



Anja Wohlfromm. *Museum als Medium–Neue Medien in Museen. Überlegungen zu Strategien kultureller Repräsentation und ihre Beeinflussung durch digitale Medien.* Köln: Herbert von Halem Verlag, 2002. 139 S. EUR 14.00 (broschiert), ISBN 978-3-931606-37-4.



Reviewed by Monika Gause (Mediawerk Hamburg)

Published on H-Museum (June, 2003)

“Real Objects and virtual worlds–what are the connections? There is an apparent paradox between the idea of a museum as a collection and display of material culture and the virtual world of cyberspace.” -Roland Jackson

Ziel des Buches ist, Denkanstöße zu geben, um diesen “offensichtlichen” Widerspruch aufzuheben. Dabei analysiert Anja Wohlfromm in vier Kapiteln das Museum als Medium, Auswirkungen der Hypermedien sowie mögliche Verbindungen zwischen Museen und Hypermedien außerdem stellt sie drei Beispiele für unterschiedlichen Medieneinsatz in Museen detailliert vor.

Das Museum–in dem Buch als synonym für unterschiedliche Formen der Präsentation von Objekten gebraucht–als Medium zu betrachten, ist ein Ansatz, der konsequenterweise nach einer eigenen Präsentationssprache und einer visuellen Rhetorik in der Präsentation sucht, denn die bestehenden Ansätze der Ausstellungsgestaltung öffnen sich nur in ihrer Objektinszenierung und den Inhalten der begleitenden Erläuterungen. Die Faszination der Objekte führt Wohlfromm einerseits auf ihre “Erinnerungsveranlassungsleistung” zurück,[1] die unseren kollektiven Erfahrungsschatz aktiviert. Andererseits auf die (durch den Besucher i.d.R. nicht überprüfbare) Authentizität.

Globale Veränderungen in der Gesellschaft, der Kul-

tur und den Medien, verändertes Freizeitverhalten und die Konkurrenz von außerhalb ‘der Museumslandschaft’ beeinflussen die Museen. Eine erfolgreiche Neupositionierung setzt eine Rückbesinnung auf die spezifischen Möglichkeiten, Eigenschaften und die “ureigene Kraft” des Museums voraus– das sind die Sammlung und Präsentation der Objekte. Im Zusammenspiel von Objekt, (Neu-)Kontextualisierung, kommunikativer Strategie und Rezipienten haben Museen die Möglichkeit, das Bedürfnis der Menschen nach Vertrautheit (dh. einen persönlichen Bezug finden) und nach Verständnis (dh. die Möglichkeit, die eigene Person und Existenz in den Prozess Geschichte einordnen zu können) zu stillen. Der (von der Autorin an mehreren Stellen benutzte) Begriff des Museums als “System, das Bedeutung konstruiert” ist mindestens missverständlich. Die Konstruktion von Bedeutung passiert in einer Wechselwirkung zwischen Objekt, Präsentation und Rezipient, der “Zwiesprache zwischen der Ausstellung und ihrem Betrachter, die immer wieder neue Entdeckungen, Anregungen und Erkenntnisse ermöglicht”. [2] In Wohlfromms Ausführungen wird zwar deutlich, dass es so gemeint ist, gerade deswegen ist dieser Begriff jedoch so störend.

Die Hypermedien werden ausgehend von ihren Auswirkungen auf unsere Wahrnehmung, unsere Kommu-

nikationskultur, sowie ihre Auswirkung auf unser Leben untersucht. Dabei werden Hypermedien als computerbasierte, verschiedene Medienkanäle nutzende, auf den Rezipienten reagierende und mit großen Speicherkapazitäten versehene Medien definiert. Das daraus folgende Spektrum der Anwendungen zwischen einfachen Menüauswahlen und immersiven virtuellen Welten eröffnet große Möglichkeiten für Museen. Die perfektionierte Simulationstechnik und umfassende Manipulationsmöglichkeiten erzwingen die Diskussion der Authentizität und Verlässlichkeit elektronischer Bilder, die Erzeugung "fiktiver Welten" stellt den bisherigen Standpunkt der Betrachter (als externe Beobachter) in Frage. Die Interaktionsmöglichkeit erlaubt, Besucher/Benutzer viel intensiver zu involvieren. Der Einsatz digitaler Medien kann das Erlebnis- und Informationspotential eines Museumsbesuchs erhöhen. Die Autorin spricht die Probleme bei der Konzeption von Medienanwendungen (neben den bereits genannten: Universalmedium mit dem Hang zur Beliebigkeit, Nichtlinearität führt zur Verlorenheit des Benutzers, aus der Informationsmenge muss selektiert werden) aus eher theoretischer Sicht an und gibt Denkanstöße zur Lösungsfindung.

