

„Museen auf der Suche nach medialen Vermittlungswegen“

Tagung des Museumsverbandes Baden-Württemberg e.V. in Zusammenarbeit mit dem Verein für
Museumspädagogik Baden-Württemberg e.V. am 12./13. April 2013 – Schloss Glatt, Sulz am Neckar

Ellen Krähling

Dipl. Kulturwissenschaftlerin

Berkeley (USA) und Stadtmuseum Hornmoldhaus Bietigheim-Bissingen

Digital Storytelling im Museum

Digital Storytelling ist eine Methode, Geschichten von Museumsbesuchern, Zeitzeugen oder der Bevölkerung einer Stadt einzufangen und in kompakter, multimedialer Form darzustellen. Damit bietet Digital Storytelling eine Möglichkeit, Ausstellungen und Museumswebseiten anschaulicher zu gestalten. In meinem Vortrag zeige ich, wie diese Methode im Museumskontext eingesetzt werden kann und Beispiele aus Kanada und Großbritannien, sollen Lust machen, mit Digital Storytelling zu arbeiten. Denn Digital Storytelling ist meiner Meinung nach eine vielversprechende Methode der Neuen Medien, die unsere Museumsarbeit in Deutschland sinnvoll ergänzen und bereichern kann.

Digital Storytelling wurde in den USA entwickelt. Meines Wissens nach ist Digital Storytelling im deutschsprachigen Raum noch wenig bekannt. Einen Anknüpfungspunkt bieten jedoch bestimmte Erfahrungen, die Sie als Museumsmitarbeiterin und –pädagogin¹ bestimmt schon einmal gemacht haben:

- Sie hören von einem Museumsbesucher in Ihrer Ausstellung eine wundervolle Geschichte - vielleicht sogar im Dialekt und ungemein eindrücklich erzählt. Nun fragen Sie sich: Wie kann ich diese Geschichte festhalten? Wie kann ich das emotionale Moment darin wiedergeben?
- Oder: Sie sind im Gespräch mit einer Sammlerin und sie erzählt auf überaus beeindruckende Weise, wie sie zu einem ganz bestimmten Objekt kam, warum sie es unbedingt haben wollte und was es damit auf sich hat. Und wieder stellt sich die Frage: Wie kann diese Sammelleidenschaft dokumentiert und in der Ausstellung wiedergeben werden?

Digital Storytelling bietet eine Möglichkeit, solche Geschichten zu dokumentieren.

1. Was ist „Digital Storytelling“?

Digital Storytelling ist ein relativ junger Begriff, der in den letzten 20 Jahren entwickelt wurde.

Während „Storytelling“ bzw. das Weitergeben von Wissen in Form von Geschichten eine zentrale, uralte Kulturtechnik darstellt, hebt das Wort „digital“ die Zuhilfenahme der Neuen Medien beim Erzählen von Geschichten hervor und kann durchaus als Weiterentwicklung des „Storytelling“ betrachtet werden.

Digital Storytelling gibt es heute in einer Vielzahl an Erscheinungsformen, denn zunächst einmal bedeutet es lediglich die Schnittstelle von Storytelling und digitaler Technologie. Eine spezifische Art des Digital

¹ Im Folgenden werde ich abwechselnd die männliche und weibliche Form verwenden, um beide Geschlechter einzuschließen. Wann von Museumspädagogen, Teilnehmerinnen, Erzählern oder Bürgerinnen gesprochen wird, ist also Zufall und meint jeweils die andere Form mit.

Storytelling ist jedoch Anfang der 1990er in Berkeley, Kalifornien vom „Center for Digital Storytelling“² entwickelt worden. Die beiden Gründer Joe Lambert und Dana Atchley entwickelten ein ganz bestimmtes Format, um Geschichten und Erlebnisse in eine mediale Form zu gießen, die wiederum andere Menschen berührt und zu Lernen, Handeln und sogar zu einem positivem Wandel der Gesellschaft führen kann.

