

Rekontextualisierung von Kunstwerken im Internet durch Multimedia - lohnend oder nicht?

Recontextualisation of Artworks in the Internet by the use of Multimedia - worthwhile or not?

Christina Hemsley
Weinsbergstraße 100, 50823 Köln
Tel.: 0221/97779795
E-Mail: christina@hemsley.de

Zusammenfassung:

Im Internet werden Kunstwerke in fast allen Fällen lediglich als kleine statische Abbildung gezeigt. Nur in seltenen Fällen werden die Möglichkeiten genutzt, die die heutigen Medien bieten, wie z.B. eine dreidimensionale Darstellung, Videos, Animationen oder anderes.

Weitere Mediennutzung ist natürlich mit höheren Kosten verbunden. Inwiefern sind diese Kosten gerechtfertigt? Inwiefern tragen weitere Medien tatsächlich zum einem besseren Verständnis oder einer höheren Akzeptanz der Kunstwerke bei? Ist es überhaupt lohnend den zusätzlichen Aufwand zu betreiben und die Mehrkosten auf sich zu nehmen oder sollen Kunstwerke weiterhin einfach am besten lediglich durch eine kleine statische Abbildung dargestellt werden?

Ziel dieses Vortrages ist es nicht nur die Vor- und Nachteile von verschiedensten Vorgehensweisen zu beleuchten, sondern ebenfalls zu diskutieren, wann welche Mediennutzung angebracht ist. Ziel der Nutzung von Medien zur Darstellung von Kunstwerken, ist es den Betrachtern ein besseres Verständnis dieser Kunstwerke zu vermitteln. Idealerweise werden die Kunstwerke wieder in ihren ursprünglichen Kontext gesetzt und so rekontextualisiert.

Abstract:

In the internet artworks are almost always depicted solely by a small static image. Only in some cases the possibilities provided by today's media are actually used, as for example in 3D visualisation, videos, animations or others.

The usage of further media does mean an increase in costs. In how far are these costs justified? Does the use of more media actually lead to a better understanding or more acceptance of the artworks? Does it really make sense to go the extra mile and incur the additional costs or is it better to simply continue presenting artwork online as small, static images?

The aim of this talk is not only to highlight the advantages and disadvantages of the different approaches but also to discuss when which form of media usage is best utilised. The goal of using media in exhibiting artworks should be to help the public to gain a better understanding and appreciation of them. This can be achieved by recontextualising them.

Das Internet begann als rein textbasiertes Medium. Erst später kamen Bilder hinzu. Viele Webseiten von Museum blieben diesem Trend zunächst hinterher. Es gab entweder kaum oder gar keine Bilder auf diesen Seiten zu sehen, oder Bilder, die so groß waren, dass ihre Ladezeiten für die meisten Benutzer unakzeptabel waren und diese ihren virtuellen Museumsbesuch abbrachen, bevor er noch richtig begonnen hatte.

Heutzutage wird es schwer überhaupt eine Museumswebsite zu finden, die keine Bilder hat. Dennoch liegen viele dieser Websites wiederum hinter den aktuellen Trends zurück. Die zunehmende Dynamisierung der Internetinhalte und die Verwendung einer Vielzahl von Medien spiegelt sich oft nicht wieder in den öffentlichen Onlineinhalten der Museen. Hier stellt sich durchaus auch die Sinnfrage: Ist es wirklich notwendig bei ohnehin meist knapp bemessenen finanziellen Mitteln diese zusätzlichen Kosten auf sich zu nehmen?

