

Die Geister der eigenen Erwartungen

Visuelle Kommunikation als Teil der allgemeinen Informationsaufnahme und -verarbeitung im Museum

Georg von Wilcken

Alle visuellen, taktilen und akustischen Signale unterliegen unseren intuitiven und unbewussten Bewertungen: Gefällt mir, hasse ich, macht mich traurig, lehne ich ab, bereitet mir Freude, macht mich heiter, finde ich langweilig, macht mir Angst, interessiert mich sehr, macht mich neugierig. Licht in verschiedener Farbe und Menge (grell, mild, dunkel), kräftige oder dezente Farben, enge oder weite Räume, laute oder leise Geräusche, hohe oder tiefe Töne, wie eine Person etwas sagt, wie sich etwas anfühlt, wie man berührt wird – alles löst spontane Assoziationen aus, die oft schneller sind als die kognitive Verarbeitung ihrer Kontexte.

Verinnerlichte Erfahrungen führen beim Menschen zu automatisierten Wahrnehmungs- und Interpretationsabläufen. Sie äußern sich in Verhaltens- und Routinemustern, die zum größten Teil unbewusst sind. Das menschliche Subjekt lebt in einer *kognitiven Nische*. Das bedeutet, dass jede Erfahrung zu hundert Prozent eigene Erfahrung, eigenes Erleben und somit selbstgeschaffenes Konstrukt ist.¹

»Jede Person sagt, was sie sagt, [...] hört, was sie hört (und sieht was sie sieht), gemäß ihrer eigenen Strukturdeterminiertheit. [...] Das Phänomen der Kommunikation hängt also nicht von dem ab, was übermittelt wird, sondern von dem, was im Empfänger geschieht.«²

In der Wahrnehmung werden von außen kommende Informationen im Erkenntnisssystem des Empfängers unwillentlich auf eine bestimmte Weise

1 | Vgl. E. v. Glasersfeld: Die Kontrolle von Wahrnehmung und die Konstruktion von Realität.

2 | H. R. Maturana/F. J. Varela: Der Baum der Erkenntnis, S. 212.

strukturiert und bewertet. Wahrnehmungen sind danach primär unbewusste Eindrücke unserer äußeren Welt, die im Bewusstsein des Empfängers selektiv-subjektive Vorstellungsbilder von Teilaspekten der Wirklichkeit entstehen lassen. Die selektive Informationsverarbeitung dient dem Empfänger im Wesentlichen dazu, in einer für ihn angemessenen Art auf seine Umwelt zu reagieren bzw. in ihr zu agieren.

Die Betrachtung von Objekten im Museum bildet in Bezug auf die Wahrnehmungsgewohnheiten seiner Besucher keine Ausnahme. Selten stimmt überein, was das Museum zeigen will und was der einzelne Besucher wahrnimmt.

SOZIALISATION UND URBILDER

Aufgrund sozialer Bindungen zu anderen Personen und aufgrund von Interaktionen mit der sozialen Umwelt entwickelt sich die Persönlichkeit. Schon in der primären Sozialisation bilden sich durch andauernde Auseinandersetzungen des Kindes mit seiner noch begrenzten Umgebung, durch Gewöhnung, Grundmuster, die dem Kind zweckmäßig erscheinen, weil sie sich in seinem sozialen Umfeld bewähren. Es kommt zu selektierenden Wahrnehmungen und gewohnheitsmäßigem Tun: Gewöhnung schafft Spezialisierung. Die primäre Sozialisation legt das Fundament für die *Einpassung* des Menschen in seine Lebenswelt.

In der sekundären Sozialisation erwirbt der Mensch rollenspezifisches Wissen und Können und verinnerlicht die von Arbeits- und Funktionsteilung geprägte *Subwelt*, in die er hineinwächst. Die aufgenommenen Verhaltens- und Bewertungskriterien gehen mit der Erkenntnis einher, dass es auch andere Lebensmöglichkeiten gibt: Menschen können ihr Verhältnis zur Welt verändern und neue Rollen übernehmen. Dies gilt weniger für die mit der primären Sozialisation erworbenen Gewissheiten, die in besonderem Maße emotional verankert sind. Da sie oft als alternativlos verinnerlicht worden sind, sind sie der intellektuellen Reflexion schwer zugänglich. Sie sind meist unbewusster Natur und haben eine starke, lebenslange Wirkkraft. Sie gehören zu dem *psychologischen Gepäck*, mit dem das Individuum ausgestattet ist und das zu einem großen Teil seine Identität ausmacht, das heißt, mitverantwortlich ist für die Besonderheiten seines Wesens, mit dem es sich von anderen Individuen unterscheidet.

Ergänzend zu diesem psychologischen Gepäck besitzt jeder Mensch die in seinen Genen gespeicherten Informationen seiner Vorfahren. Alle Erfahrungen, die unsere menschlichen wie vormenschlichen Verwandten in der Evolutionsgeschichte angesammelt haben, sind seit Jahrhunderttausenden von Generation zu Generation weitergegeben und *einverleibt* worden.

