

Wer ist Mona Lisa und wenn ja, wie viele?

Digitale Ausstellungen zwischen ‚Aura‘-Verlust, Reproduktion und Erfahrungserweiterung

Mona Tennert

Keywords: Aura, Walter Benjamin, Reproduzierbarkeit von Kunst, Digitale Ausstellungen, Museumsdigitalisierung, Virtual Reality, Mona Lisa, Louvre

Abstrakt

Es liegt in der menschlichen Natur ähnliche Subjekte oder Objekte miteinander zu vergleichen und am Ende ein Fazit zu ziehen, welches die eine Variante besser, interessanter oder erfolgreicher als die andere darstellt. Demzufolge werden auch digitale Ausstellungen mit ihren analogen Vorlagen verglichen. Erstere werden dabei oftmals als minderwertig eingestuft, da ihnen die ‚Aura‘ des Originals im Hier und Jetzt fehlt, wie es Walter Benjamin in seiner bekannten Kunsttheorie beschreibt. Diese Sichtweise schränkt das Potenzial digitaler oder virtueller Ausstellungen grundlegend ein. Was ist mit Kunstwerken, die im Original digital entstanden sind? Können digitale Ausstellungen als eigenständige Kunstwerke betrachtet werden und somit eine ‚Aura‘ besitzen? Welche Möglichkeiten und Grenzen haben virtuelle Ausstellungen gegenüber physischen Ausstellungen und können beide nebeneinander existieren, wie beispielsweise das Gemälde Mona Lisa im Louvre und ihre virtuelle Entdeckungsreise, ohne sich gegenseitig herunterzuziehen?

„Aura“ als Argument in der Diskussion um die Museumsdigitalisierung

In einer zunehmend digitalisierten Welt können Museen sich einem digitalen Auftritt und einer im Internet stattfindenden Darstellung ihrer Ausstellungsinhalte nicht mehr entziehen. Insbesondere hat die Corona-Zeit mit der Schließung und Beschränkung von kulturellen Einrichtungen gezeigt, wie wichtig digitale Alternativen zu dem klassischen Museumsgang sind. Bei dem Trend hin zu einer Digitalisierung von Museumsinhalten taucht unumgänglich der Begriff der „Aura“ aus der Kunsttheorie Walter Benjamins auf. Mit diesem begründen Museumsbefürwortende in Debatten rund um die Virtualisierung von Kunst die Legitimität oder die Überlegenheit von traditionellen Museumssammlungen gegenüber digitalen Replikaten. (Niewerth, 2022, S. 173ff; Amorim & Teiceria, 2021, S. 1ff)

„Das Museum ist jener Ort, an dem ein Kunstwerk physisch im Hier und Jetzt erfahrbar ist. Eine Erfahrung, die uns in der Gegenwart der virtuellen Welten, die unnachgiebig unsere Wirklichkeit durchdringen, zunehmend abhanden kommt.“ (Hollein, 2004, S. 1)

Textliche, auditive und audiovisuelle Zusatzinformationen, Animationen, 360-Grad-Ansichten oder verschiedenartige Interaktionsmöglichkeiten werden nicht als bereichernde Erweiterung empfunden, sondern als multimediales Störsignal, das von der eigentlichen Erfahrung des Kunstwerks und der Kultur ablenkt (Hollein, 2004). Die Authentizität der materiellen Kunstwerke und ihre Einzigartigkeit stehe folglich in Gefahr (Hollein, 2004). Doch der „Aura“-Begriff von Walter Benjamin ist und bleibt unscharf (Niewerth, 2022, S. 147ff). Folglich bedarf es einen kurzen Klärungsversuch des Begriffes.

In seinem berühmten und vielzitierten Essay *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit* diskutiert Walter Benjamin (1935), wie die Kunst und deren Rezeption durch die elektronische Vervielfältigung zur Zeit des Faschismus verändert wurde. Der Einfluss technischer Reproduktionsverfahren, hier bezogen auf die Fotografie, den Film und den Druck, würden stärker in den Charakter von Kunstwerken eingreifen als es herkömmliche und immer schon dagewesene Reproduktionsmethoden (z. B. Kunstfälschungen oder Abschriften) getan haben.