Schauen Sie sich als Beispiel für diese Art des Storytelling eine Geschichte von mir an – sie ist in Zusammenarbeit mit und für das Stadtmuseum Hornmoldhaus in Bietigheim-Bissingen entstanden: <http://www.fundingstories.de/museumstories.html>



Wie Sie an der Beispielgeschichte gesehen haben, besteht eine Geschichte aus mehreren Medien und Elementen: grundlegend ist der Text, das sogenannte Voice-over. Er ist das Herzstück des Films. An diesem Text und vor allem der Reduktion auf die wesentlichen Momente der Geschichte wird zu Beginn des Produktionsprozesses intensiv gearbeitet. Anschließend wird er von der Person, der die Geschichte gehört, aufgenommen. Dann folgt die bildliche Unterstützung der Geschichte durch das Hinzufügen von digitalisierten Fotos, kurzer Videos oder Erinnerungsstücken, die gescannt und eingefügt werden. Dies können zum Beispiel Reisedokumente oder Briefe sein. Abschließend wird Musik sowie ein Vor- und Abspann hinzugefügt – all diese Elemente verschmelzen zu einer Geschichte, die uns auf mehreren Ebenen (visuell, sprachlich und auditiv) erreicht.

2. Themen von Digital Stories

Die Geschichten können aus unterschiedlichen Bereichen erzählen:

- Geschichten über eine wichtige Person im eigenen Leben
- Geschichten über einen Ort
- Geschichten über ein Ereignis
- Geschichten über die Arbeit, über Hobbies
- Geschichten über eine Entdeckung, Liebesgeschichten, über die Verarbeitung eines Erlebnisses

In vielen Fällen besitzen die Geschichten jedoch mehrere Themen bzw. verschränken sich die Themen miteinander.

Die Entwicklung der Stories entsteht in der Regel in einem ein- bis dreitägigen Workshop. Ein wesentliches Element dieser Workshops ist der Storycircle, in dem die Geschichten der Teilnehmer untereinander geteilt und gemeinsam auf eine wesentliche Aussage bzw. Erfahrung reduziert werden. Wichtiger Teil des Digital Storytelling ist also nicht nur das Ergebnis, sondern schon der Entstehungsprozess. In diesem finden unterschiedliche Menschen zusammen und tauschen sich intensiv über ihre Ideen und Erfahrungen aus.

² <http://www.storycenter.org/>

So bietet das Digital Storytelling auch eine wertvolle Methode für das Museum, um interessierte Menschen in einem intensiven, durchaus künstlerischen Prozess miteinander und mit dem Haus zu verknüpfen.

3. Die Entstehung von Digital Stories am Beispiel der Ausstellung „Italians in Denver“ des Colorado History Museum

Lassen Sie mich einen solchen Workshop wiederum an einem Beispiel darstellen. Das „Center for Digital Storytelling“ aus Berkeley veranstaltete gemeinsam mit der „Colorado Historical Society“ einen Workshop, in dem digitale Geschichten für die regionalhistorische Ausstellung „Italians in Denver“ entstanden sind. Dafür wurden 10 Italiener und Italienerinnen, die nach Denver migriert sind, gesucht, die eine Geschichte über ihre Migration oder ihr Leben in Denver mit italienischen Wurzeln erzählen wollten. Das Problem dabei war, dass die meisten dieser Einwandererinnen mittlerweile zwischen 70 und 90 Jahre alt waren – kein einfaches Zielpublikum, wenn man mit Schnittprogrammen am Computer arbeiten möchte! Was tun? Das „Center for Digital Storytelling“ hat 10 weitere, junge Menschen zum Workshop hinzugeholt, die Erfahrungen in der Methode Digital Storytelling oder in den dafür notwendigen Schnittprogrammen hatten. Sie haben sich freiwillig für 3 Tage mit den älteren Menschen zusammengesetzt haben, haben zugehört, an der Geschichte mitgearbeitet und die Stories technisch umgesetzt.

Zentral war dabei, dass diejenigen, deren Geschichten erzählt wurden, auch selbst bestimmten, wie die Fotos verwendet wurden, wie der Text lautete, welche Musik eingespielt wurde und wie der Film geschnitten wurde. Dies stellt ein wichtiges Merkmal von Digital Storytelling dar - auch im Gegensatz zur Oral History: die Geschichtenerzähler besitzen die vollständige Kontrolle über den Prozess und das Produkt. So bleibt ihre Geschichte auch in ihrem „Besitz“ und wird nicht durch den Prozess der Technisierung von ihnen entfremdet.