»Stellen Sie sich vor, Sie hielten Ihre Mutter an der Hand, diese wieder ihre Mutter und so weiter. [...] Nach hundert Kilometern würden Vorfahren auftauchen, die nicht mehr zur Gattung Mensch (Homo) zählen, und nach 300 bis 400 Kilometern würde die Kette in die Baumwipfel führen. [...] Irgendwann führte alles ins Meer, würde schrumpfen und schrumpfen, bis nur noch Einzeller blieben.«³

So haben sich bestimmte Reiz-Reaktionsmechanismen herausgebildet, die eng mit Flucht- oder Angriffsbewegungen verbunden sind. Sie haben unseren Vorfahren das Überleben bis zur Geschlechtsreife gesichert und ihnen ermöglicht, Nachkommen zu zeugen. Ihre Erfahrungen leben in uns weiter. Als Archetypen, als verinnerlichte Urbilder haben auch sie Auswirkungen auf unser spontanes Verhalten. Durch Bilder, Geräusche oder Gerüche werden sie immer wieder aktiviert. Das Flackern, Knistern und der Geruch eines Lagerfeuers oder eines Kamins verbindet uns mit den prähistorischen Menschen. Wie Feuer eine heimelige Atmosphäre erzeugen kann, kann das Brüllen eines Löwen unsere Nackenhaare aufrichten und versetzt uns in höchste Alarmbereitschaft, selbst wenn das gefährliche Tier deutlich sichtbar hinter dem Gitter eines Zookäfigs sitzt. Auch ein Brandgeruch über der Stadt wird ein achtsames Unbehagen auslösen, besonders, wenn wir die Quelle nicht sehen. Etwas in uns weiß, wie gefährlich ein Busch- oder Waldbrand sein kann, bzw. für unsere Vorfahren war. Entsprechend ist die Faszination leicht zu verstehen, die von lebendig inszenierten naturkundlichen Museen ausgeht, da sich hier unter anderem die abgespeicherten *inneren Urhorden* in den Besuchern angesprochen fühlen. Es sind die verinnerlichteten Überlieferungen unserer Vorfahren, die sehr weit zurück reichen können. Die Ausstellung »Was ist schön?« im Dresdener Hygiene-Museum (2010) zeigte ein Foto, das Kinder aus allen Erdteilen bei einer Befragung zum besten Lebensraum gewählt hatten. Der Kommentar in der Ausstellung lautete: »Achtjährige wählten die ostafrikanische Savanne als attraktivsten Lebensraum gegenüber der Wüste, dem tropischen Regenwald oder dem einheimischen Laub- und Nadelwald. Menschen bevorzugen kulturübergreifend halboffene Landschaften, mit Wasser, großen Bäumen und Orientierungspunkten – überschaubar, also sicher – Raum für Entdeckerfreude.« (Abbildung 1)

Interessant ist, dass gerade der Ort so viel Eindruck auf Kinder macht, der mit einer wichtigen *Wiege der Menschheit* zusammenfällt. Offensichtlich lebt dieses Natur-Arrangement als ein positiv besetztes Urbild, ein Archetyp, in vielen Kindern weiter. Dieser spontane Zugriff von Achtjährigen auf elementare Erfahrungswerte der Menschheit (Wasser, Bäume, Tiere, Wiesen, Hügel), lässt aufhorchen.

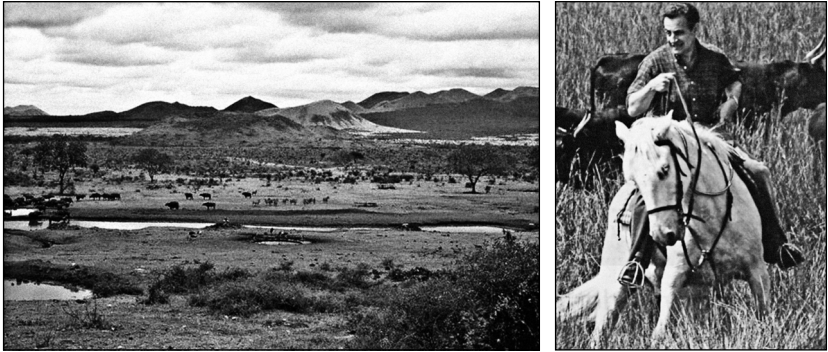


Abbildung 1 und 2

Es ist kein Geheimnis, dass Archetypen Wirkungen entfalten. Das machte sich auch das Wahlkampf-Team von Nicolas Sarkozy 2007 zu Nutze. Es veröffentlichte ein Foto, das den französischen Präsidentschaftskandidaten eine Woche vor der Wahl bei einer Reit-Tour in der Camargue zeigt – in Deutschland abgedruckt auf der Titelseite der Süddeutschen Zeitung (Abbildung 2).

Pferde, Stiere und Menschen in direkter Interaktion gehören heute in den hochentwickelten Industrieländern Europas eher zu den Ausnahmesituationen. Herr Sarkozy kandidierte damals nicht für den Vorsitz in einem Tierzüchterverband, sondern für das höchste politische Amt Frankreichs. Er wusste allerdings, dass man wohl auch dieses herunter brechen kann auf die einfachste Symbolik vom Umgang zwischen Mensch und Tier: Einer muss die *Zügel in der Hand halten*, um die Kräfte zu domestizieren und zu lenken.