Wie können die Qualitäten der Hypermedien konzeptionell genutzt werden, um die Anforderungen der Besucher zu erfüllen, ohne dabei die besonderen Qualitäten des Museums zu opfern. Wohlfromm stellt als besonderes Potential die narrativen und individualisierbaren Zugänge heraus, die mittels Hypermedien zu Objekten, Zeiten, Inhalten geschaffen werden können. Den eingangs erwähnten Gegensatz zwischen materiell vorhandenen Objekten und virtuellen Welten – hier vor allem die Diskussion um die Authentizität – arbeitet sie als "künstlerisch-diskursiv konstruiert" heraus. Es war schon immer Aufgabe des Museums, Bedeutung zu vermitteln – virtuelle Welten aus Interpretationen und Kommunikation zu bauen. Die hypermedialen Techniken stellen also eine mächtige Erweiterungsmöglichkeit

dar.

Als Fallstudien werden das MedienMuseum im Zentrum für Kunst und Medientechnologie in Karlsruhe als Institution zur Vermittlung interaktiver Kunst und ihrer Geschichte, die Digitale Galerie als Zusatzangebot eines klassischen Kunstmuseums und "Lebendiges Virtuelles Museum Online" als Versuch der Umsetzung eines Museums im WWW detailliert vorgestellt und analysiert. Ein umfangreiches Quellenverzeichnis von Literatur, die sich mit den Schnittstellen von Museum, Objekten, Medien und Betrachtern auseinandersetzt, rundet das Buch ab.

Schon weil es Hypermedien und Museen zusammen behandelt, ist dieses Buch lesenswert – es ist ein guter Einstieg in die Materie und stellt die richtigen Fragen. Darüberhinaus ist es sehr gut zu lesen, angenehm kurz und gut gestaltet. Inhaltlich bietet es viel Stoff zum Nachdenken, gute Beispiele und Anregungen für eigene anspruchsvolle Medien-Konzeptionen.

Anmerkungen:

[1] Gottfried Korff: Die Eigenart der Museums-Dinge: Zur Materialität und Medialität des Museums. In: Kirsten Fast (Hg.): Handbuch der museumspädagogischen Ansätze, Opladen 1995, S. 17-28.

[2] Cornelia Foerster: Das Historische Museum Bielefeld. Geschichtsdarstellung zwischen Rekonstruktion und Inszenierung. In: Fachgruppe Stadt- und Heimatgeschichtliche Museen im Dt. Museumsbund: Zur Struktur der Dauerausstellung Stadt- und heimatgeschichtlicher Museen, Frankfurt a.M. 1998.

Copyright (c) 2003 by H-Net, all rights reserved. H-Net permits the redistribution and reprinting of this work for nonprofit, educational purposes, with full and accurate attribution to the author, web location, date of publication, originating list, and H-Net: Humanities & Social Sciences Online. For other uses contact the Reviews editorial staff: hbooks@mail.h-net.msu.edu.

If there is additional discussion of this review, you may access it through the network, at:

<http://www.h-museum.net>

Citation: Monika Gause. Review of Wohlfromm, Anja, *Museum als Medium – Neue Medien in Museen. Überlegungen zu Strategien kultureller Repräsentation und ihre Beeinflussung durch digitale Medien*. H-Museum, H-Net Reviews. June, 2003.

URL: <http://www.h-net.org/reviews/showrev.php?id=7633>

Copyright © 2003 by H-Net, all rights reserved. H-Net permits the redistribution and reprinting of this work for nonprofit, educational purposes, with full and accurate attribution to the author, web location, date of publication, originating list, and H-Net: Humanities & Social Sciences Online. For any other proposed use, contact the Reviews editorial staff at hbooks@mail.h-net.org.