

Museen im Rheinland 1/05

Informationen für die rheinischen Museen

Das virtuelle Museum im Internet

Werner Schweibenz

Einführung

Die Entwicklung von virtuellen Museen im Internet ist eng verbunden mit dem Internet-Dienst World Wide Web, der das Internet zum hypermedialen Medium machte. Schon früh erkannten Museen die Möglichkeiten, die sich durch den Aufbau einer digitalen Präsenz im virtuellen Raum eröffnen. Bereits 1995 hatte dieses Thema so viel Interesse gefunden, dass in London eine Konferenz zu »Museum Collections and the Information Highway« und 1997 in den USA die erste internationale Konferenz »Museums and the Web« abgehalten wurde. Seither ist das Web für viele Museen ein unverzichtbarer Bestandteil ihrer Außenrepräsentanz geworden und nicht mehr wegzudenken. Auch bei den virtuellen Besuchern haben virtuelle Museen schnell eine hohe Akzeptanz gefunden. Schon in den Anfangsjahren 1994 und 1995 rangierten sie auf der Beliebtheitsskala der Virtual Library auf den oberen Plätzen, in den USA gleichauf mit den Volkssportarten Football und Baseball.

Das Kernproblem des virtuellen Museums

Trotz dieses unbestreitbaren Erfolges des virtuellen Museums im Internet gibt es bis heute keine allgemein anerkannte Definition, was unter einem virtuellen Museum zu verstehen ist. Der Hauptgrund ist, dass beim virtuellen Museum die Grundvoraussetzung für das Museum schlechthin fehlt: die museale Sammlung von authentischen, physischen Objekten. Denn das virtuelle Museum existiert, wie schon der Name sagt, nur virtuell. Damit scheint zwischen den Konzepten »virtuell« und »Museum« ein unauflöslicher Gegensatz zu bestehen (vgl. Schweibenz 2001). Doch dieser scheinbare Gegensatz lässt sich auflösen, wenn man sich näher mit der Idee der virtuellen Welten befasst. Wie der Medienwissenschaftler Benjamin Woolley (1994: 70) ausführt, reicht der Begriff »virtuell« als Fachausdruck bis zu den Ursprüngen der modernen Wissenschaft zurück und bezeichnete im 18. Jahrhundert in der Optik das gebrochene oder reflektierte Bild eines Gegenstandes; nach Woolley geht er ursprünglich auf die Adjektivform des Wortes »virtus« (lat. Tugend) zurück und bedeutet, Anteil an der göttlichen Macht zu haben. Woolley sieht deshalb im Begriff »virtuell« eine tiefere Bedeutung. Für ihn geht es bei Virtualität um mehr als um bloße Technik, sie berührt den Kern der Realität. Im Zusammenhang mit dem Museum lässt sich dies so interpretieren, dass eine digitale Reflexion des Originals dazu zwingt, sich intensiver mit ihm auseinander zu setzen, da durch die virtuelle Dimension neue Aspekte des Objekts sichtbar werden. Diese Idee findet sich bereits in den Schriften des Philosophen und Literaturwissenschaftlers Walter Benjamin. In seinem Essay Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit von 1936 stellte Benjamin (1963: 14f) fest, dass »Photographie Ansichten des Originals hervorheben [kann], die nur der verstellbaren und ihren Blickpunkt willkürlich wählenden Linse, nicht aber dem menschlichen Auge zugänglich sind, oder mit Hilfe gewisser Verfahren wie der Vergrößerung oder der Zeitlupe Bilder festhalten [kann], die sich der natürlichen Optik schlechtweg entziehen. Das ist das erste. Sie kann zudem zweitens das Abbild des Originals in Situationen bringen, die dem Original selbst nicht mehr erreichbar sind. Vor allem macht sie es ihm möglich, dem Aufnehmenden entgegenzukommen.«

Die verschiedenen Entwicklungsformen des virtuellen Museums

In diesem »dem Aufnehmenden entgegenkommen« besteht das Wesen des virtuellen Museums. Es erlaubt dem Museum, seine physische Beschränkung auf die Mauern seines Museumsgebäudes hinter sich zu lassen und seine Informationen über seine digitale

Erweiterung im Internet mit virtuellen Besuchern auf der ganzen Welt zu teilen. Auf diesem Weg kann ein virtuelles Museum verschiedene Entwicklungs- und Ausbaustadien durchlaufen (Schweibenz 2004): das Broschürenmuseum, das Inhaltsmuseum, das Lernmuseum und schließlich das Online-Museum als rein digital existierendes Museum und damit als virtuelles Museum im eigentlichen Sinne.

