



ARTDIVE

# Entwurf eines virtuellen Museums

*Wie kann das Erlebnis der Kunstwahrnehmung von Gemälden in Museen in ein virtuelles Museum übersetzt werden?*

TH OWL | WiSe 2020/21 | Masterthesis | Prof. Kyriakou | Prof. Hake  
Eva Lucia Jörg

# Hinweis

Die Urheberrechte der in dieser Präsentation und auf der Website verwendeten Bilder und Gemälde liegen nicht bei mir.

Bei den in der Ausstellung verwendeten Werken handelt es sich um drei Gemälde von Carl Malchin aus der Sammlung des Staatlichen Museum Schwerins:

*Rothenburg ob der Tauber*

*Motiv bei Ruthenbeck bei Crivitz (Winterlandschaft)*

*Wassermühle in Kladow*

Die Fotografien der Werke wurden vom *Staatlichen Museum Schwerin* zur Verfügung gestellt, wofür ich mich ausdrücklich bedanken möchte.

# Einführung

Im Zeitalter der Digitalisierung suchen Museen einen Weg ihre Inhalte auf digitalem Weg zu vermitteln und dem Image des „verstaubten Museums“ entgegen zu wirken. Durch die Covid 19 Pandemie und die damit einhergehende Schließung kultureller Einrichtungen wie Museen, gewann das Thema der Digitalisierung von Museen an Aktualität und Relevanz.

In meiner Arbeit habe ich mich damit beschäftigt, was den Besuch eines realen Museums ausmacht und wie damit in bestehenden virtuellen Museen umgegangen wird. Basierend auf den Ergebnissen dieser Recherche habe ich unter Einbeziehung museumsdidaktischer Ansätze ein eigenes Konzept für ein virtuelles Museum entworfen. Das Hauptaugenmerk lag dabei auf der Übersetzung der Besuchererfahrung von der realen auf die virtuelle Ebene. Miteinbezogen werden aktuelle Themen wie Museumsarchive, die mit Werken gefüllt sind, die wegen Platzmangel nie ausgestellt werden können.

# Kritik - Virtuelles Museum

Die Essenz eines Museumsbesuches besteht aus den drei Hauptfaktoren Bildung, räumliche Erfahrung und Kommunikation. Wie die Analyse (siehe Tabelle) zeigt, wird in bestehenden virtuellen Museen vorrangig der Aspekt der Bildung behandelt, während die Faktoren räumliche Erfahrung und Kommunikation kaum angesprochen werden.

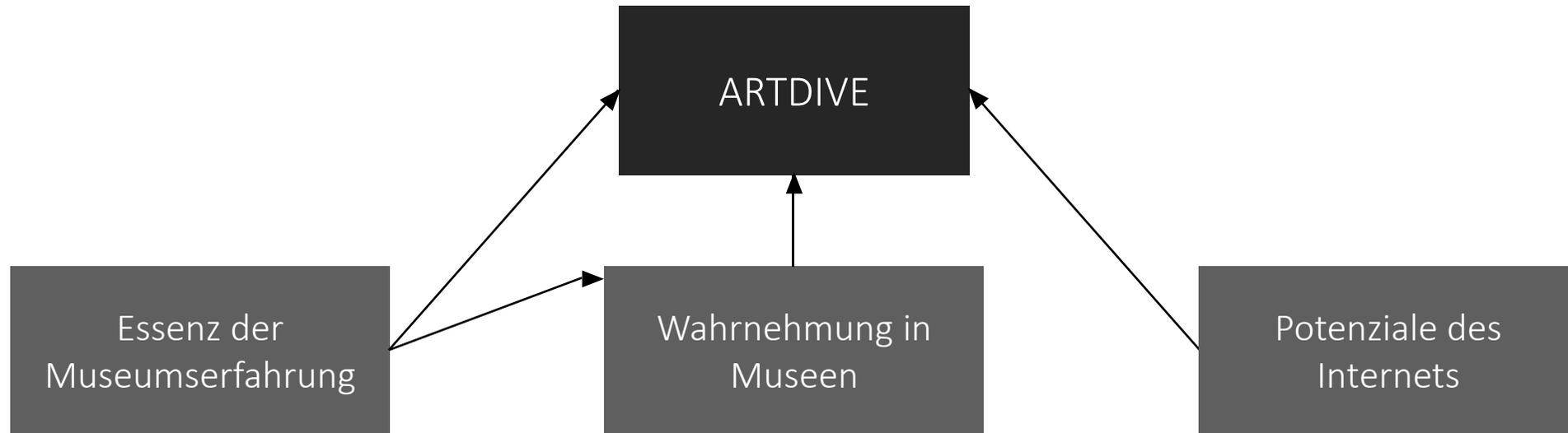
Aus innenarchitektonischer Sicht ist vor allem die räumliche Erfahrung bei einem Museumsbesuch spannend. Um dem Nutzer ein räumliches Erlebnis zu bieten, erstellen einige Museen virtuelle Rundgänge in denen der Nutzer das Museum in „3D“ erkunden kann. Allerdings wird dabei ignoriert, dass der Nutzer das Museum auf einem Bildschirm, also zweidimensional betrachtet. Die Räumlichkeit, die beim virtuellen Rundgang imitiert wird, kann vom Besucher gar nicht wahrgenommen werden. Der virtuelle Rundgang versucht die Räume zu kopieren und nicht die Besuchererfahrung zu übersetzen.

