

**Der authentische Blick:
Dekonstruktion, User-Interface und selbstreflexives Momentum**

Antje Akkermann^a | Sebastian Bollmann^b

^a Bildung, Vermittlung, Besucherdienste, Staatliche Museen zu Berlin / Stiftung Preußischer Kulturbesitz, Deutschland, a.akkermann@smb.spk-berlin.de;

^b Bildung, Vermittlung, Besucherdienste, Staatliche Museen zu Berlin / Stiftung Preußischer Kulturbesitz, Deutschland, s.bollmann@smb.spk-berlin.de

KURZDARSTELLUNG: Im Kontext „außereuropäischer“ Sammlungen ist die Frage nach Authentizität von vermittelnden Medien spätestens seit der Writing Culture Debatte gestellt worden. Das Museum gilt aber nach wie vor Vielen als Garant für Authentizität. Um in solchen Debatten seine Glaubwürdigkeit nicht zu verspielen kommt das verantwortungsbewusste Museum nicht umhin sich und seine Praxen zu hinterfragen und sie auch an sein Publikum zu vermitteln. Das Ethnologische Museum und das Museum für Asiatische Kunst der Staatlichen Museen zu Berlin / Stiftung Preußischer Kulturbesitz ziehen mit ihren Dauerausstellungen in das Humboldt Forum. Eine große Bandbreite an unterschiedlichen medialen Vermittlungsangeboten ist auf den Flächen geplant. Dieser Beitrag gibt Einblick in die Konzeption der Medieneinsätze und die digitale Vermittlung der beiden Museen im Humboldt Forum im Kontext eines transparenten Umgangs u.a. mit Authentizitätseffekten.

1. MUSEALE BLICKE

Authentizitätsdebatten um technische Medien, insbesondere Bildmedien, gab es schon bevor Medien digital wurden. Ein frühes Beispiel analoger Bildmanipulation, das förmlich ganze Erinnerungen vom Ende des zweiten Weltkriegs prägte, nämlich die Sowjetfahne auf dem deutschen Reichstag vom angeblich 2. Mai 1945, ist nur eines der prominentesten an dem sich hinsichtlich Authentizität, Retusche und Inszenierungen von fotografischen Zeugnissen abgearbeitet wurde. Fotografie ermöglichte erstmals eine Fixierung der visuellen Welt in einem analog-fotochemischen Speicher durch eine Abtastung der Wirklichkeit. „Diese Speicherung ist also nicht mehr auf die Vermittlung der menschlichen Wahrnehmung und von Gedanken angewiesen, wie das die Speicherung in den Symbolismen der Schrift oder malerischer Zeichen voraussetzte.“[1] Dennoch wurde die Vorstellung einer natürlichen, objektiven, technischen Abbildung durch die Fotografie diskutiert und widerlegt und ihr immanent subjektiver Charakter herausgestellt. Medien erzeugen Wirklichkeits- und Vergangenheitsversionen, Werte, Normen und Identitätskonzepte und Authentizitäten,

und bilden sie nicht nur ab. Marshall McLuhan hat dies in „Understanding media“ mit dem viel zitierten Satz „The media is the message“ auf den Punkt gebracht. Die Fotografie „Auf dem Berliner Reichstag, 2. Mai 1945“ ist trotz der Vorwürfe der Manipulationen zu einer Bildikone geworden und symbolisiert das Ende des Faschismus in Deutschland wie kaum ein anderes. Die Fotografie ist authentisches Zeugnis, das in besonderer Weise verdeutlicht, dass Authentizität nicht immanent ist, sondern hergestellt wird.

Auch im Kontext „außereuropäischer“ Sammlungen ist die Frage nach Authentizität von (vermittelnden) Medien spätestens seit der Writing Culture Debatte mit der Infragestellung der ethnografischen Repräsentation und damit der Konstruktion von Kultur einhergegangen. Was als authentisches Wissen über ein Objekt, eine Person und/oder eine Kultur mittels beispielsweise Ethnografien vermittelt wird, sind keine objektiven Daten und Fakten, sondern subjektive und von der Kultur und Sozialisation des Forschenden beeinflusste Erkenntnisse und Interpretationen. Analog dazu hielt der Diskurs unter der Begrifflichkeit Filming Culture Einzug in die Visuelle