Ja, ist die definitive Antwort auf diese Frage, genauso, wie es die Antwort auf die Frage war, ob Museumsinternetauftritte auch Bilder enthalten sollen. Der Internetauftritt ist eine Visitenkarte für das Museum, die idealerweise dem Betrachter Lust auf einen Besuch des realen Museums machen soll. Diese Lust entsteht zumeist durch besonderes Interesse an der Sammlung oder den Sammlungen des Museums. Deshalb geht es besonders in der Onlinepräsenz darum, dem Besucher die Inhalte der Sammlung näherzubringen. Um den Ansprüchen der heutigen Internetnutzer zu entsprechen, sollten dafür eine Vielzahl an Medien sinnvoll eingesetzt werden. Tatsächlich zeigt sich ein Zusammenhang zwischen der Beliebtheit von Museumswebseiten und der Mediennutzung auf diesen Sites. Die Inhalte bestimmen den Erfolg einer Internetseite, besonders wenn diese benutzerfreundlich strukturiert sind.

Rekontextualisierung

Rekontextualisierung bedeutet nichts anderes, als das Werk wieder in Verbindung mit dem ihm eigenen Kontext zu setzen. Dadurch soll es dem Betrachter erleichtert werden, eine Beziehung zu dem Werk aufzubauen beziehungsweise ein Verständnis davon zu erzielen. So kann die Rekontextualisierung als eine Methode verstanden werden, die als Ziel hat auf systematische Art und Weise eine gelungene Medien- und Informationsauswahl zum Kunstwerk zu erhalten. Es ist kein neues Konzept, da es schon seit Jahrhunderten eingesetzt wird. Allerdings ist es nun Zeit, dieses Vorgehen weiter durchzustrukturieren.

Nach Arnheim (Kunst und Sehen, 1954) beruht die besondere Stellung des Künstlers " *auf seiner Fähigkeit, Wesen und Bedeutung einer Erfahrung mit den Mitteln eines bestimmten Mediums zu erfassen und sie so greifbar zu machen. Den Nichtkünstler lassen die Früchte seiner feinfühligsten Einsicht „sprachlos“. Er kann ihnen keine angemessene stoffliche Form geben.* ". Jedes Werk hat einen Inhalt, der dem Betrachter vermittelt wird. Das Kunstwerk ist ein spezifischer Ausdruck vom jeweiligen Künstler, das so nicht immer direkt verständlich ist. Das Bieten von förderlichen Rahmenbedingungen, die die Vermittlung dieser Botschaft verbessern können, wird von der Allgemeinheit zumeist als Aufgabe des Museums verstanden, ob online oder offline.

Nicht jede Lösung ist dabei jedem Werk angemessen. Es genügt nicht zu sagen, dass ein Werk in Bezug zu seinem Kontext dargestellt werden sollte, da dies ein zu allgemeiner Ratschlag ist, um in der Praxis tatsächlich hilfreich zu sein. Daher muss dieser Kontext zuerst besser verstanden werden, bevor geeignet auf ihn eingegangen werden kann.

Dreieck der Rezeption

Das Dreieck der Rezeption ist eine simple und einleuchtende Darstellung der relevanten Komponenten und der Beziehungen zwischen ihnen. Im Grunde genommen gibt es den Autor, das Werk und den Rezipienten. Natürlich kann ein Autor mehrere Werke schaffen und diese werden zumeist von mehr als einem Rezipienten wahrgenommen. Auch kann ein Werk mehrere Autoren haben. Jedoch ist die Zahl der Autoren und Werke endlich, während die Anzahl der Rezipienten potential unendlich ist.

Das Dreieck soll hier aufzeigen, dass es nicht nur einen Entstehungskontext gibt, sondern je nach Sicht verschiedene. Zum einen können die Werke aus Sicht des Autors rekontextualisiert werden, indem zum Beispiel es Hintergrundinformationen zu ihm gibt oder idealerweise sogar von ihm zu diesem spezifischen Werk. Bekannt sind ebenfalls die Einordnung aus Sicht des Werkes in eine Stilrichtung oder anhand seiner Entstehungszeit und dem allgemeinen Kontext. Seltener ist eine

Bereitstellung an Informationen darüber, wie das Werk von den Rezipienten wahrgenommen wurde.