Eine digitale Geschichte aus der Ausstellung möchte ich Ihnen nun zeigen. Sie zeigt wunderbar auf, wie sich eine Geschichte um ein Objekt mit Fragen von Identität und Herkunft verknüpfen lässt.

Jess Gerardi – „The old trombone“: http://milehighstories.com/?page_id=20



Das Projekt in Denver war ein großer Erfolg und brachte der Ausstellung aus mehreren Gründen viel Aufmerksamkeit:

1. Es war ein erfolgreiches Projekt zwischen zwei Generationen
2. Die Besucherzahl war höher, da viele Freunde und die Familien der Teilnehmer die Ausstellung besuchten
3. Die digitalen Geschichten befriedigen auch die sinnlichen und affektiven Bedürfnisse der Besucher, d.h. deren Bedürfnisse nach emotionalem Inhalt.

4. Digital Storytelling bietet also die Möglichkeit, individuelle Erfahrungen in Ausstellungen zu integrieren und zugleich anschaulich zu visualisieren. Damit entzündete es vor allem auch eine neue Diskussion im Colorado History Museum: Geschichte wird nicht nur von Historikern gemacht, sondern Geschichte ist auch die Erfahrung und die Stimme jedes einzelnen. Es regte Fragen an wie „Wem gehört eigentlich Geschichte?“ und „Wer macht Geschichte?“. So kann bei der Produktion und Ausstellung der Geschichten genau dieser Diskussionsprozess thematisiert werden. Geschichtsschreibung kann so lebendig aufgezeigt werden, ohne dass die geschriebene und die individuelle erzählte Geschichte jeweils die letztgültige Wahrheit und Perspektive auf Gewesenes darstellen.
5. Ein besonders großer Vorteil von Digital Storytelling für den Museumskontext ist, dass diese Methode die Geschichten der einzelnen Menschen in *konzentrierter* Form dokumentiert und in der Ausstellung wiedergibt. So werden die Geschichten, die ca. 2-5 Minuten dauern, auch einer für Museumsbesucher typischen, im Regelfall eher kurzen Aufmerksamkeitsspanne gerecht.

4. Digital Storytelling als ergänzender Weg des Sammelns und Vermittelns

Digital Storytelling hat zwei Charakteristika – zum einen erzeugt es eine Geschichte und erschafft Inhalt. Zum anderen bezieht es die Bevölkerung in die Museumsarbeit ein und führt im Idealfall zu einem neuen Engagement der Menschen vor Ort. Auf die Museumsarbeit übertragen, heißt das, dass es uns einen neuen Weg aufzeigt, wie wir den Kernaufgaben des Sammelns und Vermittelns gerecht werden können: über das Digital Storytelling sammeln wir neue Geschichten und erhalten individuelle Informationen und Perspektiven auf z.B. stadthistorisches Geschehen.

Digital Storytelling eröffnet zugleich die Möglichkeit für die Teilnehmer der Workshops selbst einen Part in der Vermittlungsarbeit zu übernehmen, in dem sie ihre Geschichten in die digitale Form gießen und diese so für andere zugänglich machen. Indem wir die Methode des Digital Storytelling nutzen, werden wir außerdem der Kernaufgabe von Vermittlungsarbeit noch anders gerecht: wir ermöglichen Angebote des Erlernens und der Erweiterung von digitaler Kompetenz. Angebote des Erlernens.

5. Wie kann Digital Storytelling in die Museumsarbeit eingebunden werden?

Die entstandenen Geschichten können auf folgenden Wegen Eingang in die Museumsarbeit finden:

- Im Museum selbst: Integration in die Ausstellung und Sammlung
Die Stories werden in der Ausstellung in Stationen, über Leinwände oder kleinere Bildschirme, evtl. auch an Kiosken mit Kopfhörern wiedergegeben. Diese Einbindung muss sorgfältig geplant werden, so dass die Besucherin die Geschichten ungestört hören kann und zugleich auch andere Ausstellungsbesucher durch einen z.B. laut laufenden Film nicht abgelenkt werden. Des Weiteren können die Geschichten in die Sammlung des Hauses aufgenommen werden und diese in einem Medium des 21. Jahrhunderts erweitern.
- Einbezug in das Begleitprogramm bzw. in die Museumspädagogik
Durch Workshops zu Digital Storytelling als Bestandteil des museumspädagogischen Begleitprogramms können neue Besuchergruppen, insbesondere junge, technikaffine Menschen ins Museum gelockt werden.

