

# Museen und medienübergreifende Informationskompetenz im Web 2.0

Werner Schweibenz, BSZ MusIS

# Übersicht

---

- Das Museum als multimedialer und multiperspektivischer Informationsort
- Museen im Internet und das Web 2.0
- Transliteracy als Informationskompetenz für das virtuelle Museum
- Zusammenfassung und Ausblick

# Informationsort Museum

---

- Tagung *Museums and the Internet 2007* im ZKM in Karlsruhe unter dem Motto *Vom Betrachter zum Gestalter*.
- Die neuere museologische Theorie und Praxis enthält seit längerem Beteiligungsmodelle.
- Das Museum wird zunehmend als multimedialer und multiperspektivischer Informationsort wahrgenommen.
- Einflüssen der konstruktivistischen Lerntheorie.

# Informationsort Museum

---

- Pluralität der Medien und der Perspektiven.
- Besucher bringen ihre eigene Agenda mit ins Museum.
- Widerspruch zu der lange Zeit für absolut erachteten Autorität des Museums.
- Anspruch auf die „einzig richtige“ Interpretation seiner Objekte und der zugehörigen Informationen seitens des Museums („unassailable voice“).
- Unterschiedliche museumspädagogische Traditionen.

# Informationsort Museum

---

- Multiperspektivität durch community curators in englischsprachigen Ländern.
- Internet als Medium eher auf Offenheit und Beteiligung ausgerichtet. Folgen für virtuelles Museum?
- Kritische Frage: Inwieweit sind Museen bereit, der Leitidee des Webs 2.0 zu folgen und die Besucher als (Mit-)Gestalter zu akzeptieren?

# Museen im Internet und das Web 2.0

---

- Studie zur Verwendung von Web-2.0-Funktionalitäten in französischen Museumspräsenzen im Internet im Vergleich zu USA.
- Thesen:
  - Französische Museen setzen bislang interaktive Angebote im Internet eher vorsichtig ein.
  - Web-2.0-Funktionalitäten sind geeignet, aus der Einwegkommunikation im Museum eine Mehrwegkommunikation zu machen.
- Vergleich von 5 US-Museen und 10 französischen im Jahr 2007.

# Museen im Internet und das Web 2.0

---

- Ergebnis:
  - US-Museen sind nicht mehr als Informationsemittenten, sondern Plattform für Austauschaktionen.
  - Französische Museen sind konservativer, versuchen, ihre Interpretationshoheit über die präsentierten Objekte und Informationen aufrechtzuerhalten.
- Folgerung: französische Museen halten nicht Schritt mit technischen Möglichkeiten, keine Akzeptanz der Grundidee des Web 2.0.
- Für den deutschsprachigen Raum fehlt eine solche Untersuchung.

# Museen im Internet und das Web 2.0

---

- Beispiele für Beteiligungsprojekte:
  - Fine Arts Museums of San Francisco, Bilddaten-bank *The Thinker* seit Mitte der 1990er Jahre.
  - *steve.museum: exploring folksonomy in the art museum*, social tagging vs. „einzig richtige“ Interpretation des Museums.
  - Benutzergenerierte Online-Ausstellungen: *Virtual Gallery* des FAMSF, *My Personal Museum* des Virtual Museums of Canada, *myVirtualGallery* der Art Gallery of New South Wales, Australien.
  - Stadtgeschichtliche Museum Leipzig mit seiner Bilddatenbank mit Rückmeldefunktion.
  - Museo Virtuale della memoria collettiva di una regione: la Lombardia (MUVI) mit Radio.



## Museen im Internet und das Web 2.0

---

- Beteiligungsmodelle im Web analog zum Modell des community curators.
- Das Museum und seine digitale Dependence im Internet als Forum für das Publikum?
- Voraussetzung hierfür ist die Vermittlung von Museumskompetenz an das Publikum.
- Konzept der Transliteracy als medienübergreifende Informationskompetenz.

# Transliteracy als Informationskompetenz

---

- Museumskompetenz als Problem der Vermittlung im Museum:
  - Verwendung von wissenschaftlichen Klassifikationen und Terminologie.
  - Monumentationsprinzip!
  - Aber: Anschauung macht nicht anschaulich!
  - Zugang zu den Bedeutungen ist abhängig von zusätzlichen Informationen und Kenntnissen, die im Museum selbst nicht oder nur zum geringen Teil abgerufen werden können (Museumssoziologie: Heiner Treinen).
- Anspruch des Museums: Museumskompetenz ist eine Bringschuld der Besucher.

# Transliteracy als Informationskompetenz

---

- Möglichkeiten der zielgruppenoptimierten Informationsvermittlung im Museum:
  - Narrative Vermittlung im Museum, digitales Storytelling im virtuellen Museum.
  - Zielgruppenoptimierung mit dem Personas-Verfahren.

# Transliteracy als Informationskompetenz

---

- PART Group am Institute of Creative Technologies der De Montfort University.
- Transliteracy: „the ability to read, write and interact across a range of platforms, tools and media from signing and orality through handwriting, print, TV, radio and film, to digital social networks“.
- Bei der Transliteracy spielt die soziale Komponente eine wesentliche Rolle, weil sie den Rahmen der Kommunikation bildet.

# Transliteracy als Informationskompetenz

---

- Anwendungsbeispiel 1:
  - Studien zum Besucherverhalten von Lehn, Heath & Hindmarsh (2002).
  - Transliterale Übertragung von Interessen-markierungen, Zeigegesten und zugehörigen Kommentaren in Online-Ausstellungen.
- Anwendungsbeispiel 2:
  - Computerstationen im Museum und Online-Angebote sind auf die Nutzung durch einen Benutzer ausgerichtet.

# Zusammenfassung

---

- In den englischsprachigen Ländern sind Web-2.0-Funktionalitäten in Museen verbreitet.
- Ein Schwerpunkt der englischsprachigen Museologie ist die Einbeziehung von Besuchern.
- Besucherbeteiligung stellt (scheinbar) die Autorität des Museums in Frage.
- Web-2.0-Funktionalitäten auf Museumspräsenzen im Internet sollten kritisch hinterfragt werden („User Generated Content“ vs. „Loser Generated Content“).