

Jürgen Rohmeder

Methoden und Medien der Museumsarbeit

Pädagogische Betreuung
der Einzelbesucher im Museum

mit Karikaturen von Marie Marcks

DuMont Buchverlag Köln

Inhalt

0.1	Der Verfasser dankt	9
0.2	Vorwort	11
0.2.1	Die Ziele dieses Buches.	11
0.2.2	Die Methode dieses Buches	12
0.2.3	Eingrenzungen	13
0.3	Definition von Museumsdidaktik	14
0.4	Übersicht über die unmittelbare Literatur zum Thema	16
I	Voraussetzungen	17
I.1	Kulturpolitische Ziele der Museumsarbeit	18
I.2	Funktionen der Museumsarbeit	18
I.3	Zielgruppen	19
I.3.1	Strukturell denkbare Zielgruppen	20
I.3.2	Beschreibung derzeitiger Zielgruppen	20
I.3.3	Mögliche Zielgruppen	23
I.4	Museumsgattungen – Einteilungsversuche zur besseren Übersicht	25
I.5	Kybernetik	27
I.5.1	Kybernetik als Lehre von Steuerung und Regelung	28
I.5.1.1	Definition	28
I.5.1.2	Kybernetische Grundbegriffe	28
I.5.1.2.1	Was ist Steuerung?	28
I.5.1.2.2	Regelung ist Steuerung mit Rückkoppelung (feedback)	30
I.5.1.3	Kritik an der Kybernetik	31
I.5.2	Informationslehre	32
I.5.2.1	Definition	32
I.5.2.2	Begriffe	32
I.5.2.3	Informationslehre im menschlichen Bereich	35
I.5.2.4	Was ist Wahrnehmung?	37
I.5.2.5	Superzeichen und Redundanz	39
I.5.2.6	Was ist Semiotik?	40
I.5.2.7	Kritik an der Informationslehre	41
I.6	Didaktik	42
I.6.1	Definitionen	43
I.6.2	Didaktische Lehren und Theorien	44

1.6.3	Didaktische Grundbegriffe	45
1.6.4	Ansätze zu didaktischen Strategien und Taktiken	48
1.7	Erwachsenenbildung	49
1.8	Historische Dimensionen der Museumsdidaktik.	50
1.9	Ästhetische Dimensionen der Museumsdidaktik.	51
2	Museumsdidaktische Entscheidungsabläufe und Methoden der Vermittlung zugunsten von Einzelbesuchern	54
2.1	Magazin oder Museum – Thesaurierung oder Präsentation?	55
2.2	Für welche Zielgruppen?	55
2.3	Unterschiedliche Bedürfnisse, Interessen, Motivationen und Möglichkeiten der Museumsbesucher	55
2.4	Mitbestimmung durch die Besucher an allen didaktischen Entscheidungen – Forderungen und Möglichkeiten	57
2.5	Möglichkeiten der Institution Museum	60
2.5.1	Bedingungen für Museumsbesuche	60
2.5.2	Sind Museen öffentlich?	60
2.5.3	Das ›Hier und Jetzt‹ der Exponate und seine Folgen	61
2.5.4	Museen als Präsentationsgeräte	62
2.5.5	Was würde passieren, wenn es morgen keine Museen mehr gäbe? . .	62
2.6	Präsentationsziele	63
2.6.1	Die Beziehung zwischen den Zielen der Präsentation und dem Bestand an Objekten	63
2.6.2	Beispiele von Präsentationszielen	63
2.7	Auswahl der sich aus dem Bestand ergebenden, zielabhängigen Inhalte	64
2.8	Museen als Freizeit- oder Bildungsbetriebe	65
2.8.1	Museen als Freizeitbetriebe	65
2.8.1.1	Sonderproblem Tourismus	67
2.8.2	Museen als Bildungsbetriebe	68
2.9	Zeitliche Abfolgen und Zusammenhänge der Vermittlung	69
2.10	Örtliche und räumliche Abfolgen und Zusammenhänge der Vermittlung	73
2.11	Feinstruktur der Vermittlung	77
2.12	Design – didaktische Vorgaben	78
3	Die Medien der Museen	82
3.0.1	Eingrenzung des Begriffs	83
3.0.2	Allgemeine Literatur zum Thema Medien	83
3.0.3	Kriterien der Medienwahl	84
3.0.4	Einteilung der Medien	87
3.1	Objekte – Medien mit Sonderstatus	88

3.1.0.1	Konstituierende Eigenschaften von Objekten	88
3.1.0.2	Die Rolle der Objekte	89
3.1.0.3	Auswahl der Objekte	90
3.1.0.4	Viele gleiche Objekte – von jedem etwas – mischen	91
3.1.1	Demonstrationsobjekte	94
3.1.1.1	Hilfsobjekte	94
3.1.1.2	Kopien	95
3.1.1.3	Modelle	95
3.1.1.4	Dioramen und Umweltgruppen	96
3.2	Visuelle Medien	98
3.2.0.0.1	Ihre Problematik	98
3.2.0.1	Sehhilfen	99
3.2.1	Grafische Maßnahmen	100
3.2.2	Fotografien	100
3.2.3	Diapositive	102
3.3	Verbale Medien	103
3.3.0.1	Das Wort im Museum	103
3.3.0.2	Verständlichkeit von gesprochenen und geschriebenen Texten	104
3.3.1	Beschriftungen und Texttafeln	108
3.3.2	Kataloge	112
3.3.3	Kurzführer	113
3.3.4	Saalzettel	113
3.3.5	Fernschreibanschluß an einen Computer	113
3.4	Auditive Medien	114
3.4.0.0.1	Ihre Grenzen	114
3.4.0.1	Nicht verbale Geräusche und Musik	115
3.4.0.2	Gesprochene Texte	115
3.4.1	Gemeinsames Hören – Schallplatte oder Tonband mit Lautsprecher	115
3.4.2	Tonbandgeräte für Kleingruppen	116
3.4.3	Individuelles Hören – Tonband mit Telefon- oder Kopfhörer	116
3.4.4	Tonbandgeräte mit Induktionsschleifen und Telefonhörern	116
3.5	Audiovisuelle Medien	118
3.5.0.1	Ihre Wirkungen im Museum	118
3.5.1	Ton – Bild	119
3.5.2	Film	120
3.5.3	Fernsehen	121
3.5.4	Multivision	121
3.5.5	Holografie	122
3.5.6	Bildplatten und Videokassetten	122
3.6	Haptische Vermittlungshilfen	122
3.7	Besucheraktivitäten	123

3.7.0.1	Möglichkeiten und Schwierigkeiten	123
3.7.1	Lerngeräte	125
3.7.2	Spiel	127
3.8	Riechen, Essen und Trinken	128
3.9	Aufseher als Auskunftsinstanzen	128
Anmerkungen		130
Register		155
Abbildungsverzeichnis		158
Abbildungsnachweis		158