.

Das Projekt gliedert sich in drei Bereiche, die nicht nur inhaltlich unterschiedliche Schwerpunkte setzen, sondern sich auch an verschiedene Zielgruppen richten. Sie unterscheiden sich durch den Zugriff auf das historische Artefakt und der inhaltlichen Umsetzung. Die Informationsarchitektur ist jedoch so angelegt, dass der Benutzer sich zwischen diesen Bereichen fließend bewegen kann. Er kann über den chronologischen Zugriff der Reise auch thematische Gebiete kennen lernen oder das historische Artefakt im Einzelnen genau betrachten und die wissenschaftlichen Zuschreibungen einsehen. Eine Unterteilung in Zielgruppen wird somit zugunsten einer interessen geleiteten Navigation aufgegeben. Das Projekt macht damit deutlich, wie durch eine mehrschichtige Informationsarchitektur unterschiedliche Benutzergruppen bedient werden können und diese ihren persönlichen Interessen und Kenntnisstand folgen können. Geführt wird der Benutzer dabei von einer Navigation, die in Teilen mit den Inhalten zusammenfließt. Dies wird am Beispiel der Reiseroute im Bereich ‚Journey‘ anschaulich: Hier ist das Navigationsinstrument kein Fremdkörper oder eine rein mediale Eigenschaft, die dem Benutzer hilft von einer Informationseinheit zur nächsten zu gelangen, sondern selbst Teil des Inhaltes. Die Karte vermittelt grundlegende Inhalte über die Reise und führt den Benutzer gleichzeitig an vertiefende Aspekte heran. Die medialen Eigenschaften und der Inhalt fließen hier zusammen.

Eine inhaltliche Vertiefung wird aber auch durch eine multimediale Dramaturgie gefördert. Das abwechslungsreiche Screendesign, verschiedene mediale Präsentationsformen und verschiedenen Stufen der Interaktivität binden den Benutzer verstärkt an das Dargestellte und ermöglichen ein positives Erleben. Das Projekt nutzt dabei besonders die Möglichkeit Inhalte auf verschiedene Informationseinheiten aufzugliedern und den Benutzer über ein reduziertes Informationsangebot und differenzierte Darstellungsformen anzuregen innerhalb der Anwendung fortzufahren.

Die Geschichte der Reise zieht sich dabei durch alle Bereiche. Sie dient als verbindendes Element, dass in unterschiedlicher Form umgesetzt wird. Im Bereich ‚Journey‘ werden über die Reise grundlegende Informationen über Ort und Zeit der Expedition gegeben, während im Bereich ‚Themes‘ der thematische Bezug erfolgt. Die Objekte werden in diese Geschichten eingebunden und gelten als Beleg für die Ereignisse. Die wissenschaftlichen Fakten können dabei zu jedem Objekt optional angezeigt werden.

Virtueller Transfer Musée Suisse *Schweizerisches Landesmuseum Zürich*

Das Projekt *Virtueller Transfer Musée Suisse* (VTMS) ist ein Beispiel der *Musée Suisse Gruppe* und des *Schweizerischen Landesmuseum Zürich*. Es beinhaltet Objekte von allen acht Schweizer Nationalmuseen und zeigt damit u.a. die unsichtbaren Verbindungen zwischen diesen zu einem Verbund zusammengesessenen Museen. Ausgehend von den anstehenden Modernisierungsarbeiten am Schweizerischen Landesmuseum, dem ersten National Museum der Schweiz, wurde ein Konzept entwickelt, dass während der gesamten Umbauphasen für eine permanente Aufmerksamkeit sorgt. Konzipiert und realisiert von der Firma *Transfusionen* in den Jahren 2002 bis 2004, ist das Projekt seit Ende 2004 online.

Das Projekt *Virtueller Transfer Musée Suisse* ist fünfssprachig. Es enthält Module in den vier Landessprachen der Schweiz, deutsch, französisch, italienisch, rätoromanisch. Zusätzlich wurden englische Inhalte eingebunden. Diese multilinguale Ausrichtung ist einmalig und findet sich bei keinem vergleichbaren Projekt wieder. Damit nutzt der *Virtuelle Transfer Musée Suisse* die Chance auch international wahrgenommen und von Menschen unterschiedlicher Nationen genutzt zu werden.