Das Gemälde »Gas« von Edward Hopper, gemalt 1940, lebt von einer geheimnisvollen Stimmung in der Stunde der Abenddämmerung, die durch den Kontrast zwischen der sonnendurchfluteten Szene im Vordergrund und dem dunklen Schatten entsteht, der rechts hinten aus dem Wald quillt (Abbildung 3). Nimmt man den Schatten im Wald und den grauen Wolkensaum über den Bäumen weg (Abbildung 4), dann bleibt nichts von dieser Atmosphäre übrig, die Hopper in das Gemälde gelegt hat. Die Szene wird zu einem harmlosen warmen Sommertag an einer Tankstelle. Die Stimmung um den Tankwart an der Benzinsäule bekommt etwas belanglos Freundliches. Es drängt sich dem Betrachter nicht mehr die Frage auf, wohin die Straße führt, die im Hintergrund im Dunkel des Waldes verschwindet und die den Tankwart zu einer einsamen Figur werden lässt. Es entsteht nicht mehr »ein unterschwelliges Gefühl des Dramas«, wie es der Begleittext zum Gemälde im Museum of Modern Art ausdrückt. Die visuelle Wirkungskraft von einem unheimlich wirkenden dunklen Schatten am Waldesrand beeinflusst – unterhalb der bewussten Verarbeitung – die Interpretation des Betrachters.



Abbildung 3

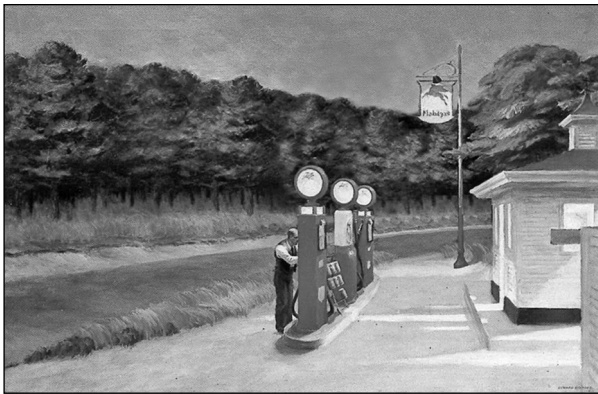


Abbildung 4

Welche Erfahrungen in einer bestimmten Lebenssituation im Einzelnen aufgerufen werden und unbewusst seine Reaktionen mitbestimmen – die kollektiven der Vorfahren oder die individuellen –, spielt nicht die entscheidende Rolle. Es ist immer eine Mischung aus beiden. Die Mixtur aus solchen Erfahrungen zusammen mit den bewussten kognitiven Denkprozessen im Rahmen einer konkreten Lebenssituation ergibt einen immer neuen Cocktail, der Wahrnehmung und Verhalten beeinflusst.

In vier Schritten lässt sich die menschliche Wahrnehmung beschreiben:

1. Aufnahme von Sinneseindrücken,
2. Auswahl (Selektion),
3. Verarbeitung (z.B. Abgleich mit Vorwissen),
4. Interpretation zur Ermöglichung subjektiv sinnvollen Handelns.

Im Prozess des Wiedererkennens (Erinnern, Kombinieren, Assoziieren, Urteilen) werden die aufgenommenen Reize klassifiziert. Nur wenn ein Reiz subjektiv relevant erscheint, gelangen Informationen in das Kurzzeitgedächtnis. Einzelne Merkmale des Wahrgenommenen sind dabei von feststehenden Urteilen bestimmt. Neue Informationen können solche Vor-Urteile bestätigen. Eigenschaften, die im Widerspruch zu ihnen stehen, werden unterbewertet, mitunter sogar vollständig ignoriert. Bei widersprüchlichen Informationen bevorzugt das Gehirn die wahrscheinlichste Interpretation durch Vergleich mit bereits abgespeicherten Erfahrungen. Sinneseindrücke sind mit Emotionen verknüpft (Angst, Freude, Schreck etc.), die die Aufmerksamkeit auf bestimmte Reize lenken.

Es gibt eine Fülle von visuellen Signalen, die in uns Menschen eine unbewusste Kaskade von Bedeutungszusammenhängen auslösen, unsere Interpretationen beeinflussen und in der Folge innere Einstellungen und äußere Verhaltensweisen bestimmen. Die für den Menschen ermutigende entwicklungsgeschichtliche Erkenntnis, dass das menschliche Gehirn ungeheuer schnell arbeitet und dass, wer schon vorher weiß, was er gleich sehen wird, es schneller erkennt, hat als Kehrseite eine selektive Wahrnehmung zur Folge, die Vor-Urteile bestätigt anstatt neue Erkenntnisse zu gewinnen. Zusammenfassend kann man Wahrnehmung definieren als unbewusstes und/oder bewusstes Filtrieren und Zusammenführen von Informationen zu subjektiv sinnvollen Gesamteindrücken.

DER WAHRNEHMUNGSAPPARAT

Im Gegensatz zu dem reichen Schatz bzw. Ballast an evolutionsbedingten Abspeicherungen kommen wir Menschen mit einem Minimum an visuellen festgeschriebenen Gestaltmustern und visuellem Objektrepertoire zur Welt. Das Bild im Auge lässt zahllose Interpretationen zu. Wir müssen die visuelle Welt abhängig von unseren Objekterfahrungen erst konstruieren.⁴

Wir lernen, komplexe Objekte in einfache Formen zu zerlegen und aus diesen wieder komplette Gestalten zusammensetzen. Dass der Mensch kein Reservoir von fest abgespeicherten visuellen Formen hat, klingt auf den ersten Blick wie ein Nachteil, ist aber in Wirklichkeit ein Vorteil. Besonders die Operationen des Zerlegens und Zusammenfügens, die unser Gehirn leistet, haben den großen Vorteil, dass wir uns immer wieder auch unbekannte Objekte *erarbeiten* können. Eine Erfahrung, die alle Menschen in ihrer Kleinkindphase durchleben und die auch dem erwachsenen Menschen noch von Nutzen ist.