Das Broschürenmuseum ist ein Web-Angebot, das Basisinformationen enthält wie beispielsweise die Adresse, Öffnungszeiten, Informationen zur Anreise, die Art seiner Sammlungen, aktuelle Ausstellungen, Führungen etc. Das Ziel dieser Museumspräsenz ist es, potentiellen Besuchern die wichtigsten Informationen über das Museum zu bieten. Die Inhalte entsprechen denen einer konventionellen Informationsbroschüre, von der sich der Name für diese Ausprägung der Museumspräsenz ableitet, und haben informierenden und werbenden Charakter. Detaillierte Informationen zu Museumsobjekten fehlen weitgehend, das Angebot des Museums wird lediglich in Form einer Überblicksinformation präsentiert.

Der Mehrwert dieses virtuellen Museumstyps besteht für das Museum in der einfachen Aktualisierbarkeit und in der schnellen und kostengünstigen Verbreitung seiner Basisinformationen, für die virtuellen Besucher in der hohen Aktualität sowie in der schnellen und einfachen Verfügbarkeit dieser Informationen.

Das Inhaltsmuseum ist eine inhaltsorientierte Weiterentwicklung des Broschürenmuseums, das dessen Sammlungen ausführlich präsentiert. Die virtuellen Besucher werden zum explorativen Stöbern in den digitalen Beständen eingeladen. Dieses Web-Angebot ist jedoch objektorientiert und nur wenig oder gar nicht didaktisch aufbereitet. Es beschränkt sich weitgehend auf Text- und Bildinformationen zu den Objekten und wird in der Regel in Form einer Web-basierten Datenbank angeboten. Dieses Angebot, das im Idealfall vom Umfang her dem Inhalt der Museumsdatenbank entspricht – mit Ausnahme kritischer Informationen wie Kaufpreise, Versicherungsdaten etc. –, kann in der Regel mit Suchfunktionen nach verschiedenen Kriterien durchsucht werden.

Es setzt jedoch aufgrund seiner Objektorientierung bei den virtuellen Besuchern thematische Kenntnisse voraus, an die sie bei der Recherche – Kenntnis der korrekten Museumsterminologie als Voraussetzung für eine erfolgreiche Suche – und bei der Informationsaufnahme anknüpfen können. Damit eignet es sich eher für Fachleute und so genannte interessierte Laien mit Vorwissen als für durchschnittlich gebildete Laien. Das Inhaltsmuseum stellt die Vorstufe des virtuellen Museums dar, in der digitale Objekte und Informationen sozusagen im Rohzustand angeboten werden und eine didaktische Aufbereitung durch Verknüpfung der Objekte und die Anreicherung durch Zusatzinformationen noch fehlt.

Der Mehrwert dieses virtuellen Museumstyps besteht für das Museum in einer umfassenden Präsentation seiner Sammlungen in Form von detaillierten Sammlungsinformationen – Stichwort: »digitale Sammlung« (vgl. Krämer 2001) –, die unabhängig sind von limitierenden Faktoren des Museums wie Öffnungszeiten, beschränkte Räumlichkeiten für die Ausstellung, Lagerung von Objekten im Magazin, Sorge um die Erhaltung und Konservierung von Objekten, zeitlich befristete Ausstellungen etc. Damit kann eine Verstärkung der Außenwirkung und -wahrnehmung des Museums und seiner Sammlungen erreicht werden. Für die virtuellen Besucher liegt der Wert in der Möglichkeit eines aktuellen und umfassenden Zugriffs auf die digitalen Sammlungsinformationen des Museums, ohne sich vor Ort begeben zu müssen. Auf diese Weise kann ein Museumsbesuch von zu Hause aus inhaltlich vor- und nachbereitet werden, indem Informationen zu den Objekten online abgerufen werden.

Das Lernmuseum stellt die logische Weiterentwicklung des Inhaltsmuseums dar, indem die bisher isoliert dokumentierten Objektinformationen in einen didaktischen Zusammenhang gebracht werden. Dieses Web-Angebot ist eine inhaltlich aufbereitete Präsentationsform, die den virtuellen Besuchern verschiedene Einstiegspunkte bietet, die für ihre jeweiligen Altersstufen, Vorkenntnisse und Lernstile geeignet sind. Dazu sind die Web-Seiten optisch einladend, technisch und intellektuell einfach zugänglich und

benutzungsfreundlich zu gestalten. Auf eine explizite Aufforderung zum Lernen wird bewusst verzichtet, da die Motivation zum Lernen von den virtuellen Besuchern selbst ausgehen muss (intrinsische Motivation). Die Museumsinformation wird kontextorientiert anstatt objektorientiert dargeboten und ist pädagogisch aufbereitet, indem sie bereits bekannte Zusammenhänge aufzeigt bzw. in Erinnerung ruft und neue herstellt. Dies kann auf verschiedene Art und Weise geschehen, zum Beispiel in Form von interaktiven – von den virtuellen Besuchern selbst gesteuerten – Erkundungen, vorgegebenen Erkundungswegen als geführte Touren (engl. guided tours) oder narrativen Darstellungen durch persönlich gestaltete Erzählungen, die sich einem Thema aus verschiedenen Perspektiven nähern können (engl. digital storytelling).