Anthropologie. Dies zeigt sich beispielsweise an der Auseinandersetzung innerhalb der Visuellen Anthropologie über die beiden filmischen Ansätze Cinéma Vérité und Direct Cinema. Jean Rouchs und Edgar Morins Cinéma Vérité und auf der eine Seite und Michel Braults Direct Cinema auf der anderen Seite nehmen zwei unterschiedlichen Pole in der Frage des Grades der Einmischung in das Abzubildene ein. Die Prämisse des Cinéma Vérités war, dass alle am Film beteiligten Personen (Regie, Kamera, Ton, Interview) potentiell im Bild zu sehen sind und das Geschehen vor der Kamera mit beeinflussen sowie u.a den Prozess des Filmes selbst zum Gegenstand machen. Hingegen ging das Direct Cinema davon aus, dass mit der kleinstmöglichen Crew und maximal zurückhaltend gedreht werden solle. Extrem konstruiert wird die filmische Repräsentation dennoch – so waren sich die beiden Schulen einig – spätestens im Filmschnitt. Im Gegensatz dazu haben viele ethnologische Filmemacher*innen bis in die siebziger Jahre hinein, die Auffassung vertreten, dass der ethnologische Film eine möglichst objektive Abbildung der in den sogenannten „anderen“ Kulturen vorgefundenen „Realität“ zu sein habe. So wurden hier beispielsweise filmische Umsetzungen gewählt, die vorsahen die Beschaffung von Materialien, die Herstellung von Gütern oder das Durchführen von Rituale im Ganzen zu dokumentieren. Die Vermutung liegt nahe, dass dieser Ansatz dem der sogenannten Bewahrungsethnologie nahesteht. Es stellen sich also Fragen wie, wer spricht, filmt, schreibt etc. über wen bzw. bestenfalls mit wem? Die mit diesen Fragen potentielle einhergehende Reflexion der wissenschaftliche Konventionen [2] geht die notwendigen weiteren Schritte, d.h. die Wahl des Realitätsausschnittes und die Mittel der Authentizitätsproduktion (z.B. allwissender Voice-Over, erklärender wissenschaftlicher Kommentar, beobachtende Kamera) in den Blick zu nehmen [3], offenzulegen bis hin sie zu verabschieden. Wie diese Verabschiedung und die Findung neuer Erzählformen aussehen kann, ist an multiperspektivischen Ansätze nachvollziehbar, wo beispielsweise die Stimmen der Beforschten Teil der Erzählung werden bis hin zu, dass die ehemals Beforschten direkte Einflussmöglichkeiten auf die Forschung und deren Ergebnisse erhalten und bestenfalls diese für sich selbst nutzen können. So findet man heute häufig Mix-

Method-Ansätze im ethnologischen Film, so z.B. von beobachtenden Sequenzen über Einstellungen, die die Konstruiertheit des Mediums durch experimentelle und/oder (selbst)reflexiven Einschüben offenlegen bis hin zu multiperspektivischen, kollaborativen und/oder aktivistischen Ansätzen [4]. Aber selbst wenn diese Schritte getan sind, stellt sich die Frage, wie das filmische Werk von Betrachter*innen rezipiert wird, welche Authentizitätseffekte es erzeugt, ob und wenn ja wie Fake und Fiktion sichtbar/unterscheidbar gemacht werden sollen, wie Widersprüche und Brüche dargestellt werden können.