So können wir Objekte, obwohl sie in Bewegung sind und dabei ihre äußere Form vollkommen verändern, als ein und dasselbe Ding wahrnehmen:

4 | Vgl. dazu D. D. Hoffmann: Visuelle Intelligenz.

Etwa ein Auto, das vorbeifährt und erst von vorne, dann von der Seite und dann von hinten zu sehen ist. Dabei bildet unser Auge das Wahrgenommene nur in zwei Dimensionen ab. Die dritte Dimension müssen wir in unserem Gehirn ständig neu zusammenbauen.

Dass sich die Welt in unserem Auge nur zweidimensional abbildet, hat physikalische Ursachen. Ähnlich einer Kamera erzeugt die Augenlinse nur ein flaches Abbild der Umwelt auf der Netzhaut. Dennoch ist eine Raumwahrnehmung, also das Sehen von räumlicher Tiefe, möglich. Die Anordnung der beiden Augen, die ein Objekt aus einer leicht seitlich verschobenen Perspektive fixieren, sind für ein stereoskopisches Bild verantwortlich, das, bis zu einer Entfernung von ca. 10 m, dem Gehirn die nötige Tiefeninformation gibt. Ist eine stereoskopische Betrachtung nicht möglich – weil die Objekte in einer größeren Entfernung liegen – oder betrachtet man eine Abbildung, wie beispielsweise eine Fotografie oder ein Gemälde, muss die Interpretation der räumlichen Tiefe über die Kenntnis der Welt und der darin vorkommenden Objekte erfolgen. Zu diesen Kenntnissen gehören die *Linearperspektive*, die *relative Größe*, der *Schattenwurf* und die *Kulissenwirkung*.

Die Arbeitsweise des menschlichen Wahrnehmungsapparates bleibt uns während unseres ganzen Lebens erhalten und die zunehmende Erfahrung bringt es mit sich, dass bei bekannten Objekten diese Prozesse im Bruchteil einer Sekunde und vollkommen unbewusst ablaufen.

Die vielfältigen verinnerlichten und automatisch ablaufenden Wahrnehmungsprozesse machen die *Scheinwelt* im Museum für den Besucher überhaupt erst nachvollziehbar. Er ist es gewohnt zu sehen, was er erwartet. Er kann aus eigener Lebenserfahrung Objekte, die aus dem Zusammenhang gerissen sind, vor dem inneren Auge wieder in eine lebendige Geschichte integrieren. Dabei geht er außerordentlich subjektiv vor und er nutzt alle ihm zur Verfügung stehenden Erinnerungs-Quellen. Die selbstgelebte Erfahrung und das erworbene Wissen nimmt er genauso zu Hilfe wie Filme, Romane oder Erzählungen Dritter.

ERFAHRUNGEN UND ERWARTUNGEN

Auf allen Wahrnehmungsebenen verbindet das menschliche Gehirn das Wahrgenommene mit Zeichen und Signalen, die erfahrungsgemäß bestimmte Informationen enthalten. So ist der nachfolgende Text leicht zu verstehen, obwohl alle Worte außerordentliche Buchstabendreher enthalten:

»Aflugrud enier Stidue an der elingshcen Cmabridge Unvirestiät ist es eagl, in wlecher Riehnelfoge die Bcuhtsbaen in eniem Wrot sethen, das enizg wcihitge dbaei ist, dsas der estre und lzete Bcuhtsbae am rcihgiten Paltz snid. Der Rset knan ttolaer Bölsdinn

sien, und man knan es torztedm onhe Porbelme lseen. Das ghet dseahlb, wiel das mne-schilche Geihrn nciht jdeen Bchustbaen liset, sodnern das Wrot als Gnaezs.«

Der Kommunikations-Psychologe Friedemann Schulz von Thun hat in seinem sogenannten »Nachrichten-Quadrat« die Komplexität des Sender-Empfänger-verhältnisses bei Menschen sehr überzeugend veranschaulicht. Er spricht von einem »vierohrigen Empfänger«, der neben dem *Sach-Ohr* (Welche Fakten werden vermittelt?) noch mit dem *Beziehungs-Ohr* (Wie steht der Sender zu mir, was hält er von mir?), dem *Selbstoffenbarungs-Ohr* (Was ist der Sender für einer? bzw. Was ist im Augenblick mit ihm los?) und dem *Appell-Ohr* (Wo will mich der Sender hinhaben?) ausgestattet ist. Der Empfänger versucht zuerst den Sachinhalt zu verstehen. Gleichzeitig ist er aber schon mit den *drei anderen Ohren* personaldiagnostisch tätig. Das Resultat seines Befundes ist auch die Basis für seine Rolle als Sender, wenn er sich in einer Interaktion befindet. Welches der vier Ohren in einer bestimmten Situation die dominante Rolle spielt, ist dem Empfänger oft nicht bewusst.