Insgesamt soll das Web-Angebot bei den virtuellen Besuchern nicht nur die Lust am Lernen wecken, sondern auch ihre Neugierde, und sie damit zu erneuten virtuellen Besuchen anregen. Dazu muss das Web-Angebot entsprechend umfangreich sein und laufend aktualisiert und erweitert werden, damit es auch bei mehrmaligen Besuchen noch attraktiv ist. Dabei muss und sollte sich das Lernmuseum nicht auf die Web-Seiten der eigenen Institution beschränken, sondern kann sein Angebot durch Verlinkung mit thematisch ähnlichen Web-Seiten anderer virtueller Museen erweitern, die vergleichbare oder kontrastierende digitale Objekte und Informationen enthalten. Dies würde zum Aufbau einer Internet-basierten Museumsgemeinschaft führen, die aus verschiedenen virtuellen Museumsangeboten besteht, und wäre ein wesentlicher Schritt zum Aufbau eines virtuellen Museums im eigentlichen Sinne. Eine solche Entwicklung liegt nahe und ist natürlich, um nicht zu sagen zwangsläufig. Sie führt dazu, dass das Lernmuseum langsam in das eigentliche virtuelle Museum übergeht und dass dieser Übergang fließend ist.

Der Mehrwert dieses virtuellen Museumstyps besteht für das Museum darin, dass ein ansprechend und didaktisch aufbereitetes Web-Angebot die virtuellen Besucher zum erneuten Besuch bewegt und so zur Bildung einer Gemeinschaft von regelmäßigen virtuellen Besuchern führen kann. Dies trägt zur Besucherbindung bei und kann aus virtuellen Besuchern physische Besucher machen. Für die virtuellen Besucher liegt der Vorteil darin, dass sie nicht nur in den musealen Datenbanken stöbern, sondern sich themen- und kontextbezogen informieren können. Der Museumsbesuch lässt sich auf diese Weise von zu Hause aus vorbereiten, indem Informationen zu Objekten und ihren Zusammenhängen sowie ergänzende didaktische Materialien online abgerufen werden. Dadurch können die vormaligen virtuellen Besucher beim tatsächlichen Museumsbesuch die Objekte mit dem Vorwissen aus ihren virtuellen Besuchen neu oder anders erleben. Ein weiterer Vorteil ist die Möglichkeit der Nachbereitung des tatsächlichen Museumsbesuchs im Internet, die für einmalige Besucher wie für regelmäßige Besucher von Interesse ist.

Das Lernmuseum ist eine Vorstufe des rein digital existierenden Online-Museums, wenn es sich nicht auf die eigenen digitalen Sammlungsinformationen beschränkt, sondern sein Web-Angebot mit denen anderer virtueller Museen im Internet verknüpft. Auf diese Weise entsteht im digitalen Raum des Internets ein Institutionen übergreifendes virtuelles Museum, das keine Entsprechung im physischen Raum hat. Erst dieses ausschließlich online existierende Museum ist ein virtuelles Museum im eigentlichen Sinne. Es wäre zudem eine mögliche Realisierungsform der Idee des imaginären Museums des französischen Philosophen und Kulturpolitikers André Malraux (1949; 1978), der ein Museum ohne Wände beschreibt, das in fotografischer Form mehr Kunstwerke zusammenführt, als es die größten Museen der Welt jemals könnten. So können im virtuellen Museum digitale Abbilder von Objekten zusammengeführt und verknüpft werden, deren physische Entsprechungen geografisch weit voneinander entfernt sind und bestenfalls im Rahmen einer Ausstellung für kurze Zeit zusammengebracht werden können.

