

Thesen zum Medieneinsatz im Museum

- Die **Merkmale eines Museumsbesuchs** sind,
 1. daß man authentische historische Objekte (Originale) sieht;
 2. daß man dreidimensionale Objekte sieht;
 3. daß man die Dinge frei erschließen kann (örtlich/ zeitlich);
 4. daß der Besuch (meist) eine Freizeitaktivität ist, mit der jedoch bestimmte Bildungserwartungen verbunden werden.
- **Aufgabe von Medien** ist es, diese Merkmale des Museumsbesuchs zu **unterstützen** (= unterstützende Funktion von Medien im Museum):
 1. Sie vermitteln historisches Wissen und Bezüge **zu den Objekten**;
 2. sie zeigen auch das, was man evtl. ohne Unterstützung nicht so gut erkennen kann;
 3. sie helfen, sich schnell in der Ausstellung zu **orientieren**;
 4. sie **machen Spaß**, sprechen auch die Gefühle an und vermitteln auf unterhaltsame Weise Bildung.
- Insgesamt: Medien haben vielschichtige **Wirkungen**, teils im kognitiven, teils im affektiven Bereich (Vertiefung, Orientierung, Unterhaltung, Vermittlung von Assoziationen und Stimmungen).
- Man kann als Besucher/in mit den Medien direkt **nicht** kommunizieren (i.S. eines Austausches); aber Medien können Anlässe und **Anstöße zur Kommunikation** sein.
- Es gibt **drei Sorten von Medien** im Museum:
 1. **Passive Medien** mit **geringem** „involvement“ der Besucher: Texte, Texttafeln, Großfotos, Zeichnungen, Diagramme, Figurinen, nicht elektronische interaktive Installa-

tionen (z.B. Texttäfelchen zum Ausziehen), Experimente.
„Cool media“

2. **Passive Medien** mit **hohem** „involvement“ der Besucher (Toneinspielungen über Lautsprecher/ Kopfhörer, Film, Video, Diashows, Multivisionen, auch: Licht!) Gemeinsames Merkmal ist die hohe Einbindung der Besucher („Hot media“)
3. **Interaktive Medien** (dialogfähige Geräte, Dialog- und Touchscreen Computer).

- Jede Sorte Medien hat spezifische **Vor- und Nachteile** für den Museumsbesuch und die Rezeption der Objekte. Die **Nachteile** ergeben sich daraus, daß von Pkt. 1 bis Pkt. 3 die Gefahr der Verselbständigung wächst (Konkurrenz für die Originale?) und die Besucher evtl. stärker „vereinnahmt“ oder abgelenkt werden.
- **Vorteile:** Jede Sorte Medien hat ihre eigenen, ganz spezifischen Stärken. Entscheidend ist, bestimmte **Spielregeln beim Einsatz** eines Mediums einzuhalten. Am besten bekannt sind diese Spielregeln beim Einsatz von Texten. Aber auch AV-Medien und dialogfähige Computerprogramme sollten **mediengerecht eingesetzt werden**. Beispiel: Ein Film kann gut Stimmungen vermitteln oder Abläufe darstellen (Bewegungen!). Er ist aber schlechter zur Vermittlung von Sachwissen geeignet.
- Ein interessanter Diskussionspunkt ist, **ob die historischen Originale und Kunstwerke selbst Medien** sind. Im Museum sind sie fast stets Symbol- und Bedeutungsträger. Also: Die Pferdebahn aus dem 19. Jahrhundert steht für eine Botschaft, sonst stände er nicht in der Ausstellung. Am deutlichsten wird der mediale Charakter von Originalen in inszenierten Ausstellungen.

U.P./ 6/2002

Mail: kontakt@arbeitsgruppe-heidelberg.de