Mit einer überschaubaren Anzahl von Modulen konzentriert sich das Projekt auf ausgewählte Objekte. In narrativen Episoden werden unterschiedliche Sammlungsbereichen zusammengeführt und mit einer abwechslungsreichen Dramaturgie inszeniert. Der Benutzer ist aufgefordert Inhalte selbständig zu erarbeiten, spielerisch Bedeutungsfelder zu erschließen oder Gemeinsamkeiten zu entdecken. Unter Verwendung der hypermedialen Technologie werden assoziative Prozesse gefördert und der Rezipient zur Eigenkreativität angeregt. Im wird die Möglichkeit gegeben durch Interaktivität und Navigation eigenständig Sinnzusammenhänge und Bedeutungsfelder zu erkennen. Das gelungene Zusammenspiel aus multimedialen Informationsträgern wie Bildmaterial, Sound, Video, Animationen und Text führt dabei zu einer gesteigerten Erlebniswirkung und fördert darüber die aktive Auseinandersetzung.

Dramaturgie, Narration und digitale Szenografie als mögliche Gestaltungsprinzipien

Die emotionalen Verbundenheit des Zuschauers zum Dargestellten bildet die Voraussetzung für eine intensive Auseinandersetzung mit den Inhalten. Dramaturgie, Narration und digitale Szenografie sind Gestaltungsprinzipien und Techniken, die diese Bindung des Zuschauers zu erreichen versuchen. Sie betreffen sowohl die innere Struktur der Projekte als auch deren äußere Bauform. Sie stärken die Sinneserfahrung des Benutzers, involvieren ihn und wirken als treibende Kraft für kognitive Vorgänge. Sie haben aber nicht nur Auswirkung auf die affektive Dimension des Benutzers, sondern wirken darüber hinaus auch der Dekontextuierung der einzelnen Informationseinheiten entgegen.

In der Online-Vermittlung geht es nicht darum, komplette Sammlungen zu präsentieren oder die Räumlichkeiten des Museums virtuell abzubilden. Vielmehr gilt es einzelne Aspekte herauszugreifen und Materialien für eine vertiefende Auseinandersetzung bereit zu stellen. Vermittlung kann nur zum selbstgesteuerten Lernen anregen und eine Umwelt schaffen, in der der Benutzer Interesse entwickelt, neugierig wird und Lust verspürt sich mit den Inhalten auseinanderzusetzen. Statt einer kompletten digitalen Sammlung eignet sich für die Vermittlung meiner Meinung nach daher eine selektive Auswahl, mit weiterführenden Hinweisen, abwechslungsreichen Dramaturgien, spannenden Geschichten und einer mediengerechten Umsetzung. Hierfür gilt es die medialen Eigenschaften des Mediums als Instrumentarium zu nutzen. Denn nur ein dem Medium angepasstes Vermittlungsangebot schafft für den Benutzer einen tatsächlichen Mehrwert. Dies erfordert einen integralen Denkansatz und ein interdisziplinäres Team für die Konzeption und Realisierung von Online-Vermittlung. Die Interessengebiete von Kuratoren, Museumspädagogen, Gestaltern und Informatikern müssen zusammengeführt und entsprechend umgesetzt werden, um eine Balance zwischen wissenschaftlichen Informationen und medialer Inszenierung zu finden.

Projekte

Making Sense of Modern Art (SF MoMA)

<http://www.sfmoma.org/msoma/index.html>

Lewis & Clark: The National Bicentennial Exhibition (Missouri Historical Society)

<http://www.lewisandclarkexhibit.org/>

Produzent: *Terra Incognita Productions*

http://www.terraincognita.com/index_flash.html

Virtueller Transfer Musée Suisse (Schweizerisches Landesmuseum Zürich)

<http://www.musee-suisse.ch:16080/vtms/> (aktuelle Module)

<http://www.virtualtransfer.com/vtms/> (alle Module)

Produzent: *Transfusionen – die lockere Gesellschaft*

<http://www.transfusionen.de/>

Literatur

Gemmeke, Claudia; John, Hartmut; Krämer, Harald: Euphorie digital? Aspekte der Wissensvermittlung in Kunst, Kultur und Technologie. transcript Verlag, Bielefeld 2001.

Issing, Ludwig J; Klimsa, Paul (Hg.): Information und Lernen mit Multimedia, Belz PsychologieVerlagsUnion, Weinmann 1995.

Luhmann, Niklas (1988): Wie ist das Bewusstsein an Kommunikation beteiligt? In: Gumbrecht, Hans Ulrich; Pfeiffer, K. Ludwig (Hg.): Materialität der Kommunikation. Suhrkamp, Frankfurt/Main 1988. S. 884-905.

Schulmeister, Rolf: Grundlagen hypermedialer Lernsysteme. Theorie - Didaktik - Design, Oldenbourg Verlag, München; Wien 2002.

Der Vortrag wurde gehalten anlässlich der MAI-Tagung, am 19./20. Mai 2005 im Forschungsinstitut und Naturmuseum Senckenberg, Frankfurt.

Die Tagung wurde veranstaltet durch das Fortbildungszentrum Abtei Brauweiler
Rheinisches Archiv- und Museumsamt
LANDSCHAFTSVERBAND RHEINLAND