Auch das Museum kommt nicht umhin sich und seine Praxen zu hinterfragen und seine Wirkmächtigkeit offen zu thematisieren und an sein Publikum zu vermitteln – was auch bedeuten kann Deutungshoheit abzugeben. Das Museum wird allgemein als wertkonservativ verstanden und mit Beständigkeit assoziiert. Auch wenn auf fachlicher Ebene, nicht zuletzt seit dem Erstarken der New Museology, ein selbstreflexives Bewusstsein eingesetzt hat und derzeit vermehrt museale Praxis und Selbstverständnis diskutiert werden, genießt das Museum nicht nur bei seinen Besuchenden nach wie vor eine unhinterfragte Deutungshoheit. Das Museum als Institution eines kollektiven Gedächtnisses und als Bewahrer von Dingen im Sinne materialisierter Zeitzeugenschaften gilt nach wie vor Vielen als Garant für originäre Authentizität und historisch verbrieft Wahrheiten. „Museen sammeln, um Vergangenheit und Gegenwart, Tradition und Fortschritt in Übereinstimmung zu bringen.“[5] Krzysztof Pomian sieht den Wert von gesammelten Objekten in ihrer Eigenschaft als Zeichenträger, also ihrer Eignung mit Bedeutung versehen zu werden. In eine Sammlung aufgenommen und so ihrer Nützlichkeit beraubt werden diese Dinge mit Bedeutung versehen, er nennt diese Objekte Semiphoren.[6] In diesem Kontext und seiner Dingtheorie folgend fordert Gößwald: "Das Museum muss sich der Verantwortung bewusst sein, die es bei jeder Übernahme von Objekten trägt." [7] Als Museumsobjekt seinem „ursprünglichen“ Verwendungskontext beraubt und neu mit Bedeutung aufgeladen, wird ihm dort auch noch das Etikett des Authentischen angeheftet. Objekte und insbesondere Museumsobjekte sind Bedeutungsträger, differenziertes Wissen zu den Objektkontexten

ist darum für eine verantwortliche Museumsarbeit Voraussetzung.

2. (UN)VERMITTELT: DAS USER-INTERFACE ALS VERMITTLER

Das Ethnologische Museum und das Museum für Asiatische Kunst der Staatlichen Museen zu Berlin / Stiftung Preußischer Kulturbesitz werden im Humboldt Forum Ausstellungsflächen von insgesamt knapp 17.000 qm einnehmen; darunter befinden sich in Verantwortung der Staatlichen Museen verschiedene Module der Dauerausstellungen auf 12.700 qm mit insgesamt bis zu 10.000 gleichzeitig präsentierten Objekten zu verschiedenen Kulturen und Künsten aus Afrika, Amerika, Asien und Ozeanien. Eine große Bandbreite an unterschiedlichen medialen Vermittlungsangeboten ist auf den Flächen der Dauerausstellung geplant. Es gibt insgesamt 120 physische Medienstationen. Die medialen Vermittlungsangebote reichen von einmalig vorkommenden, räumlichen und interaktiven Inszenierungen, Games, Virtual Reality- und Augmented Reality-Anwendung über individuelle Filmprojektion und Hörstationen bis hin zu sogenannten Standard-Medienstationen, die sich als wiederkehrendes Element auszeichnen.[8] Auf den Standard-Medienstationen werden sogenannte Profilformate laufen, die den Besucher*innen verschiedene Formen der Narration und unterschiedliche Möglichkeiten der Interaktion sowie Wiedererkennbarkeit und eine gewisse Dynamiken bieten. Andockend an die drei Leitgedanken – Multiperspektivität, Gegenwartsbezug, Partizipation –, die für das gesamte Haus entwickelt wurden, operieren die Profilformate konzeptionell mit sogenannten Turning Points, die mit Erwartungen von Besucher*innen spielen und im besten Falle eine Art reflexives Momentum auslösen. Im Folgenden werden vier der insgesamt sechs Profilformate vorgestellt und so Einblicke in die Konzeption der User-Interface- und Backend-Entwicklung gegeben. Im Fokus sollen dabei Strategien hierarchiefreier Darstellungsformen und der Dekonstruktion von Rezeptionserwartungen (mittels Turning Points) stehen.

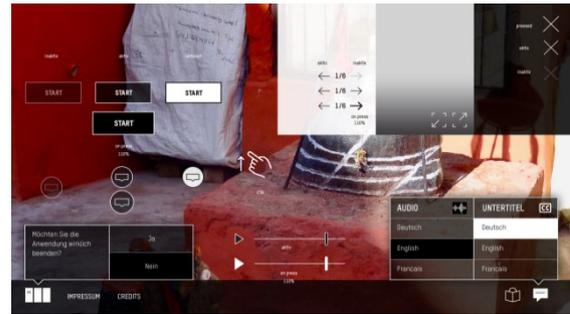


Abb. 1: Ansicht einiger interaktiven Elemente der Profilformate (© Staatliche Museen zu Berlin – Stiftung Preußischer Kulturbesitz in Zusammenarbeit mit TRIAD Berlin Projektgesellschaft mbH).