Mein Konzept basiert darauf, das Zusammenspiel der Einflüsse, die der Besucher bei der Betrachtung von Gemälden in einem Museum wahrnimmt in den virtuellen Raum zu übersetzen. Die einfließenden Faktoren sind Raum (Größe und Farbe), Kunstwerk (Position und Hängung) und Licht und wie diese gemeinsam unsere Wahrnehmung beeinflussen.

	Bildung		Räumliche Erfahrung
	Kunst: ✗ - Originale ✓ - Authentizität, Seriosität ✗ - Materielle Begegnung ✓ - Werke in ihrem Kontext neu denken ✓ - Intellektuelle Erkenntnis		Wahrnehmung: ✗ - Atmosphäre ✗ - Sinnliche Erfahrung
	Vermittlung von Wissen: ✓ - Mediale Aufbereitung	/	Heterotopie (Begegnung mit dem Fremden)

	Kommunikation
	Gesellschaftlicher Treffpunkt: / - Dialog frei von Autorität ✗ - Interdisziplinäre Events ✗ - Diskurs mit anderen Besuchern

# Konzept



## 1. Museumsbesuch im Internet erlebbar machen

Die Kernstruktur des virtuellen Museums folgt in Aufbau und Inhalten einem realen Museum. Wichtig bei der Umsetzung ist, dass die Nutzung „low tech“, also per Laptop etc. möglich ist.

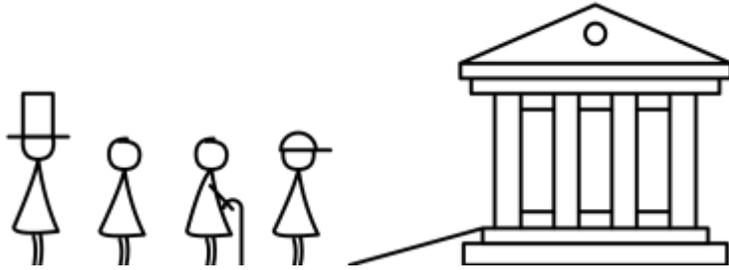
## 2. Besucherwahrnehmung im Museum übersetzen

Welche Aspekte aus dem realen Museum lassen sich wie übersetzen? Es gilt, dass Räumlichkeit im virtuellen Raum nicht wahrgenommen werden kann.

## 3. Potenziale des Internets nutzen

Der endlose virtuelle Raum wird als Plattform für kaum ausgestellte Archivwerke genutzt. Eine eigenständige Erweiterung entsteht und ein „digitaler Zwilling“ wird vermieden.