„Während das Echte aber der manuellen Reproduktion gegenüber, die von ihm im Regelfalle als Fälschung abgestempelt wurde, seine volle Autorität bewahrt, ist das der technischen Reproduktion gegenüber nicht der Fall.“ (Benjamin, 1935, S. 20f)

Die „Aura“ eines Kunstwerks vergleicht Benjamin mit der Ganzheitlichkeit eines Naturerlebnisses, „als einmalige Erscheinung einer Ferne, so nah sie sein mag“ (Benjamin, 1935, S. 22). Das massenweise Vorkommen der Kopien eines Originals geht für Benjamin mit dem Verlust deren Echtheit und Authentizität und folglich ihrer „Aura“ einher. Sie würden das Original aus seinem

üblichen Rezeptionskontext, dem gegenwärtigen, sozialen Raum, reißen und könnten somit einer breiteren Masse zur Verfügung gestellt werden. Der Umstand ließe die Bewunderung und den Respekt für ein Kunstwerk verfallen, da es nun an jedem Ort und zu jeder Zeit betrachtbar und besitzbar wird. Letzteres wird heutzutage durch das Internet deutlich verstärkt. (Benjamin, 1935, S. 25f)

Letztlich beschreibt Benjamins ‚Aura‘ ein Erfahrungsgefühl, welches zwar nachspürbar, aber weder klar definiert noch beweisbar ist. Die Vorstellung des Daseins eines einmaligen Ausstrahlungseffekts des Originals, welches Gefühlszustände in den Betrachtenden evoziert, unterstreicht in Argumentationen die Daseinsberechtigung von musealen Ausstellungen als Hüter der kulturellen Einmaligkeit. Das Erlebnis zu dem Ausstellungsort zu fahren und beispielsweise tatsächlich vor einem der berühmtesten Gemälde der Welt zu stehen ist ohne Frage ein anderes, als sich das Bild auf seinem Smartphone oder dem Computer anzuschauen. Unklar ist dabei allerdings, wie einzelne Personen diese angeblich vorhandene ‚Aura‘ erleben. Wenn ein Kunstwerk kein Interesse für jemanden birgt, wird diese Person andere Gefühlszustände beim Betrachten erfahren als ein Fan der kunstschaffenden Person oder des Werks selbst. (Niewerth, 2022, S. 176f)

Hinzu kommt, dass es sich bei Museumsbesuchenden hauptsächlich um Laien handelt, die eine gute Fälschung vom Original nicht zu unterscheiden vermögen. Es muss also ein Vertrauen darin bestehen, dass Museen die Echtheit ihrer Ausstellung sicherstellen. So könnte es passieren, dass Besuchende in Museen eine ‚Aura‘ bei ausgestellten Replikaten verspüren. Die ‚Aura‘ scheint also nicht in der Echtheit eines Objektes verankert zu sein,

„[...] sondern in der Inszenierung von Echtheit durch das Museum. Damit wäre paradoxerweise ausgerechnet die Erfahrung des ‚Echten‘ in musealen Ausstellungen etwas zutiefst Virtuelles: Das Museum fängt keine präexistente historische Wirklichkeit ein und bewahrt sie für die Gegenwart, es macht vielmehr Realitätsangebote, die immer im Jetzt beheimatet waren und sich auf die institutionelle Verbriefung des Umstandes gründen, dass ein verwissenschaftlichtes Wissen über die Vergangenheit existiert.“ (Niewerth, 2022, S. 177)

Darüber hinaus existieren heutzutage vielfältige digitale Softwaretechnologien, die es ermöglichen digitale Kunstwerke zu schaffen, die auch analog ausgestellt werden. Das mit der ‚Aura‘ behaftete Original ist in dem Fall digital verortet. Die Grenzen zwischen analog und digital verschwimmen folglich zunehmend. Zusätzlich könnten sich die Fotografie und der Film durch Eigenleistungen in der Motivauswahl und -bearbeitung oder des Schnitts als Kunstform bezeichnen. Doch Benjamin war der Meinung, dass sie durch die Veränderung der abgebildeten realen Situation, keine ‚Aura‘ besäßen, im Gegensatz zu einer Theateraufführung. Trotzdem

sah er zu seiner Zeit den Film und die Fotografie als Symbol des Fortschritts an, da sie das originale Objekt in einem anderen Licht, aus anderen Perspektiven und anderen Inszenierungsmethoden zeigen. Es werden Details eingefangen, die dem menschlichen Auge ansonsten verborgen bleiben würden. (Benjamin, 1935, S. 21)

Gibt es eine digitale Aura?

