

Mediale Vermittlungsstrategien in der Szenografie

Prof. Eberhard Schlag¹

Abstract: Information on demand als mediale Vermittlungsstrategie in der Szenografie ermöglicht eine auratische Objektpräsentation und gleichermaßen Kontextualisierung und Informationsvermittlung. Mithilfe von personalisierten Devices ist zudem eine zielgruppenorientierte Ansprache von Besuchern möglich. Darüber hinaus bieten VR- und AR-Technologien die Möglichkeit zur publikumswirksamen Darstellung komplexer wissenschaftlicher Zusammenhänge.

Keywords: Szenografie, Mediale Vermittlung, Information on demand, VR, AR

1 Szenografie

Szenografie ist eine Universaldisziplin, die mit Raum, Licht, Grafik, Ton und digitalen Medien Erlebnisräume schafft, in denen Wissen vermittelt und Besuchern verborgene Zusammenhänge intuitiv zugänglich gemacht werden. Szenografie geht davon aus, dass gestaltete Räume immer eine Aussage beinhalten, dass also bereits über deren Gestaltung Inhalte und Botschaften vermittelt werden können. Das zentrale Gestaltungsmittel der Szenografie ist deshalb das sogenannte „Raumbild“. Im Raumbild werden Inhalte zu Geschichten geformt und in eindruckliche, manchmal monumentale räumliche Gesten mit narrativer Wirkung verwandelt. Hierbei spielen mediale Vermittlungsstrategien eine zentrale Rolle.

¹ Atelier Brückner <http://www.atelier-brueckner.com>, eberhard.schlag@atelier-brueckner.com



Abb. 1: Zentraler Raum des „Universe of Particles“ des Besucherzentrums des CERN in Genf (Gestaltung Atelier Brückner). Aus dem Thema der Beschleunigung von Teilchen entsteht ein Raumbild aus kugelförmigen Ausstellungseinheiten, die eine Vielzahl von Informations- und Interaktionsmöglichkeiten bieten. Der Höhepunkt des Ausstellungsbesuchs ist ein multimediales, dynamisches Raumerlebnis, das den Urknall als Phänomen erfahrbar macht. Der Ausstellungsraum wird selbst zum Exponat. (Foto: Michael Jungblut)

2 Information on demand

Einem Ausstellungsprojekt können unterschiedliche Absichten und Inhalte zugrunde liegen. Die Spanne reicht von einer umfangreichen, klassischen Objektsammlung eines Kunst- oder kulturhistorischen Museums über thematische Ausstellungen, die oft ganz ohne Exponate auskommen müssen, bis zur Produktpräsentation als Mittel glaubhafter Markenkommunikation.

Im Kontext aktueller Ausstellungen haben wir es also mit zwei ganz unterschiedlichen Kategorien zu tun: mit vornehmlich objektbasierten Ausstellungen, in denen die Qualität und die Aura [Be36] der ausgestellten Exponate im Vordergrund stehen und mit thematischen Ausstellungen, bei denen es vornehmlich um die Darstellung komplexerer Zusammenhänge oder die Vermittlung von Wissen zu einem bestimmten Zusammenhang geht. Bei objektbasierten Ausstellungen sind die „Dinge“, also die Exponate, „Zeugen, die Informationen über Vergangenes zu geben vermögen. Sie sind, wie Krzysztof Pomian sie nennt, Semiophoren, also Zeichenträger die zwischen Gegenwart und Vergangenheit vermitteln. Pomian bezeichnet die Objekte eines Museums als Medien oder auch Mediatoren, also Kommunikationswerkzeuge zwischen

dem Sichtbaren und dem Unsichtbaren, zwischen der Materialität des Anschaubaren und der Immaterialität des Erinnerbaren“ [Ko07].

In dieser Ausstellungform geht es in erster Linie darum, die Dinge so zu präsentieren, dass sie ihre Aura voll entfalten können, also unverstellt und nach Möglichkeit ohne zusätzliche Informationen in den Dialog mit dem Rezipienten treten können. Trotzdem besteht natürlich auch hier der Bedarf nach Informationsvermittlung, nach dem Kontext oder der Bedeutungsebenen des Objektes. Hier setzt die mediale Vermittlungsstrategie von „Information on Demand“ an: kontextualisierende Informationen werden nicht permanent angeboten, sondern nur dann, wenn der Besucher sie abrufen. Dies kann auf unterschiedlichste Arten geschehen. Am besten eignen sich hierfür gesteuertes Licht oder Projektionen. Bei Information on demand sind die Objektpräsentation und der Ausstellungsraum nicht mehr wie bisher statisch, sondern dynamisch und passen sich den unterschiedlichen Bedürfnissen der Besucher an.