# Nutzer



- Schwellenangst des Museums reduzieren

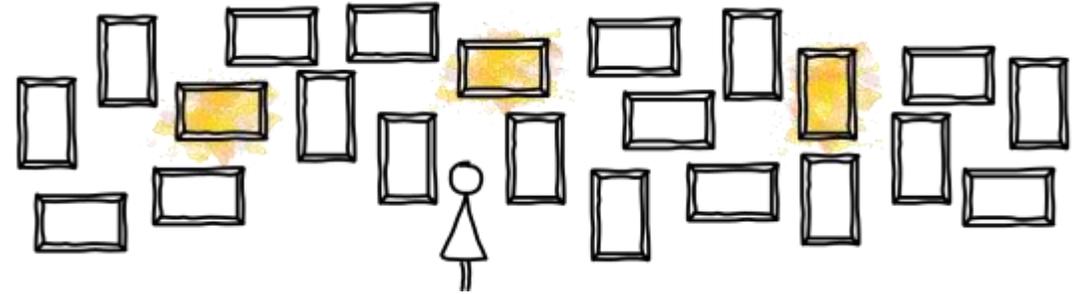
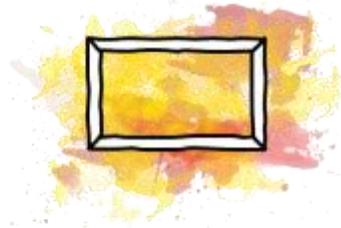
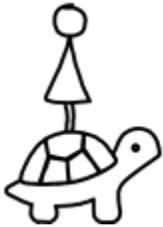
Das Internet bietet einen leichten Zugang unabhängig von Zeit und Ort. Weiterhin fühlt sich ein „Museumsneuling“ nicht beobachtet, an ihn werden keine Erwartungen gestellt. Dies reduziert die Schwellenangst. So können neue Nutzergruppen erschlossen werden. Daraus resultieren unterschiedliche Nutzertypen mit der Notwendigkeit von unterschiedlichen Informationstiefen.



- Selbstbestimmtheit des Nutzers

Um diese unterschiedlichen Nutzertypen nicht zu über- oder unterfordern, muss der Nutzer selbst entscheiden können, wie viele und welche Inhalte er sich ansehen möchte. So wird der Informationsgehalt an das individuelle Interesse des Nutzers angepasst.

# Gegenentwurf zum Internet



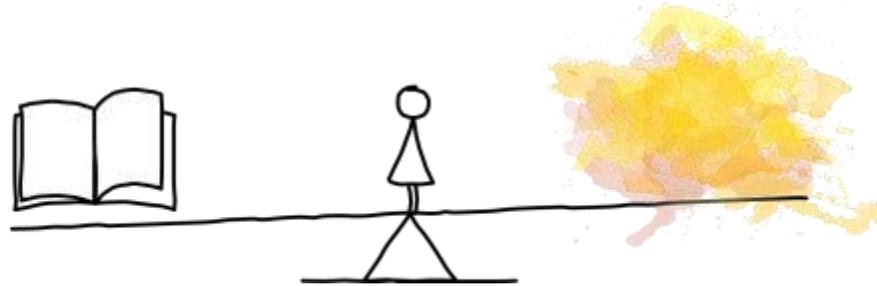
- Schnelllebigkeit des Internets unterbrechen

Artdive leitet den Nutzer weg von der Schnelllebigkeit des Internets und hin zur allmählichen Bewegung eines Museums. Der Nutzer wird an seinem Ausgangspunkt abgeholt und in die gemächliche Welt der Gemälde geführt, einer Oase im Internet.

- Exemplarische Führung

Durch das Prinzip der exemplarischen Führung wird dem Nutzer ein ausgewähltes Thema adäquat erschlossen. Durch die Ausstellung einer begrenzten Zahl von Werken, wird die Reizüberflutung (besonders im Internet) vermieden. Weiterhin konkurrieren die Gemälde nicht miteinander, wie in überfüllten Museen. Der Nutzer kann sich auf die einzelnen Werke konzentrieren.

# Balance zwischen Bildung und Erlebnis



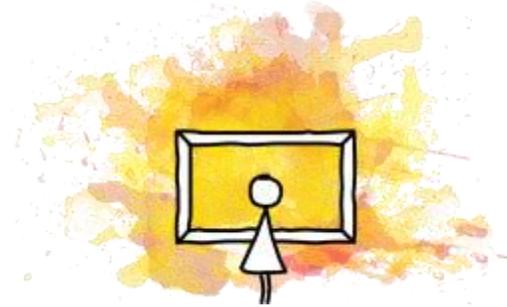
- Verbindung von Sinnlichkeit und rationaler Erkenntnis

Durch das gegenseitige Entgegenkommen entsteht eine Brücke zwischen dem Museumsangebot und der Wahrnehmungsfähigkeit des Menschen.