Wahrnehmungsmuster, die sich im menschlichen Gehirn über Jahre festgesetzt haben, lassen sich auch so beschreiben: Man nimmt oft nur das wahr, was man gewohnt ist oder was man erwartet. Wir nutzen Erfahrungen, um auch unbewusst Schlüsse zu ziehen.

Der »vierohrige Empfänger«, der gleichzeitig dazu tendiert, nur das wahrzunehmen, was er gewohnt ist und was er erwartet, ist für den Museumsmoderator, wie für jeden Kommunikator, eine Herausforderung. Jedes einzelne Mitglied einer Besuchergruppe konstruiert sich während der Führung relativ unabhängig von den vermittelten Inhalten seine eigene besondere innere Welt. Das innere Geschehen wird von einer sehr großen Anzahl von Faktoren gespeist und bestimmt, die nur teilweise mit den aktuellen Geschehnissen während einer Führung zu tun haben. Auch die akuten Rahmenbedingungen, die ursächlich nicht unbedingt mit den zu vermittelnden Inhalten in Verbindung stehen, prägen die Art und Weise der Wahrnehmung und färben die Interpretation: So können das Verhalten von anderen Menschen in der Gruppe, auch des Moderators, die durch Gestik, Mimik und Stimmlage den Einzelnen an eine bestimmte Person erinnern, oder die Lichtverhältnisse, das Raumgefühl, die Akustik und Nebengeräusche bei weitem dominanter sein als der Inhalt, den der Moderator zu vermitteln sich bemüht. Mit viel Fingerspitzengefühl kann dieser die vielschichtigen inneren Ebenen bei den Gruppenmitgliedern spüren. Verbalen Kommentaren von Gruppenmitgliedern, die als Signale nicht zu überhören sind, gehen oft visuelle Signale voraus, die leicht zu übersehen sind. Veränderungen in der Mimik, ein Blick, der in die Ferne abschweift oder sich auf den Boden richtet, ein Körper, der sich wegdreht – alles das sind Signale, die andeuten, dass sich diese Personen parallel zur Führung einem inneren Monolog oder Dialog oder einer emotionalen Stimmung hingeben.

Je weniger der Moderator diese Aspekte seiner »vier- bis vielohrigen« Gruppenmitglieder, die darüber hinaus ihren unbewussten Verhaltensmustern ausgesetzt sind, ignoriert oder als störende Nebeneffekte verdrängt, umso fruchtbringender und aktiver wird er sie in die interaktive Vermittlung einbauen können.

Er tut gut daran, wenn er immer wieder entsprechende Signale der Teilnehmer in einem offensiven Frage- und Antwortspiel zum Thema macht und mit dem eigentlichen Ausstellungsinhalt geschickt verbindet und mit den Besuchern reflektiert.

WAHRNEHMUNGSTYPEN

Schlussfolgerungen, die auf Gewohnheiten und Erwartungen aufbauen, setzen Selektion, also Vernichtung von Informationen, voraus. Diese Selektion ist zusätzlich davon bestimmt, dass Menschen sich in unterschiedliche Wahrnehmungstypen aufteilen lassen. Als sinnliche Wesen erleben wir die Welt immer über alle fünf Sinne: Sehen, Tasten, Hören, Riechen, Schmecken. Niemand lernt letztlich nur mit *einem Sinn*. Je mehr Sinne am Lernprozess beteiligt sind, umso höher liegt die Erinnerungsquote:

- Nur Hören (20 %)
- Nur Sehen (30 %)
- Sehen und Hören (50 %)
- Sehen, Hören und Diskutieren (70 %)
- Sehen, Hören, Diskutieren und selber Tun (90 %).⁵

Viele Menschen haben allerdings einen bevorzugten, einen hauptsächlichen Aufnahmekanal. Daraus abgeleitet ergeben sich drei verschiedene Grund-Wahrnehmungs- bzw. Lerntypen:

1. Der visuelle Typ – etwa 40 % aller Menschen – lernt hauptsächlich durch das Sehen. Bilder, Skizzen, Grafiken, Farben und Formen sprechen ihn an.
2. Der motorische Typ (auch genannt: kinästhetisch, manuell, haptisch) – etwa 40 % aller Menschen – lernt durch Bewegung. Um zu *begreifen*, fühlt er, tastet er, fasst er gerne an, bewegt sich im Raum.
3. Der auditive Typ – etwa 20 % aller Menschen – lernt durch Hören. Ihm helfen bei der Informationsaufnahme Vorträge, Hör-CDs und Gespräche.

Diese Erkenntnisse der Verhaltensforscher fordern den Museumsmoderator zu einem kreativen Umgang mit allen Sinnesbedürfnissen der Teilnehmer

5 | Vgl. P. Sütterlin: Vier Lerntypen und wie sie am effektivsten lernen.

auf. Eine Führung, die ausschließlich auf den Vortrag vertraut, vernachlässigt im Durchschnitt gesehen die Bedürfnisse von ca. 80 % der Teilnehmer oder anders gesagt: zieht nur 20 % der Gruppe in den Bann.

BEISPIELE AUS DER AUSSTELLUNGS- UND MUSEUMSPRAXIS

An Hand einiger Ausstellungsbeispiele will ich zeigen, wie groß die Wirkung visueller Signale ist und welchen Einfluss sie auf die Deutung der Situation hat. Auf der »Expo 2000« in Hannover wurden den Besuchern neben einer Fülle von nationalen Pavillons einige inszenierte Themenräume angeboten. Einer zeigte auf sehr ungewöhnliche Weise den »Garten Eden« (Abbildung 5).