Abbildung 1 Dreieck der Rezeption

Kontext wird ohnehin geboten

Wir müssen uns bewusst sein, dass wir ohnehin allein durch die Darstellung von Werken in Internetauftritten schon einen Kontext liefern. Das bedeutet, dass die Website mit zum Erleben des Kunstwerks gehört. Nach Arnheim (1954) muss ein Bild zuerst als Gesamtheit gesehen werden, um dessen Wirksamkeit zu erfassen. Obwohl alle Einzelelemente wichtige Aussagen machen, darf die Wirkung der Gesamtkomposition nicht vernachlässigt werden. Das Bild gibt das Gesamtthema vor, was durch die Einzelelemente realisiert wird. Dabei ist die statische Abbildung von einem Kunstwerk auf einer Internetseite als ein Einzelelement in einer Gesamtkomposition zu verstehen. Die Gesamtkomposition kann dabei die Wirkung des Kunstwerkes verstärken oder abschwächen.

Entsprechend unserer Lesegewohnheiten werden Bilder ebenso wie Internetseiten im Allgemeinen von links nach rechts betrachtet. Ein experimentell bestätigtes Phänomen ist, dass Gegenstände, die in der rechten Bildhälfte liegen größer aussehen (Arnheim, 1950). Gaffron (1950) gelang es in seinen Experimenten herauszufinden, dass der Betrachter sich subjektiv mit der linken Seite identifiziert. Obwohl die Elemente auf der rechten Seite größer aussehen, haben die auf der linken Seite eine größere Bedeutung. Da auf den meisten Internetseiten zumindest eine Navigationsleiste auf der linken Seite zu finden ist, bedeutet dies, dass der Betrachter sich gefühlsmäßig noch weiter vom Kunstwerk entfernt.

Es gibt bisher nur wenig Studien zum Einfluss von Kontextinformationen. Wie die Beurteilung eines Kunstwerks beeinflusst wird, wenn dem Betrachter die notwendigen Informationen mitgeliefert werden, die dieser benötigt, um zu verstehen, warum der Künstler dieses Werk so angefertigt hat, ist noch nicht wissenschaftlich abgesichert. Es liegt jedoch nah anzunehmen, dass dieser Einfluss positiv ist.

Nutzung von Multimedia

Wieso sollte nun Multimedia in der Präsentation der Werke eingesetzt werden? Es gibt viele Gründe, die für die Nutzung sprechen, trotz der dadurch entstehenden Mehrkosten und dem erhöhten Aufwand. Es wird in der heutigen Zeit vom Benutzer erwartet und dementsprechende Inhalte werden eher betrachtet. Dank der Erkenntnisse der Lernpsychologie wissen wir heute, dass Informationen, die über mehrere Kanäle fließen, eher aufgenommen und auch behalten werden. Allerdings gilt dies nur wenn die Mediennutzung auch sinnvoll geschieht, sonst sogar einen lernhinderliche Wirkung eintreten. Die Inhalte müssen sich gegenseitig verstärken, um den erwünschten Effekt erzielen zu können.

Ebenfalls muss dabei bedacht werden, dass jeder Mensch seine bevorzugte Aufnahmeweise von Wissen hat, ob visuell, haptisch oder auditiv. Daher ist eine Bandbreite an verschiedenen Medien sinnvoll, um so eher sicherstellen zu können, das tatsächlich für jeden etwas dabei ist. Dabei

brauch als einziger von den menschlichen Sinnen der Geruch nicht berücksichtigt zu werden, da dies zumindest heutzutage per Internet noch nicht möglich ist.

Die Nutzung einer Vielzahl von Medien kann die Benutzerfreundlichkeit für Behinderte erhöhen. Allerdings muss sichergestellt werden, dass die Inhalte für diese Benutzergruppe auch soweit wie möglich zugänglich sind, indem zum Beispiel ein Transkript für Audiodateien bereitgestellt wird.