An den Standard-Medienstationen der Dauerausstellungsflächen des Ethnologischen Museums und des Museums für asiatische Kunst im Humboldt Forum interagieren Besucher*innen immer mittels eines Touchscreens. Die auf diesen Stationen angebotenen Profilformate sind typologisch wiederkehrende, technische und qualitative Formate mit einer jeweils spezifischen Qualität des Interaktiven. Die Profilformate bieten den Besucher*innen zusätzliche, sinnvoll verknüpfende und inhaltliche Orientierungs- und Vermittlungsangebote an. Das Userinterface des Frontends zeichnet sich durch eine durchgehend einfache Handhabung und klare Navigation aus, die an bestehende Gewohnheiten der Besucher*innen anknüpft und die durch eine Wiedererkennbarkeit im Ausstellungsparcours gekennzeichnet ist. Im Backend wird den Museen durch die Profilformate eine einfache Aktualisierbarkeit der Inhalte auf den Medienstationen ermöglicht; ein Content Management System bietet den Mitarbeiter*innen der Museen inhouse die Möglichkeit einer unkomplizierten Anreicherung und Überarbeitung von bestehenden Inhalten und einer schwellenarmen Umsetzung von neuen Narrationen auf Standard-Medienstationen.

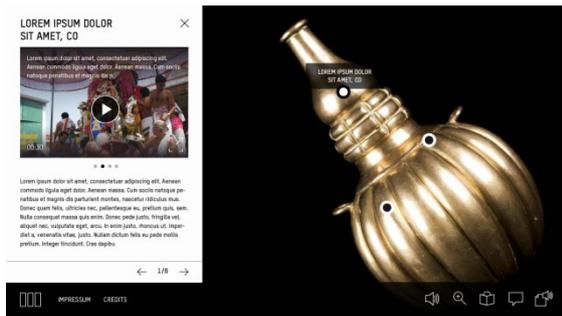


Abb. 2: Planungsansicht des Profilformats Interaktives Objekt mit aktiviertem Hotspot. Ein Pop-Up-Fenster mit Überschrift, Text und Mediengalerie wird geöffnet (© Staatliche Museen zu Berlin – Stiftung Preussischer Kulturbesitz in Zusammenarbeit mit TRIAD Berlin Projektgesellschaft mbH).

Das Profilformat interaktives Objekt nimmt ein Objekt in den Fokus. Besucher*innen können mit frei dreh- und zoombaren Digitalisaten (2D und 3D) von Ausstellungsobjekten interagieren und sich so dem Objekt explorativ nähern. Über sogenannte Hotspots, Markierungen am Objekt-Digitalisat, gelangen Besucher*innen zu hinterlegten multimedialen Inhalten. Diese ermöglichen vielfältige Kontextualisierungen durch unterschiedliche, aber gleichberechtigte Blicke auf das Objekt. Eine gleichwertige Anordnung von Inhalten auf bis zu acht Hotspots auf einem interaktiven Objekt kann so multiperspektivische Inhalte gleichberechtigt vermitteln, ohne potentiell vorhandene Hierarchien zwischen verschiedenen Personen oder Gemeinschaften (Vertreter*innen sogenannter Source Communities, Kurator*innen, Restaurator*innen etc.) zu reproduzieren.



Abb. 3: Planungsansicht des Profilformats Maps mit zwei applizierten Netzwerken (© Staatliche Museen zu Berlin – Stiftung Preussischer Kulturbesitz in Zusammenarbeit mit TRIAD Berlin Projektgesellschaft mbH).

Das Profilformat Maps besteht aus einem interaktiven Globus mit der Möglichkeit der Anbindung von Inhalten an geografische Punkte, sogenannte Hotspots. Die geografischen Punkte können durch Linien zu Netzwerken verbunden werden. Auf einer

Maps-Anwendung können bis zu drei Netzwerke angelegt werden. So können Themen wie Objektbiografien und -bewegungen, Sammlernetzwerke, Expeditionen, Schriftverkehr und Korrespondenzen, Kapitalbewegungen, aber auch Naturphänomene oder Infrastrukturen visuell vermittelt und dezentral erzählt werden. Es ist geplant zur Eröffnung des Humboldt Forums eine topografische Grundkarte (Basemap) auf dem interaktiven Globus bereitzustellen, die die Themen und Objekte des Ausstellungsmoduls geografisch verortet und den Besucher*innen Orientierung bietet. Das hinterlegte Content Management System erlaubt aber in Zukunft weitere anwendungsspezifische Basemaps zu hinterlegen. Um spielerisch mit den Sehgewohnheiten der Besucher*innen zu brechen, werden Funktionen im User-Interface integriert, die ungewohnte Perspektiven erzeugen, wie beispielsweise eine Südausrichtung des Globus. So gibt das Format einerseits Orientierung, hinterfragt aber die eigene Verortungsweise als perspektivgebunden und gesellschaftlich (westlich) konstruiert.