Abb. 2: In der neuen Dauerausstellung Homo, Natura, Terra des Landesmuseum Zürich (Gestaltung Atelier Brückner) werden die zentralen Objekte der Ausstellung zunächst als reine Artefakte präsentiert. Durch Berührung der Vitrine schaltet sich die Vitrinenrückwand opak und wird zur Projektionsfläche für kontextualisierende Inhalte. Die ausgestellten Objekte werden in eine Geschichte einbezogen und somit verständlich. (Foto: Daniel Stauch)



Abb. 3: In der Sonderausstellung Viking im National Museum of Denmark (Gestaltung Atelier Brückner) werden die Originalteile eines Schiffswracks von Zeit zu Zeit mit filmischen Sequenzen auf unterschiedlichen Projektionswänden vor und hinter dem Schiff kontextualisiert und die Geschichte des Schiffes für die Besucher intuitiv nachvollziehbar gemacht. (Foto: Michael Jungblut)

In einem weiteren Schritt können Informationen auch in unterschiedlichen Sprachen oder in unterschiedlicher Komplexität für unterschiedliche Zielgruppen (Kinder, Erwachsene, Experten, etc.) angeboten werden. Hierzu werden die Besucher z. B. mit RFID Devices ausgerüstet, welche die notwendigen Informationen enthalten. Sie können z.B. mit der Eintrittskarte kombiniert oder als Armband separat ausgegeben werden.



Abb. 4: Im Deutschen Dampflok-museum in Neuenmarkt (Gestaltung Atelier Brückner) werden Informationen über eine codierte Eintrittskarte zugänglich gemacht. Unterschiedliche Profile geben zielgruppengerechte Informationen zu den Exponaten. (Foto: Michael Jungblut)

3 Personal Devices

Eine weitere Möglichkeit sind tragbare Devices wie Tablets, die multimediale Informationen oder sekundären Inhalt zu den Hauptexponaten vermitteln können. Sie eignen sich vor allem dann, wenn der Ausstellungsort selbst ein Exponat ist, also bspw. an Originalschauplätzen wie Dichter- oder Künstlerhäusern. Hier würde jede Form der physischen Erläuterung über Texttafeln oder fest installierte Medien sofort zur Veränderung des authentischen Ortes führen und damit die Aura des Ortes negativ beeinflussen.



Abb. 5: In Graceland, Memphis, USA, bekommen die Besucher ein Tablet als Ausstellungsführer der alle Räume, Ausstattungselemente und Originale im Raum erläutert und zudem kontextualisierendes Bild-, Film- und Audiomaterial zur Verfügung stellt. (Gestaltung Unified Field)

Bei thematischen Ausstellungen, insbesondere im technischen oder wissenschaftlichen Bereich ist das Bedürfnis nach Erklärung und Vermittlung oft noch viel größer. Hier sind die Zusammenhänge oft so komplex, dass sie ohne Erläuterung überhaupt nicht hergestellt werden können. Themen sind zudem oft für ein fachfremdes Publikum wenig attraktiv und benötigen Anreize, die zu einer Auseinandersetzung anregen. Es gibt Ausstellungen, die ganz ohne Exponate auskommen müssen. Hier spielt mediale Vermittlung eine ganz andere, viel weitreichendere Rolle. Sie kann Interesse wecken, Zugänge schaffen, Kontexte herstellen und Informationen so aufbereitet darstellen, dass sie unterschiedlichen Zielgruppen gerecht werden können.



Abb. 6: Im Parliamentarium, dem Besucherzentrum des europäischen Parlaments in Brüssel (Gestaltung Atelier Brückner) können die Besucher in 23 unterschiedlichen Sprachen interaktiv an Sitzungen des Parlaments teilnehmen und die Abläufe bis zur Entscheidungsfindung nachvollziehen. (Foto: Rainer Rehfeld)