Nutzen der Rekontextualisierung

Der Vorteil der Rekontextualisierung ist, dass viele dafür sinnvolle Inhalte schon existieren. Hier gibt es zum Beispiel oft die Biografie des Autors beziehungsweise Künstlers, historische Hintergründe der Werke oder Reaktionen von Rezipienten, die in Presseberichten oder Besucherzahlen festgehalten wurden. Kontextinformationen ermöglichen dem Rezipienten einen besseren Zugang zum Werk. Die Wirkung des Werkes ist stärker, wenn der Betrachter einen persönlichen Bezug zur wahrgenommenen Thematik hat und dieser Bezug lässt sich leichter herstellen, wenn die Wahrnehmung der Thematik entsprechend gesteuert wird.

Gerade eine Einbettung der Information durch verschiedene Medien, statt allein als Text, erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass die Thematik auch als zeitgemäß aufgenommen wird. Das Medium ist die Botschaft, sagte Marshall McLuhan und zumindest steuert das Medium die Aufnahme der Botschaft zu einem großen Teil.

Es stellt kein Problem dar enorme Beträge für Filme oder 3D Visualisationen auszugeben. Jedoch ist dies nicht immer notwendig. Die Faszination für den Rezipienten liegt darin Hintergrundinformationen zu bekommen. Die schwierige Frage ist allerdings, wie welche Medien dafür eingesetzt werden sollten. Diese sollten der Art der Information angepasst sein, ebenso wie der ausgewählten Rekontextualisierungssichtweise. Ein statisches Kunstwerk, wie ein Gemälde, zu filmen, ist keine besonders geeignete Nutzung von Medien. Jedoch ist ein Film über die Reaktionen von Rezipienten auf das Werk besser als eine textbasierte Beschreibung. Eine 3D Visualisierung ist besonders bei dreidimensionalen Objekten angebracht oder wenn diese Werke in einem räumlichen Kontext vermittelt werden.

Interaktive Mediennutzung ist von Vorteil, da diese den Rezipienten eher dazu bringt sich aktiv mit dem Werk und den Informationen auseinanderzusetzen. Eine interaktive Mediennutzung hat den Vor- und Nachteil, dass sie eher spielerisch erlebt wird. Gerade für die Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen erleichtert dies oft den Zugang zu den Werken.

Es gilt daher vor der Auswahl der Medien zu entscheiden, was das Ziel der Präsentation ist und welche Gruppen von Rezipienten damit besonders angesprochen werden soll. Ob das Werk eine besondere Bedeutung hat oder ob es an besondere Erlebnisse erinnert, das bleibt dem Rezipienten überlassen, aber durch Rekontextualisierung kann eher kontrolliert werden, was der Betrachter überhaupt wahrnimmt. Der Einfluss der Kontextinformationen scheint stärker zu sein, wenn der Betrachter diese vor der ersten Wahrnehmung der Werke erhält, weil er dann eine Erwartungshaltung aufbaut und eher das sieht, was er zu sehen erwartet. Wenn sich hingegen vorher eine recht stabile Wahrnehmung gebildet hat, ist der Einfluss der Kontextinformationen auf diese schwächer.

Fazit

Es kann leider keinen festgelegten Satz an Regeln geben, die genau festlegen, wann welche Mediennutzung für welches Werk mit welchen enthaltenen Informationen richtig ist. Keine Technik kann das Wissen und das Feingefühl des Experten ersetzen, der sich mit dem Werk auskennt. So obliegt es dem Experten auszuwählen, welche Thematik, welcher Kontext sich zur Rekontextualisierung des jeweiligen Werkes am besten eignet. Dadurch sollte auch die Auswahl der geeigneten Medien leichter fallen. Wünschenswert wäre eine verstärkte Nutzung der ohnehin bereits vorhandenen Informationen über die Werke. Rekontextualisierung durch Multimedia muss keine besonders kostenintensive Maßnahme sein, wenn vorhandene Ressourcen sinnvoll genutzt werden.