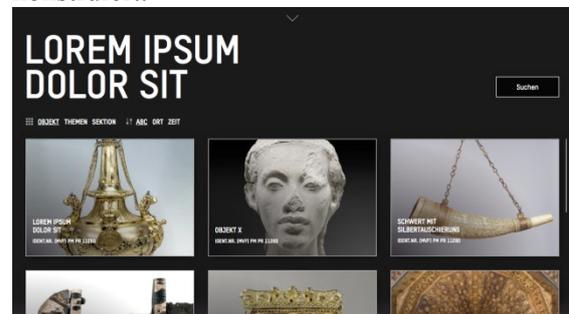


Abb. 4: Geplante Startansicht des Profilformats Recherchestation (© Staatliche Museen zu Berlin – Stiftung Preussischer Kulturbesitz in Zusammenarbeit mit TRIAD Berlin Projektgesellschaft mbH).

Das Profilformat Recherchestation kommt nur bei den Studiensammlungen und Schaumagazinen der Dauerausstellung zur Anwendung, da diese im Ausstellungsparcour besondere Ausstellungssituationen darstellen. Studiensammlungen und Schaumagazinen sind sehr dichte Präsentationen, die der Anmutung einer Depotsituation folgend sehr viele Objekte beinhalten und diese ohne Objektbeschriftung zeigen. Die Recherchestationen sollen es den Besucher*innen ermöglichen sich die gezeigten Objekte zu erschließen. Durch die Anbindung an die Objektdatenbank bekommen die Nutzer*innen Zugang zu den originären Daten des Museums zu den Objekten.

Gleichzeitig kontextualisieren unterschiedliche Zugangsmöglichkeiten die Objekte und die Ordnungen in die sie gestellt werden und wurden. Grundzustand einer Recherchestation ist immer eine zufällige Anordnung aller im Schaumagazin oder in der Studiensammlung präsentierten Objekte. Dies betont zunächst einmal die Masse an Objekten und erlaubt den Besucher*innen einen explorativen Zugang nach subjektiven Auswahlkriterien. Die Zufälligkeit der Anzeige im Kontext musealer Ordnungs- und Sammlungsprinzipien stellt aber auch ein starkes Statement dar. Andere Zugänge erlauben gezielte objektbezogene und themenbezogene Recherchen. Die Thematisierung unterschiedlicher Ordnungen auf der Metaebene bricht mit den Authentizitätseffekten der Bereitstellung originärer Datenbankeinträge und hinterfragt so museale Ordnungsprinzipien.



Abb. 5: Planungsansicht des Profilformats Scrollytelling mit Kapitelnavigation (© Staatliche Museen zu Berlin – Stiftung Preussischer Kulturbesitz in Zusammenarbeit mit TRIAD Berlin Projektgesellschaft mbH).

Das Scrollytelling ist dem im Online-Journalismus etablierten Format entlehnt und folgt dem Prinzip einer linearen Erzählung entlang verschiedener Kapitel. Die Nutzer*innen navigieren sich mittels Scrollen durch eine multimediale Geschichte; Navigation und einzelne Medien (Text, Bild, Audio, Video) ergeben ein Gesamtkonzept. Der Fokus des Formats liegt auf dem klassischen Storytelling, es gibt einen Anfang und ein Ende der erzählten „Geschichte“, aber die Möglichkeit, über eine Kapitelnavigation Kapitel gezielt auszuwählen, zu überspringen oder zurückzugehen. Beim Anlegen einer Story kann aus verschiedenen Vorlagen gewählt werden, auf denen Medien in jeweiliger Art und Weise angeordnet werden können. Einige dieser Vorlagen, wie der Bildvergleich oder die Möglichkeit der Platzierung verschiedener Audiospuren auf einem Hintergrundbild, bieten besondere Möglichkeiten Turning Points zu setzen.