Der große und hohe Raum, den die Besucher auf einem Holzsteg durchqueren mussten, hatte seine visuellen Objekt-Attraktionen kopfüber an der Decke versammelt: Bäume, Sträucher, Wiesen, einen kleinen Teich und ein Einhorn. Die Anbringung dieser Objekte einer paradiesisch wirkenden Landschaft an der Decke des Raumes machte sie für die Besucher unerreichbar. Vom Steg aus konnten sie aber unter sich die gleiche Landschaft noch einmal entdecken. Nur einen Meter unter ihnen war ihr Ebenbild in greifbarer Nähe. Ein Sprung über das Geländer hätte genügt, um selbst Teil dieses Paradieses zu werden. Allerdings hätten sich die Besucher bei dieser Aktion nasse Füße geholt, denn das Ebenbild unter ihnen war nur das Spiegelbild der Deckeninstallation auf einer Wasseroberfläche. Der Garten Eden – eine menschliche Projektion des Paradieses – wurde durch diese Inszenierung auf sehr plastische und drastische Weise interpretiert: Er ist unerreichbar und sein lockendes Spiegelbild wird zerstört, wenn wir versuchen, in es einzutauchen.



Abbildung 5

Ein anderes Beispiel liefert die Ausstellung »Kaiserliche Marine im Ersten Weltkrieg« im Deutschen Technikmuseum in Berlin. Hier lassen sich mögliche Fehlinterpretationen, hervorgerufen durch die Anordnung von Exponaten, diskutieren. Die Abteilung hat zwei visuell dominante Bereiche: Im Vordergrund steht eine große Gruppe von Glasvitrinen, im Hintergrund sieht man ein U-Boot (Abbildung 6). Beschäftigt man sich näher mit dem Inhalt der Vitrinen, dann erfährt man, dass es um versenkte Schiffe der deutschen Kriegsmarine aus dem Ersten Weltkrieg geht. Es entsteht beim Besucher sehr schnell eine assoziative Verbindung zwischen dem U-Boot und den versenkten Schiffen – schließlich werden U-Boote zum Versenken von Schiffen eingesetzt. Nähert man sich dem Exponat und liest die Beschriftung, ist man erstaunt, dass es sich um ein deutsches Boot handelt. Warum sollte ein deutsches U-Boot deutsche Kriegsschiffe versenkt haben? Die Verwirrung steigert sich, wenn man entdeckt, dass dieses U-Boot 1944 gebaut wurde – also am Ende des Zweiten Weltkrieges. Wie kann es möglich sein, dass ein U-Boot aus dem Jahr 1944 Kriegsschiffe versenkt hat, die über 25 Jahre früher im Einsatz waren?



Abbildung 6

Eine Antwort finden wir nur bei einer gründlichen Betrachtung der Gesamtsituation. Die Kriegsschiffe aus dem Ersten Weltkrieg wurden 1919 von der deutschen Seekriegsleitung selber versenkt, um eine Übergabe der Reste der ehemaligen kaiserlichen Marine nach Kriegsende an Großbritannien zu verhindern. Das deutsche U-Boot gehört zur nächsten Sammlungsabteilung, die den Seekrieg im Zweiten Weltkrieg zum Thema hat. Dieses Beispiel legt nahe, dass bei einer Führung dieses mögliche Missverständnis berücksichtigt werden muss. Es empfiehlt sich, mit der Situation offensiv umzugehen und schon möglichst früh einen Hinweis darauf zu geben, dass das dominante U-Boot im

Hintergrund in keinem Zusammenhang mit den versenkten Kriegsschiffen im Vordergrund steht. Nur so lassen sich falsche Interpretationen im Ansatz verhindern.

Dagegen zeigt die Ausstellungstation »Die Taube« in der Luftfahrt-Abteilung desselben Museums (Abbildung 7) auf anschauliche Weise, wie sinnfällig ein komplexes Thema arrangiert sein kann. Neben dem Original des Flugzeuges, einem Eindecker, sind zwei weitere Dinge visuell auffallend: Hinter der *Taube* ein Groß-Foto von einem Doppeldecker und rechts daneben eine Vitrine mit einer Figurinen-Gruppe in Militäruniformen. Dem Besucher drängen sich spontan zwei Fragen auf: Was hat die *Taube* als Eindecker mit dem Doppeldecker zu tun und in welchem Verhältnis steht sie zu den Militärangehörigen? Beide Fragen sind bei näherer Beschäftigung mit der gesamten Ausstellungstation hilfreich und unterstützen die Entschlüsselung der Geschichte: Dieses Flugzeug wurde zu Beginn des Ersten Weltkriegs von der deutschen Fliegertruppe als Aufklärer eingesetzt. Im März 1914 waren über 40 % ihrer Flugzeuge *Tauben*. Da diese jedoch schwierig zu manövrieren und zu landen waren, wurden sie bis Ende 1914 durch Doppeldecker mit besseren Flugeigenschaften ersetzt. Diese Ausstellungssstation gruppiert also visuell auffallend einige Exponate, die den Besuchern bei der Interpretation helfen.