- Bildung und Erlebnis

Der Nutzer wird zur tiefgehenden und kritischen Auseinandersetzung mit dem Werk angeregt. Ihm wird ein neuer Zugang zum Werk geschaffen, sodass das Museum nicht zu einer oberflächlichen Wandelhalle verkommt. Dieser Zugang wird durch das Aufbauen einer emotionalen Bindung zum Werk kreiert. Der Besucher lernt das Werk kennen und versetzt sich in es hinein (verkörperte Kognition), was den Lernprozess verstärkt.

# Gestaltungsprinzipien



- Das Bild Bild sein lassen

Um dem Nutzer eine möglichst pure Kunsterlebniszeit zu ermöglichen, ist die Oberflächengestaltung reduziert. Der Nutzer wird kaum von Fremdeinflüssen abgelenkt, sodass er komplett in die Welt der Farben und Formen eintauchen kann.

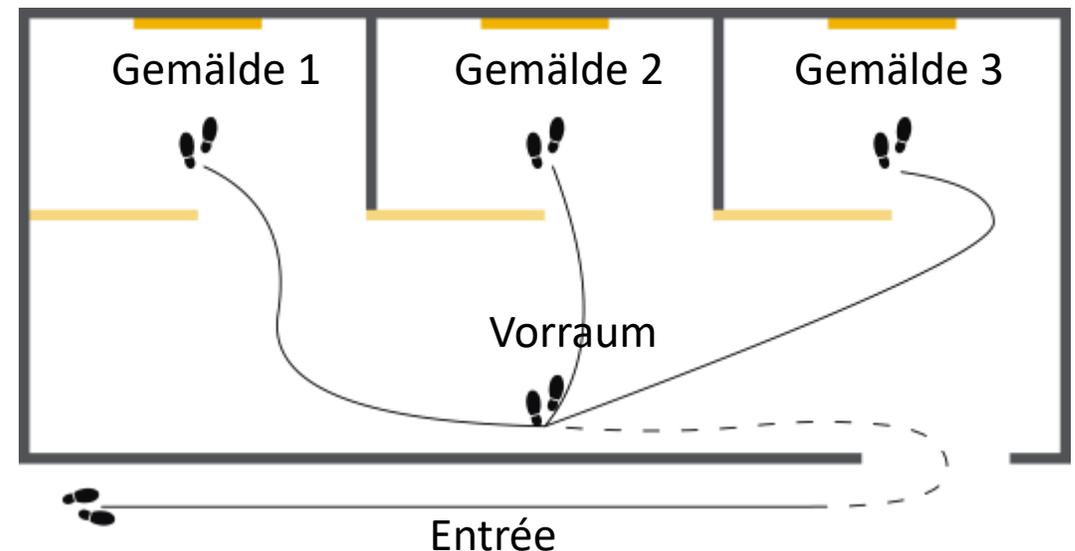
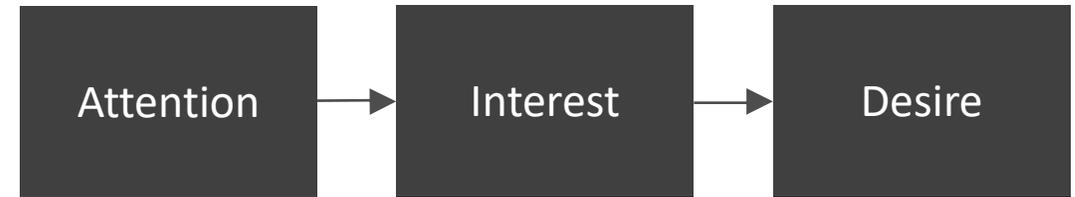
- Intuitive Nutzung

Dies spiegelt sich auch in der intuitiven Webseitennavigation wider. Der Nutzer muss sich nicht mit der Navigation befassen, der Fokus liegt auf dem Werk. Auch die multimedial aufbereiteten Inhalte sind dementsprechend gestaltet.

# Aufbau

Der Aufbau des Museums orientiert sich an dem AIDA-Prinzip: Attention, Interest, Desire (und Action). Nachdem die Aufmerksamkeit des Nutzers optisch erregt wurde, wird sein Interesse mit wohl portionierten Inhalten geweckt und seine Neugier weiter angefacht. Diese steigert in ihm das Verlangen nach dem tatsächlichen Erlebnis – der Betrachtung der Werke, die den Höhepunkt des virtuellen Museums darstellt.