Aufgrund der Anlage des Screen- und Interaktions-Designs sind diese aber eher auf inhaltlicher Ebene umzusetzen.

Die Profilformate ermöglichen es auf unterschiedlichen Ebenen, auch über die im Screen-Design angelegten Funktionen hinaus, dekonstruktive und selbstreflexive Momente oder sogenannte Turning Points zu setzen. Über die Auswahl der Materialien und Medien und deren Arrangement können gewisse Effekte erzielt und gebrochen werden, in dem z.B. Entstehungssituationen bewusst gezeigt werden und so das Gemachtsein mit all seinen Auswirkungen auf die Inhaltsrezeption thematisiert wird (z.B. Fotos, die auch Tourist*innen neben den visuellen Forscher*innen zeigen, neben Fotos die versuchen diese bewusst auszublenden). Über die Auswahl von Objekten, die besondere Geschichten erzählen und auf den ersten Blick Bekanntes bedienen, bei genauerer Beschäftigung aber Überraschendes bereithalten. In der Ausstellung des Museums für Asiatische Kunst kontextualisiert ein interaktives Objekt eine Elfenbeinschnitzerei, die wohl zumeist auf den ersten (westlich geprägten) Blick als christlich identifiziert wird und sich bei näherem Hinschauen und durch die angebotenen Inhalte als ein synkretisches Objekt herausstellt. Ausstellungssituationen und szenische Mittel – besonders im Museum – sind im Besonderen an der Erzeugung von Authentizität beteiligt, Medien können diese Effekte offenlegen. Ein im Ethnologischen Museum präsentiertes Haus, das aus Teilen unterschiedlicher Häuser zu einem Typus zusammengefügt ist, präsentiert sich den Besucher*innen zunächst einmal als ein Haus – als ein authentisches. Im Sinne eines Exemplars ist es auch durchaus authentisch, dennoch wird ein Museum diese Konstruktion und ihre Wirksamkeit thematisieren wollen – Medien können dies in besonderer Weise vermitteln und Authentizitätseffekte transparent machen ohne den gezeigten Objekten ihre Faszination zu nehmen. Über eine gezielte Auswahl von Narrativen und Narrationen können z.B. verschiedene Personen zu Wort kommen, die so Objektkontextualisierungen u.a. zur Provenienz eines Objektes aus kolonialem Kontext aus unterschiedlichen vielleicht gar gegensätzlichen Perspektiven den Besucher*innen anbieten.

3 MOMENTUM: GRENZEN UND PROBLEME

Das Verfassen und Präsentieren des eigenen Vorhabens kann ebenfalls ein selbstreflexives Momentum auslösen. Als Kulturwissenschaftler*innen sind wir dafür bestimmt besonders anfällig. Auch wenn es kein sogenannter Turning Point ist (jedenfalls hoffen wir das), markiert das Verfassen dieses Arbeitsstandes einen guten Punkt um im Machen innezuhalten, auf das eigene Tun zu schauen und zu fragen, ob und wie weit das sich selbst gestellte Konzept der konkreten Arbeit standhält, an welche Grenzen es gerät und wie damit umzugehen wäre.

Natürlich arbeiten wir nicht im luftleeren Raum, die Umsetzung unserer konzeptuellen Überlegungen in Inhalte unterliegt gewissen Rahmenbedingungen. Ganz banale wie einem Budget, das bestimmte Vorhaben ermöglicht und andere nicht. Der Faktor Zeit spielt wie bei allen Projekten natürlich eine Rolle. Manchmal muss aus diesen Gründen praktisch gehandelt werden, so kann eventuell leider nicht bei jeder kleineren Produktion auf Konzepte wie des zu Eingang genannten Cinema Verité oder kollaborative Umsetzungsformen, die den Besucher*innen die Dimension des Produzierten vermitteln, zurückgegriffen werden.