Abbildung 7

Im Deutschen Historisches Museum in Berlin findet man in der Dauerausstellung eine symbolträchtige Anordnung von zwei dominanten Exponaten, die sich in zwei historisch direkt aneinander anschließenden Abschnitten befinden. Beide kann man gleichzeitig von einem Standort im Hauptgang zwischen den Ausstellungsabteilungen sehen. Die Auffälligkeit besteht in der identischen Inszenierung der Objekte – das eine diente militärischen und das andere zivilen Zwecken. Es sind ein schweres Flakgeschütz aus dem Jahr 1937,

das bis zum Ende des Zweiten Weltkriegs eingesetzt wurde und ein VW-Käfer, Baujahr 1951, einer der ersten Exportschlager der westdeutschen Nachkriegsgeschichte. Beide Exponate zeigen sich in einer schräg nach oben gerichteten Position, die Dynamik und Stärke ausdrückt (Abbildungen 8 und 9). Beide werden durch diese identische Art der Inszenierung zu visuellen Zeichen, die vom Besucher jeweils als Ausdruck der energischen Haltung der Regierenden in Deutschland vor und nach 1945 gedeutet werden könnte: Hitler führte den Krieg gegen die Sowjetunion von 1941 an als Vernichtungs- und Eroberungskrieg, um neuen »Lebensraum im Osten« zu schaffen. Die Regierenden in der 1949 gegründeten Bundesrepublik Deutschland setzten alles daran, mit Hilfe von attraktiven Exportgütern ein Wirtschaftswunder zu schaffen, um Deutschland rasch wieder aufzubauen. Die gleichartige Inszenierung der beiden Exponate fordert zu einer kritischen Auseinandersetzung mit einer Symbolsprache heraus, die eine Gleichwertigkeit von vollkommen unterschiedlichen Inhalten assoziiert.



Abbildung 8



Abbildung 9

Eine beeindruckende Rauminstallation befindet sich im *Ort der Information* unter dem *Denkmal für die ermordeten Juden Europas* in Berlin. Der *Raum der Dimension* ist auf den ersten Blick leer. Er bekommt nur durch wenige Elemente eine visuelle Struktur. An der Decke gibt es ein Kassettenraster, das die Grundformen der oberirdischen Stelen aufgreift, und auf dem Boden spiegelt sich das Deckenraster in Form von leuchtenden Rechtecken. Beim zweiten Blick entdeckt der Besucher an den Wänden umlaufend ein Textband mit den Namen von europäischen Ländern und dazu die jeweiligen Zahlen der durch die Nationalsozialisten ermordeten Juden (Abbildung 10). Erst beim Durchwandern des Raumes entdeckt er die letzten schriftlichen Zeugnisse von jüdischen Menschen, die kurz vor ihrer Ermordung eine Botschaft für ihre Angehörigen

oder die Nachwelt hinterlassen wollten. Diese Zitate sind auf die leuchtenden Bodenplatten gedruckt, und der Besucher kann sie nur lesen, wenn er mit gesenktem Kopf eine kontemplative Haltung einnimmt. Gebeugte Pose und gesenkter Blick schirmen den Einzelnen von den Blicken anderer Besucher ab. Die Ausstellungsgestaltung gibt ihm so die Möglichkeit einer persönlichen und konzentrierten Interaktion mit den letzten schriftlichen Zeugnissen. Die vollkommene Leere des großen Raumes symbolisiert darüber hinaus die Abwesenheit der Menschen, die während des Holocausts von den Nationalsozialisten ermordet wurden. Den ausgesprochen kontemplativen Charakter dieser Inszenierung sollte der Moderator berücksichtigen. Er könnte einer Gruppe nach wenigen einführenden Worten die Gelegenheit geben, den Raum zuerst allein zu erkunden und ein Gespräch mit allen daran anschließen.

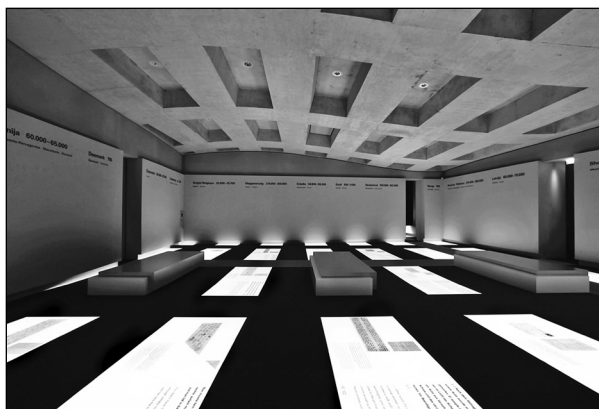


Abbildung 10

Alle visuellen Informationen, die der Mensch aufnimmt, rufen abgespeicherte und verinnerlichte Erfahrungen auf, die unbewusst bestimmte Assoziationen aktivieren. Susan Sontag hat dieses Phänomen auf beeindruckende Weise zusammengefasst: »Es gibt keine neutrale Fläche, keine neutrale Rede, keine neutrale Form. Auch wenn man etwas anschaut, das ›leer‹ ist, so schaut man trotzdem noch an, man sieht etwas, und wären es nur die Geister der eigenen Erwartungen.«⁶

6 | S. Sontag: »The Aesthetics of Silence«, in: Künstler. Kritisches Lexikon der Gegenwartskunst: Ad Reinhardt.