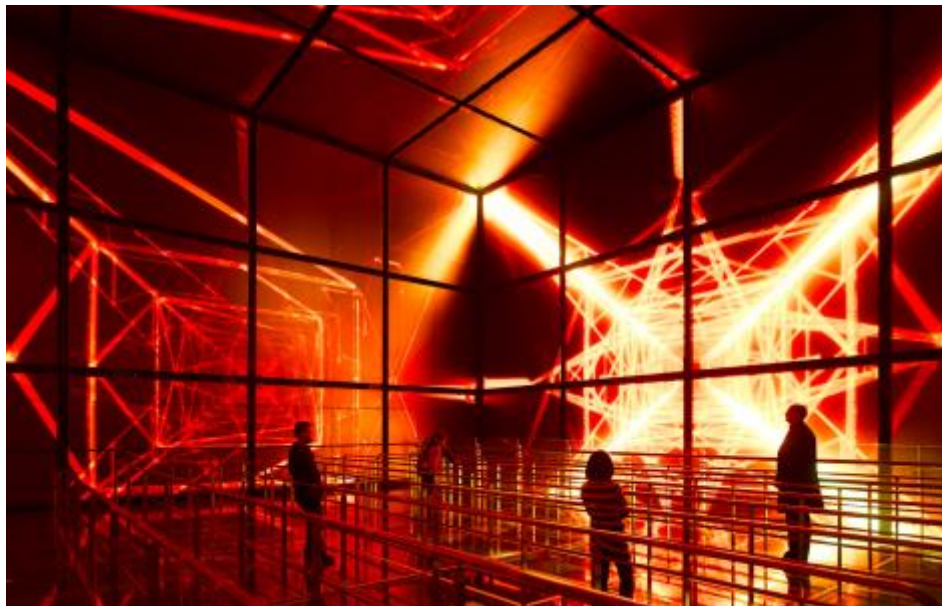


Abb. 7: Im Stategrid Pavillon auf der Expo Shanghai (Gestaltung Atelier Brückner) erfahren die

Besucher in einem immersiven 720° Raum alles über die Energieproduktion und den Energietransport über große Distanzen in China. (Foto: Roland Halbe)

Eine besondere Bedeutung haben mediale Vermittlungsstrategien im Bereich der Rekonstruktion historischer Zusammenhänge. Gerade im Bereich historischer oder archäologischer Ausstellungen ist zwar sehr viel Wissen über die Lebenswelten der Menschen vorhanden, es fehlt aber an Möglichkeiten diese publikumswirksam und trotzdem wissenschaftlich korrekt darzustellen. Hier können Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR) Technologien einen entscheidenden Beitrag zur Vermittlung leisten. Wo man z.B. bisher noch mit aufwändigen 1:1 Aufbauten von kleinen Teilen von steinzeitlichen Siedlungen versuchte, eine anschauliche Illustration der historischen Zusammenhänge zu erzeugen, können heute mit VR komplette Siedlungsanlagen dargestellt und darüberhinaus deren Veränderungen über die Zeit dokumentiert werden. Wo bisher nur Momentaufnahmen möglich waren, können nun größere Zusammenhänge hergestellt werden.



Abb. 8: In der Ausstellung „Das Gedächtnis des Sees“ während der Großen Landesausstellung 4000 Jahre Pfahlbauten, Bad Schussenried, 2016 (Gestaltung HTWG Konstanz, Sophie Ludigs und Jürgen Otterbach) konnten die Besucher eine auf der Basis jahrzehntelanger wissenschaftlicher Forschung entstandene detailgenaue Rekonstruktion der neolithischen Pfahlbausiedlung Hornstaad 1 erleben. Sie konnten den Wechsel der Jahreszeiten, des Wasserstandes und die Entwicklung der Siedlung bis zur Zerstörung durch einen Brand anhand einer 1:1-Rekonstruktion nachvollziehen. (Foto: Martin Maier)

In der näheren Zukunft werden AR Technologien weitere Möglichkeiten der Kontextualisierung von Schauplätzen und Exponaten ermöglichen und physische Medien wie Texte oder Informationstafeln überflüssig machen. Dies ist ein weiterer Schritt zur Stärkung der Aura von Originalen und der intuitiven Vermittlung von Inhalten.

Literaturverzeichnis

- [AB11] Atelier Brücker: Szenography, Making spaces talk/ Projects 2002-2010, AV Edition 2011.
- [Be36] Benjamin, W.: Das Kunstwerk im Zeichen seiner technischen Reproduzierbarkeit, Zeitschrift für Sozialforschung, 1936
- [Ko07] Korff, G.: Museumsdinge: deponieren – exponieren. Köln, Böhlau 2007.