Der Mehrwert dieses virtuellen Museumstyps besteht für die Museen in einer Einbindung ihrer digitalen Sammlungen in eine Institutionen übergreifende, kontextorientierte Präsentationsform, die von einschränkenden physischen Faktoren unabhängig ist und zusammenbringt, was zusammengehört. Für die virtuellen Besucher ermöglicht er den unbeschränkten Zugriff auf zusammengehörende digitale Objekte und Informationen in

didaktisch aufbereiteter Form. Über diese Entwicklungs- und Ausbaustadien können theoretisch alle Institutionen, die sich mit dem natürlichen und kulturellen Erbe der Menschheit befassen, zusammenwachsen zu einer so genannten Memory Institution – einer virtuellen Institution zur Bewahrung des menschlichen Gedächtnisses –, die Archive, Bibliotheken und Museen auf der ganzen Welt zusammenbringt.

Ein Beispiel für ein nationales virtuelles Museum im Internet

Ein schönes Beispiel ist das Virtual Museum of Canada/Le Musée virtuel du Canada (VMC, Internet, URL <http://www.virtualmuseum.ca/>), das im März 2001 unter der Regie des Canadian Heritage Information Network online ging. Die Aufgabe des VMC ist es, via Internet das natürliche und kulturelle Erbe Kanadas, das in über 700 Museen gesammelt wird, in Form von qualitativ hochwertigen Inhalten in die Schulen und Wohnungen der Kanadier zu bringen (Chalifoux 2002). Dazu bietet es umfangreiche virtuelle Ausstellungen, eine Bildergalerie mit 250 000 Bildern, einen Online-Shop, Spiele und ein Lehrerzentrum sowie Veranstaltungskalender und eine Suchfunktion für physische Museen. Denn die Absicht des VMC ist es nicht, traditionelle Museen zu ersetzen, sondern ihnen neue Möglichkeiten der Kommunikation von Museumsinformationen zu bieten, wozu das physische Museum um eine digitale Dimension im Internet erweitert wird. Dieses rein digital existierende Museum erregt großes Interesse in Kanada; bereits im ersten Jahr seiner virtuellen Existenz konnte das VMC etwa 3 Millionen virtuelle Besuche registrieren, bei denen mehr als 15 Millionen Seiten aufgerufen wurden.

Zusammenfassung

Das virtuelle Museum im Internet bietet für Museen besondere Chancen und Herausforderungen. In einer Welt, in der Erfahrungen primär über Medien vermittelt werden, in der Simulationen und Virtualisierung dominieren, bieten Museen und ihre digitalen Erweiterungen im Internet ihren Besuchern beide Erfahrungs- und Erlebnismöglichkeiten an, die physische und die virtuelle. Dies macht den besonderen Stellenwert von Museen in der Informationsgesellschaft aus.

Literatur

- Benjamin, Walter: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. In: Benjamin, Walter: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. Drei Studien zur Kunstsoziologie. Frankfurt/Main 1963, S. 7 – 63.
- Chalifoux, Renelle (2002): Virtual Museum of Canada – Promoting Canada's Heritage Online. In: D-Lib Magazine, 8 (6) June 2002. Internet, URL <http://www.dlib.org/dlib/june02/06inbrief.html#CHALIFOUX>. Version: 06/2002.
- Krämer, Harald: Museumsinformatik und digitale Sammlung. Wien 2001.
- Malraux, André: Das imaginäre Museum. Baden-Baden 1949.
- Malraux, André: Museum Without Walls. In: Malraux, André: The Voices of Silence. Princeton, NJ 1978, S. 13 – 127.
- Schweibenz, Werner (2001): Das virtuelle Museum – Überlegungen zum Begriff und Wesen des Museums im Internet. In: Proceedings der Tagung Museums and the Internet MAI 2001 in Hagen. Internet, URL <http://www.mai-tagung.de/>.
- Schweibenz, Werner (2004): The Development of Virtual Museums. In: ICOM News, 57 (3) 2004: 3.
- Woolley, Benjamin: Die Wirklichkeit von virtuellen Welten. Berlin 1994.

Werner Schweibenz ist Doktorand der Fachrichtung Informationswissenschaft der Universität des Saarlandes, Saarbrücken (w.schweibenz@is.uni-sb.de).

IMPRESSUM

Museen im Rheinland -

Informationen für die rheinischen Museen -
erscheint viermal jährlich.

ISSN 1437-0816

Herausgeber:

LANDSCHAFTSVERBAND RHEINLAND
- Presseamt
- Rheinisches Archiv- und Museumsamt

Redaktion:

Dr. Peter Joerissen
peter.joerissen@lvr.de
Tel.: 02234 / 9854-311

Dr. Christine Hartmann
christine.hartmann@lvr.de
Tel.: 02234 / 9854-310

Redaktionsanschrift:

LANDSCHAFTSVERBAND RHEINLAND
Rheinisches Archiv- und Museumsamt
Abtei Brauweiler
Postfach 2140
50250 Pulheim

Fax: 02234 / 9854-202