KONSEQUENZEN FÜR DIE MODERATION IM MUSEUM

Die hier dargestellten Zusammenhänge lassen erahnen, in welcher außerordentlich komplexen Situation sich der Moderator und die einzelnen Teilnehmer während einer Museumsführung befinden. Jede einzelne Person wird im Laufe der Führung ihren speziellen *inneren Cocktail* spüren und bewusst wie unbewusst subjektiv sinnvolle Gesamt- und Einzeleindrücke herauszufiltern suchen. Je offener über die mögliche Dynamik verborgener intrapersonaler Abläufe bei der Wahrnehmung der vorgestellten Exponate mit den Teilnehmern in der Moderation gesprochen wird und je transparenter die ineinander verwobenen inneren Wahrnehmungsfelder und Interpretationsspielräume jedes Einzelnen erscheinen, umso erfolgreicher wird die Informationsaufnahme bei allen Beteiligten sein. Erfolgreich auch in dem Sinne, dass die unbewusst und deshalb automatisch ablaufenden Prozesse des Assoziierens, Selektierens und Urteilens bewusst reflektiert werden. Dadurch öffnen sich neue Wahrnehmungskanäle, und neue Erfahrungen und Erkenntnisse werden zugelassen. Jeder Aspekt der Ausstellungsarchitektur (Raumdimensionen und -strukturen, Farben, Licht, Akustik etc.), jedes Ausstellungsthema, jedes Ausstellungsexponat, jede Geschichte, die über Menschen oder Objekte erzählt wird, jedes noch so kleine Detail, kann ein Impulsgeber für spontane Deutungen sein. Je offensiver der Museumsmoderator diesen ersten subjektiven Interpretationen der Besucher Raum gibt und auf sie ernsthaft eingeht, umso einfacher wird es für ihn sein, die vielen inhaltlichen Aspekte der jeweiligen Ausstellungsstation mit den vorhandenen Assoziationen der einzelnen Besucher zu verbinden und dadurch die Interpretationsräume der Teilnehmer zu erweitern.

Sich dieser Faktoren bei einer Führung bewusst zu sein, ist für den Museumsmoderator von großem Nutzen. Es gibt ihm die Chance zur Achtsamkeit, um so bei den Teilnehmern, wie auch bei sich selber, die individuell verschiedenen Interpretations- und Verhaltensmuster besser zu erkennen und zu berücksichtigen.

Für den Moderator bieten alle visuellen Reize einfache und natürliche Anknüpfungspunkte, um einen bewussten Reflexionsprozess auch über automatisierte Interpretationsmuster zu befördern. Jedem Teilnehmer einer Führung muss Zeit gegeben werden, spontane Assoziationen, die er mit den Sinnesindrücken im Ausstellungsraum verknüpft, zu äußern. Dieser Vorgang dient dazu, in einem ersten Schritt die wahrgenommenen Reize mit abgespeicherten Erfahrungen abzugleichen, um diese im zweiten Schritt von den ersten spontanen Assoziationen abzukoppeln und Platz zu schaffen für neue Erfahrungen, die dann mit neuen Inhalten verbunden werden können.

LITERATUR

- Ganten, Detlev/Spahl, Thilo/Deichmann, Thomas: Die Steinzeit steckt uns in den Knochen. Gesundheit als Erbe der Evolution, München und Zürich 2011.
- Glaserfeld, Ernst von: Die Kontrolle von Wahrnehmung und die Konstruktion von Realität, Frankfurt a.M. 1987.
- Hoffmann, Donald D.: Visuelle Intelligenz, Stuttgart 2000.
- Hurrelmann, Klaus: Einführung in die Sozialisationstheorie, Basel 2006.
- Kurzweil, Ray: Homo S@piens, Köln 1999.
- LeCoux, Joseph: Das Netz der Gefühle. Wie Emotionen entstehen, München 1998.
- Maturana, Humberto R./Varela, Francisco J.: Der Baum der Erkenntnis, Bern 1987.
- Schulz von Thun, Friedemann: Miteinander reden. Allgemeine Psychologie der Kommunikation, Hamburg 1981.
- Seifert, Friedrich/Seifert-Helwig, Rotraut: Bilder, Urbilder. Erscheinungsformen des Archetypus. München 1965.
- Sontag, Susan: »The Aesthetics of Silence«, in: Künstler. Kritisches Lexikon der Gegenwartskunst: Ad Reinhardt, München 1992.
- Sütterlin, Petra: Vier Lerntypen und wie sie am effektivsten lernen, o. O. 2004.
- Welzer, Harald: Das kommunikative Gedächtnis. Eine Theorie der Erinnerung, München 2002.

BILDNACHWEISE

- Abb. 1: entnommen aus: Ausst.Kat. Was ist schön?, Deutsches Hygiene-Museum, Dresden 2010.
- Abb. 2: entnommen aus: Süddeutsche Zeitung, 21./22.4. 2007.
- Abb. 3: entnommen aus: Heinz Liesbrock: Edward Hopper. Die Meisterwerke, München 2004.
- Abb. 4: siehe Abb. 3, Bildbearbeitung Georg von Wilcken.
- Abb. 5: bis Abb. 9: Fotos Georg von Wilcken.
- Abb. 10: Foto Gunter Lepkowski.