Innerhalb der Ausstellung folgt die Webseite im Aufbau dem rechten Grundriss. Im Entrée erhält der Nutzer allgemeine Informationen zur Ausstellung. Nach einem Übergang kann er sich im Vorraum für ein Gemälde entscheiden, das er anschließend gesondert betrachten kann.



# Grundgedanke

*Artdiver* bietet eine Plattform für Ausstellungen von verschiedenen Museen und Privatsammlern. Nutzer haben dort die Chance Ausstellungen von Museen zu besichtigen, die ihnen nicht bekannt sind und die sie deshalb nicht besichtigt hätten. Somit sind die Ausstellungen unabhängig von Ort und Bekanntheit der jeweiligen Museen.

Dadurch, dass weitgehend ungesehene und unbekannte Gemälde ausgestellt werden, spielt auch die Bekanntheit der Künstler keine große Rolle. Dies ermöglicht Ausstellungen, vor allem für kleine Museen, die rein wirtschaftlich im Realen nicht denkbar wären.

Im Folgenden ist die Website chronologisch erläutert. Die Erläuterung teilt sich jeweils in Inhalt (was der Nutzer macht/ sieht) und Wahrnehmung (welche Faktoren die Wahrnehmung des Nutzers wie beeinflussen).



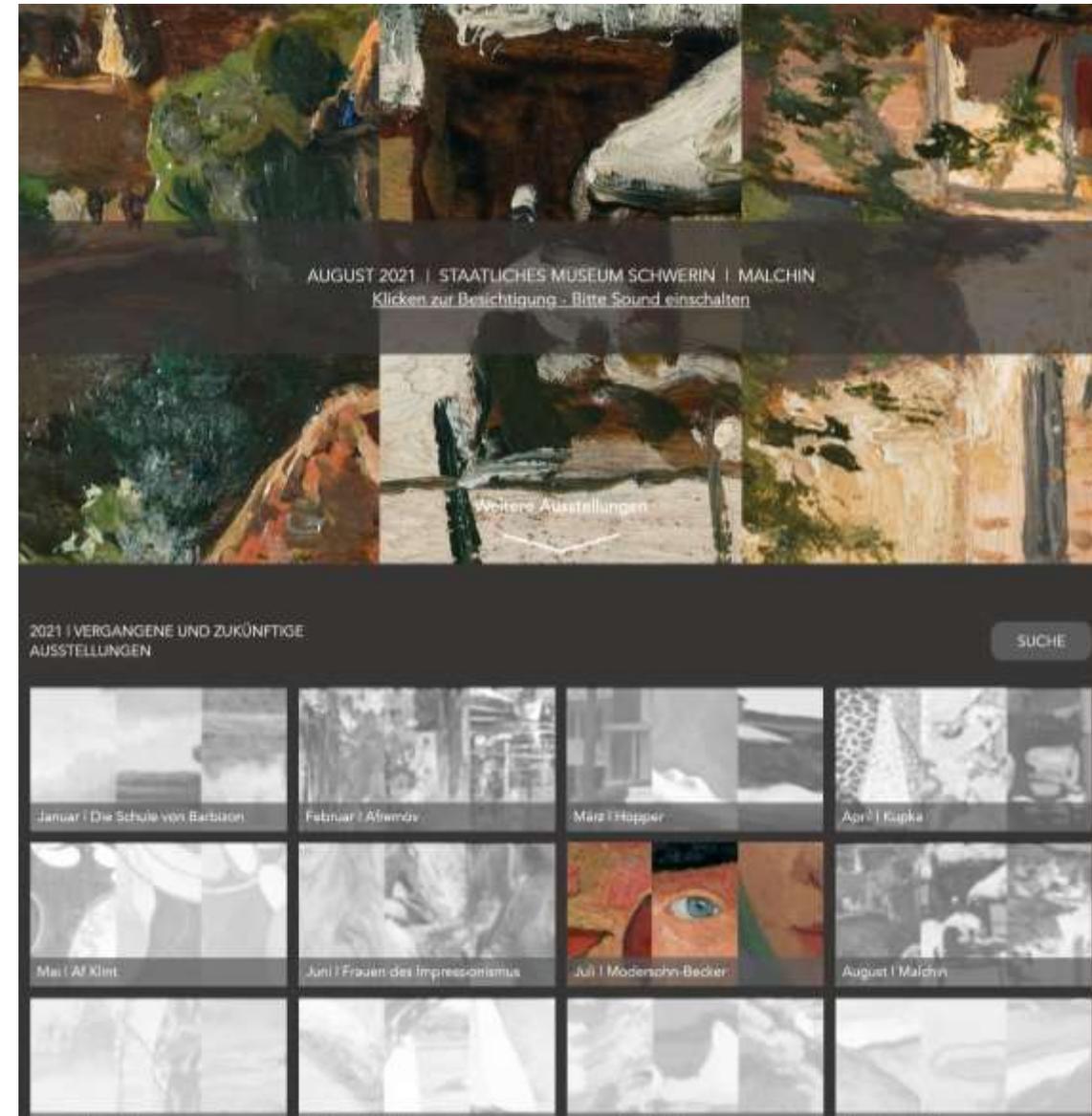
# Plattform

## Inhalt:

- Jeden Monat eine neue Ausstellung mit drei Gemälden
  - *Thema: Künstler, Stil, Motiv etc.*
- Aktuelle Ausstellung zuerst
  - *alle Ausstellungen des Jahres weiter unten*
- Ausstellungsarchiv mit Suche erreichbar

## Wahrnehmung:

- Nutzer sieht nur Detailausschnitte
  - *Zunächst verschwommen und schwarz-weiß*  
→ *bei darüber gehen klar und bunt*
- Entscheidung basiert auf Farbe und Eindruck, nicht auf Museum oder Künstler
  - *Kein Vorwissen erforderlich*
  - *Intuitiv*



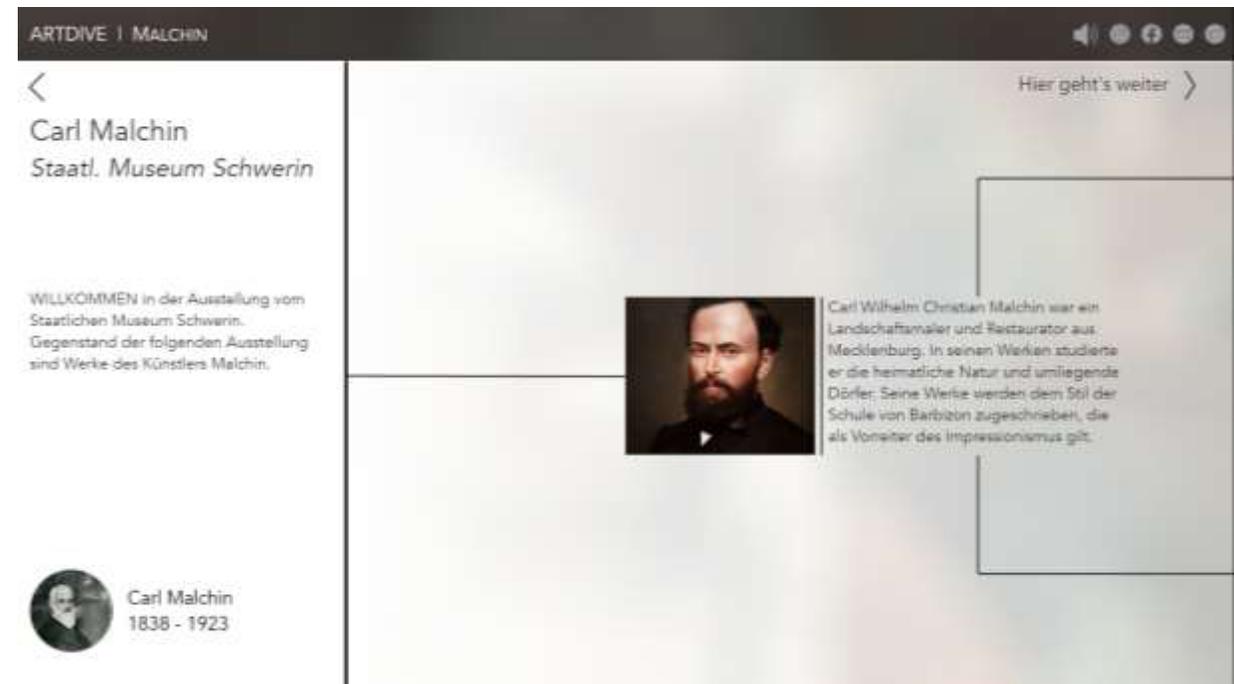
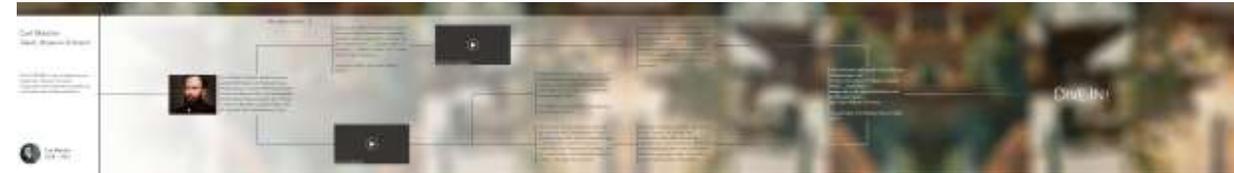
# Entrée