Wird der Workshop vor der Ausstellung veranstaltet, fließen nicht nur die Ergebnisse unmittelbar in die Ausstellung ein, sondern auch der Workshop kann als Instrument der Öffentlichkeitsarbeit zur Ankündigung der Ausstellung dienen. So kann z.B. in Kooperation mit einer lokalen Zeitung die Arbeit an den Geschichten vorgestellt werden.

- Vernetzung des Museums mit anderen Institutionen

Beim Digital Storytelling kann das Museum mit vielen anderen Institutionen kooperieren: in Zusammenarbeit mit dem Stadtarchiv können Teilnehmerinnen auf Fotos des Archivs zurückgreifen und Fotos der Teilnehmer können wiederum in die Archivsammlung aufgenommen werden. Museen können mit Altersheimen, der Volkshochschule und Büchereien zusammenarbeiten. Auch mit lokalen Firmen und Institutionen kann kooperiert werden, in dem z.B. die Firmengeschichten über die individuellen Geschichten dokumentiert werden.

Und wie wäre es, wenn wir unsere Museumsarbeit noch enger mit Schulen vernetzen könnten, indem wir digitale Geschichten auf unserer Website oder einer DVD den Schulen als Unterrichtsmaterial zur Verfügung stellen? So können zum Beispiel Unterrichtsbesuche im Museum wirkungsvoll vorbereitet werden.

- Die Geschichten auf der Website

Durch die Integration der Stories auf der Museums-Website können Sie nicht nur einen Einblick in Ihr Museum geben, sondern ihre Ausstellung auch virtuell dokumentieren.

6. Beispiele von Digital Storytelling zur Dokumentation einer Ausstellung und als Partnerschaftsprojekt zwischen Museen

1. Die Ausstellung "Mountaineering in British Columbia" wurde auf einer Website dokumentiert.

Dabei sind auf der Website nicht nur die Objekte zu sehen, sondern auch weitere Elemente der Ausstellung – Texte zur Leidenschaft des Bergsteigens beispielsweise. Eine interaktive Zeitleiste vermittelt in kompakter Form geschichtliche Inhalte. Nach der Ausstellung entstanden in einem Workshop auch digitale Stories von Bergsteigern, die individuelle Perspektiven und Erlebnisse von Bergsteigern und auch die Erfahrungen berühmter Pioniere in diesem Feld dokumentieren.

"Climbing to the Clouds - A peoples history of mountaineering" –

<http://www.museevirtuel-virtualmuseum.ca/sgc-cms/expositions-exhibitions/nuages-clouds/en/index.html>

2. Die Website "Climbing to the Clouds" ist Teil des großen Museumsportals "Virtualmuseums" in Kanada, das über 830 Ausstellungen digital versammelt. Auf vielen Webseiten gibt es digitale Stories zu sehen.

<http://www.museevirtuel-virtualmuseum.ca/index-eng.jsp>

3. Ein bekanntes Beispiel aus Nordengland: "Culture Shock!"

Culture Shock! war ein experimentelles Partnerschaftsprojekt zwischen Tyne&Wear Archives&Museums und verschiedenen Museen und Gallerien im Nordosten Englands mit dem Ziel 1000 digitale Stories der Menschen in Nordostengland zu sammeln, durch digitale Methoden zu bewahren und sie mit möglichst vielen zu teilen. Alle Stories wurden auf irgendeine Art und Weise durch die Museen und Gallerien,

Traditionen oder kulturell bedeutende Objekte inspiriert. Sie wurden in die Museumssammlungen aufgenommen, im Rundfunk ausgestrahlt oder bei Veranstaltungen gezeigt.