Dann haben wir es mit zwei Museen zu tun, die unter dem einen Konzept agieren müssen. Das Ethnologische Museum und das Museum für Asiatische Kunst haben zum Teil unterschiedliche Selbstverständnisse, ein eher kulturanthropologisches, ein eher kunsthistorisches, und damit unterschiedliche Sammlungs-, Forschungs- und Vermittlungsschwerpunkte und -ansätze. Doch auch innerhalb der Museen gibt es unterschiedliche fachliche Zugänge und Schulen z.B. bei einzelnen Sammlungen. Besonders deutlich wird dies bei den archäologischen Sammlungen – wie arbeitet man in diesem Sammlungsbereich mit Teilhabe, Partizipation und Gegenwartsbezügen? Multiperspektivische Diskurse abzubilden und in die mediale Vermittlung einzubinden kann helfen offen und transparent mit der Erzeugung von Authentizitätseffekten im Museum umzugehen, da hier Widersprüchlichkeiten, Brüche eben Diskurse sichtbar gemacht werden und es somit nicht dazu kommt, dass

beispielsweise ein Objekt als Beleg für ein Argument herangezogen wird, sondern die Infragestellung dessen potenziell immer umsetzbar ist. Anknüpfend an die Ansätze in der visuellen Anthropologie und New Museology sehen wir uns und unsere Konzeption und Umsetzung der Medieneinsätze für das Ethnologische Museum und das Museum für Asiatische Kunst im Humboldt Forum in der Verantwortung die möglicherweise auftretenden Authentizitätskonstruktion zu dekonstruieren und erfahrbar zu machen. Multiperspektivische und partizipatorische Ansätze – auch auf Forschungsebene – haben immer mit Problematiken von Einflussnahme zu tun. Wer darf/kann mitspielen und wer bestimmt die Spielregeln – hier kann mitunter auch politische Einflussnahme eine gewichtige Rolle spielen, die Kooperationen und auch der Vermittlung von Forschungsarbeit zum Teil sehr enge Grenzen vorgibt.

Wie geht man mit der Produktion neuer Zeitzeugenschaften durch multiperspektivische Ansätze um? Wie finden die immateriellen, digitalen Objekte, die wir produzieren Eingang in die Sammlung? Wie erfahren digitale Praktiken und Möglichkeiten eine Rückbindung an das operating System? Wie kann sich ein dynamischer und nachhaltiger Umgang mit einer digitalen Vermittlung in der breiten Kollegen*innenschaft der Museen etablieren, damit auch nach Eröffnung neue Inhalte entstehen, neueste Forschung vermittelt, neue Perspektiven eingebunden werden und somit Teilhabe ermöglicht wird? Fragen, die bestimmt nicht einmalig und eindeutig beantwortet werden können, die es aber lohnen immer mal wieder im Prozess gestellt zu werden, um in der (digitalen) Vermittlung offen und transparent mit Konstruktionen und Effekten umzugehen.

4. REFERENZANGABEN

- [1] Schröter, Jens (2004): Die Macht der Stillstellung. Zur technologischen Abtastung und Verfolgung am Beispiel der Fotografie und des Computers. [online], Online im Internet: https://www.theorie-der-medien.de/text_druck.php?nr=35 (23.10.2019).
[2] vgl. Mohn, Elisabeth: Filming Culture. Spielarten des Dokumentierens nach der Repräsentationskrise, Lucius & Lucius, Stuttgart, 2002, S. 4.

- [3] vgl. Hattendorf, Manfred: Dokumentarfilm und Authentizität. Ästhetik und Pragmatik einer Gattung. Ölschläger, Konstanz, 1994.
- [4] vgl. Hanson, Kieran: Shooting Freetown. Sierra Leone/UK, 2011.
- [5] Flügel, Katharina: Einführung in die Museologie. Darmstadt, 2005, S.37.
- [6] Pomian, Krzystof: Der Ursprung des Museums. Vom Sammeln. Berlin, 1998, S.88.
- [7] Gößwald, Udo: Museum und kultureller Dialog. In: Udo Gößwald und Rita Klages (Hg.), Ein Haus in Europa. Stadtkultur im Museum. Leverkusen 1996, S.104-108.
- [8] Für weitere Informationen zu den Medieneinsätzen und zur Konzeption: Akkermann, Antje und Bollmann, Sebastian: Medien – digitale Vermittlungsstrategien. Ein Glossar der Medienplanung für die Ausstellungsmedien der Staatlichen Museen zu Berlin im Humboldt Forum. In: Irene Ziehe und Ulrich Hägele (Hg.), Populäre Präsentationen. Fotografie und Film als Medien musealer Aneignungsprozesse, Waxmann Verlag, Münster 2019, S. 43-58.