## Inhalt:

- Äquivalent zum Informationstext bei Ausstellungseingang
- Nutzung verschiedener kurzer Formate
  - *Bilder, Videos, Zitate, Texte*
- Es wird noch kein die Ausstellung betreffendes Gemälde gezeigt!

## Wahrnehmung:

- Hintergrundverlauf von weiß zu Detail
  - *Eintauchen in Farbwelt*
  - *Entschleunigung*
- Nutzer sieht keine Gemälde, erahnt sie nur im Hintergrund
  - *Neugierde wird verstärkt*



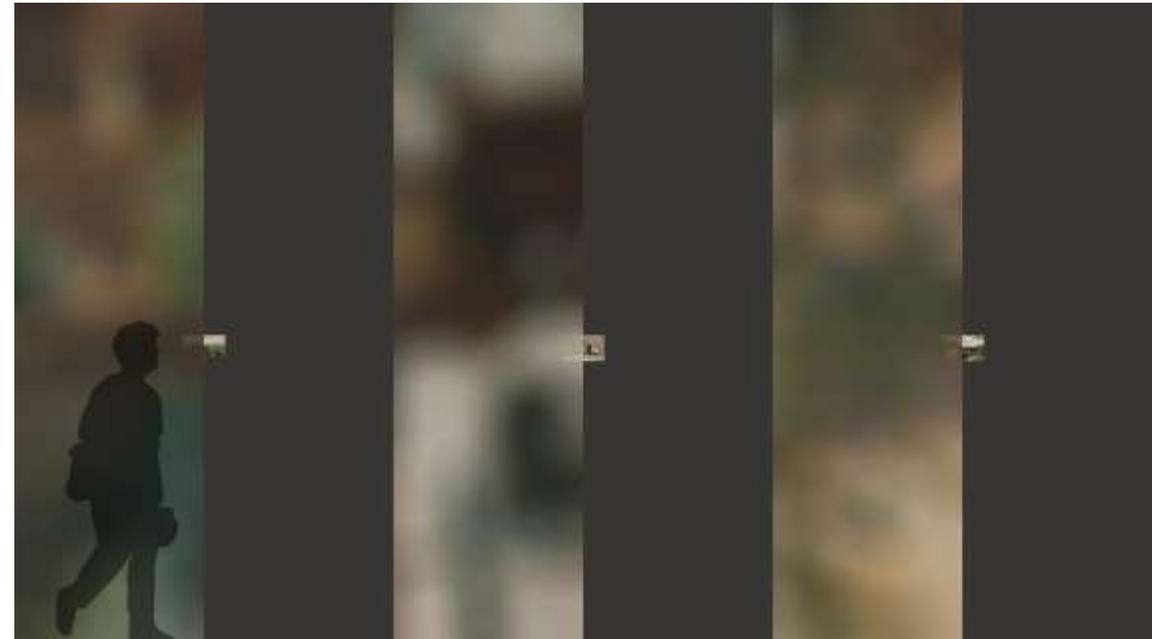
# Vorraum

## Inhalt:

- Nutzer wählt ein Gemälde aus
- Gemälde „hängen“ gleichberechtigt nebeneinander
- Verdeckung der Hälfte der Gemälde durch „Lichtsäulen“
  - *Lichtsäulen sind Detailausschnitte aus dem jeweiligen Gemälde*

## Wahrnehmung:

- Verdeckung der Gemälde durch „Lichtsäulen“
  - *Imitiert das Betreten eines Ausstellungsraumes*
  - *Nutzer erahnt Formen und Farben, kann aber noch nicht das ganze Gemälde sehen*
  - *Intuitive Auswahl durch Farbe*
- Vermittlung der Gemäldegröße durch Person
  - *Der menschliche Maßstab*