<http://www.cultureshock.org.uk/home.html>

7. In welchen Bereichen wird Digital Storytelling außerhalb des Museumskontextes eingesetzt?

Positive Beispiele gibt es aus vielen Bereichen, in denen Menschen in gesellschaftliches Geschehen involviert sind bzw. durch individuelle Geschichten eine höhere Aufmerksamkeit für ein gesellschaftliches Thema geschaffen werden soll. Zum Beispiel wurden im Gesundheitswesen im angloamerikanischen Raum gute Effekte erzielt. In diesem Bereich entstehen beispielsweise Geschichten über den Umgang mit Krankheiten oder über reproduktive Gesundheit, wie z.B. Abtreibung. Gerade Geschichten, die sich mit schwierigen sozialen und gesundheitlichen Problemen beschäftigen, sind zu einer wertvollen Informationsquelle für Entscheidungsträger und zu einer Inspiration für gesundheitliche Bildung geworden.³ Weitere Einsatzfelder sind die Arbeit mit Jugendlichen und der Einsatz in der Schule, z.B. im Geschichtsunterricht, die Arbeit zu Identität und kultureller Verschiedenheit, zur professionellen Reflektion, zum Team Building bis hin zum Bereich Stadtentwicklung.⁴

8. Zusammenfassung

Welchen Beitrag kann Digital Storytelling auf der Suche nach einer medialen Vermittlung leisten und wie kann es unsere Museumsarbeit ergänzen?

1. Digital Storytelling bietet uns einen neuen Weg des Sammelns und Vermittelns – es bietet uns insbesondere auch einen Weg, wie wir die Geschichten von heute mit aktuellen Methoden und Alltagspraktiken sammeln und für die Zukunft aufbewahren können.
2. Es bietet uns einen neuen Weg, digitale Kompetenz zu fördern und junge, technikbegeisterte Menschen ins Museum zu holen.
3. Es bietet einen neuen Weg mit Zeitzeuginnen zu arbeiten - und zwar so, dass sie aktiv in die Arbeit der Dokumentation eingebunden werden.
4. Es bietet einen Weg, die Kraft von Geschichten zu nutzen, um Ausstellungsinhalte zu vermitteln – Besucher nehmen individuelle Erlebnisse und Erfahrungen leichter auf und erinnern sich emotionale und prägende Geschichten besser ein als Zahlen und Fakten.
5. Die Öffentlichkeit kann aktiv in die Ausstellungskonzeption einbezogen werden.

So möchte ich schließen mit einem Zitat von Joe Lambert, dem Gründer des Center for Digital Storytelling, Er betont die für ihn wichtige Dimension der aktiven Beteiligung der Bevölkerung an der Museumsarbeit: **„It is not any more about a technological barrier, but more about an attitude: we need to be ready to experiment and to create a platform for the community“.**

³ Siehe www.storycenter.org/health-human-services/ oder <http://www.creativenarrations.net/alaskan-public-health-workers-learn-digital-storytelling>

⁴ Siehe beispielsweise

http://www.ditchingdirtydiesel.org/index.php?option=com_content&view=article&id=95&Itemid=171

Literatur

Lambert, Joe: Digital Storytelling: Capturing Lives, Creating Community. 4. Ausgabe, 2012. Routledge Verlag, New York

Der Vortrag basiert im wesentlichen auf mehreren Interviews mit Mitarbeitern des Centers: Vielen Dank an Joe Lambert, Rob Kershaw, Mary Ann McNair und Daniel Weinschenker.

Websites:

Center for Digital Storytelling:

www.storycenter.org

Projekt „Italians in Denver“:

http://milehighstories.com/?page_id=20

Virtual Museum of Canada (Kanada):

<http://www.museevirtuel-virtualmuseum.ca/index-eng.jsp>

Climbing to the Clouds - A peoples history of mountaineering (USA)

<http://www.museevirtuel-virtualmuseum.ca/sgc-cms/expositions-exhibitions/nuages-clouds/en/index.html>

Culture Shock (Nordengland)

<http://www.cultureshock.org.uk/home.html>

Kontakt:

Ellen Krähling

Ellen@kraehling-online.de

www.fundingstories.de