# Übergang

Inhalt:

- Detailausschnitt zoomt langsam heraus, auf ganzes Gemälde
  - *Immer mehr Details werden sichtbar, bis Nutzer zum ersten Mal das ganze Gemälde sieht*

Wahrnehmung:

- Nutzer lernt das Gemälde kennen, wie es gemalt wurde
  - *Vom Detail zum Gesamtwerk*
- Konzentration auf die Feinheiten und Pinselstriche
- Ermöglicht eine Annäherung, die im Museum nicht möglich wäre



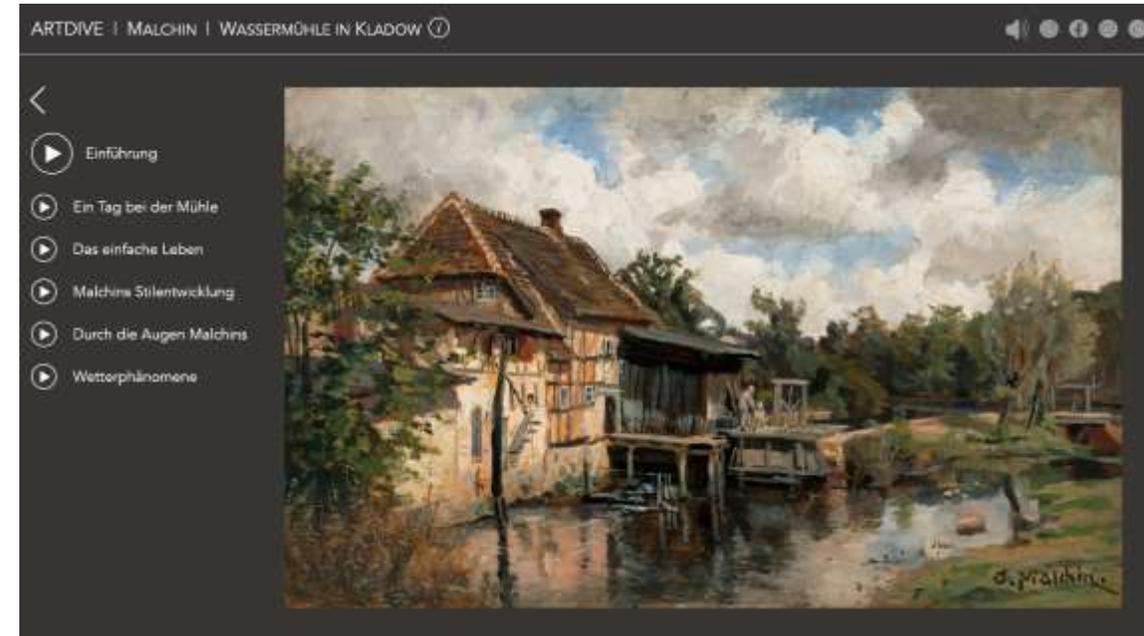
# Gemälde

## Inhalt:

- Audioguide mit Einführung
- 5 Themen
  - *Je 1 allgemeiner Audioguide*
  - *Je 2 tiefergehende Stufen*
- Verschiedene Informationstiefen zu differenzierten Themen

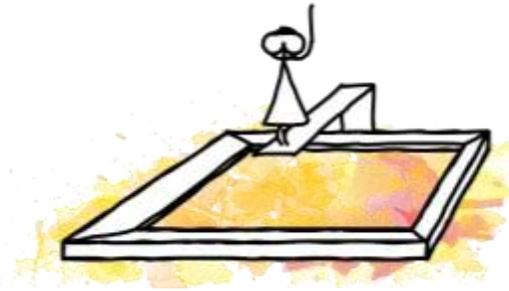
## Wahrnehmung:

- Hintergründe variieren von Thema zu Thema
- Selbstständige Erkundung in der Übersicht
- Farbwahl basiert auf einer Bildanalyse nach Ittens Farbkontrasten
- Es werden nur bildeigene Farben verwendet



„Etwas, das sich verändert, bewegt, uns permanent herausfordert – eigentlich das Gegenteil von einem Museum.“

„Centre Pompidou - Mehr als nur ein Museum“, arte



*Artdive*