An die vorangegangenen Überlegungen schließt sich die Frage an, ob es auch eine ‚digitale Aura‘ geben kann, also eine Echtheit und Originalität im digitalen oder virtuellen Raum. Allerdings gibt es keine genaue Definition eines digitalen Objektes im Kontext des digitalen Museums. Meehan (2020, S. 418) definiert allgemein "the digital museum object as a true and faithful digitised image of a physical museum object (in 2D and 3D) or a born digital object". Letzteren hat Benjamin per Definition eine ‚Aura‘ abgesprochen (Benjamin, 1935, S. 22f). Jedoch gab es zu seiner Zeit noch nicht die künstlerische Schöpfungskraft, die das Digitale heutzutage mit sich bringt.

Durch die technologisch vereinfachte Produktion und Vervielfältigung von Kopien, die im Ursprung (k)ein materielles Original aufweisen, bedarf es weiterer Technologien und Verfahren, um die Authentizität und den Wert der Echtheit digital zu sichern. Somit sollten „neue Technologien mit neuen Strukturen von Örtlichkeit und Ortlosigkeit einhergehen“ (Niewerth, 2022, S. 178). Heutzutage werden Dateien exakt benannt und in Ordnern organisiert und bekommen so eine Identität. Sie besitzen eine Örtlichkeit auf einer Festplatte, einer Website oder innerhalb eines Videospiele und sind mit Metadaten ausgestattet. Darüber hinaus können sie künstlich verknüpft werden und somit ihren Wert bewahren, der von Benutzenden anerkannt wird. Beispiele dafür wären Non-Fungible Token (NFT) – Kunstwerke, die in einer Blockchain kryptografisch eindeutig gesichert werden oder seltene Tokens in Online-Spielen. So könnte behauptet werden, dass Spielende ein auratisches Erlebnis haben können, und dafür sogar Geld ausgeben, wenn sie innerhalb des Spiels auf ein seltenes Spieltoken stoßen. (Niewerth, 2022, S. 179ff)

Neben der Blockchain-Technologie bei NFT's (Wang et al., 2021, S. 4ff) gibt es weitere technologische Verfahren, um die Echtheit und Authentizität eines digitalen Objektes und die Identität des Eigentümers zu wahren. Darunter zählt zum Beispiel das sogenannte ‚invisible digital watermarking‘, wobei eine Art unverwechselbare Markierung in multimediale Inhalte verflochten werden kann (Niewerth, 2022, S. 180f). Außerdem können Kunstwerke oder

Ausstellungen nur für einen limitierten Zeitraum oder eine begrenzte Anzahl an Personen zugänglich gemacht werden (Niewerth, 2022, S. 180f). Darüber hinaus lässt sich argumentieren, dass die Legitimität eines digital ausgestellten Kunstwerks, ob nun digital entstanden oder vom Materiellen kopiert, allein dadurch gesichert wird, auf welcher Webseite es zu finden ist. Ähnlich wie das physische Museum selbst hat auch dessen offizielle Webseite einen Authentifizierungscharakter. Wenn jemand über die offizielle Seite des Louvre auf eine virtuelle Ausstellung gelangt, wird der*diejenige diese als Original betrachten und sie nicht mit einer ähnlichen Ausstellung auf einer anderen Website verwechseln.

Die Gestaltungsmöglichkeiten digitaler oder virtueller Ausstellungen sind sehr vielfältig und bergen eine Menge an kreativem Potenzial.

„Sie reich[en] von Pfaden, denen Nutzerinnen und Nutzer durch Sammlungsdatenbanken unverbindlich folgen können („narrative model“) über netzwerkartig verknüpfte Seiten („mosaic model“) bis hin zu einer strikt linearen Abfolge von inhaltlich aufeinander aufbauenden Bildschirmseiten, die nur ein Minimum an Navigationsentscheidungen erfordern („mirror model“). Zudem unterscheiden sich digitale Ausstellungen darin, ob sie ihre Inhalte in Form klassischer zweidimensionaler Webseiten präsentieren, bei denen multimediale Materialien (Texte, Fotografien, Videos) flächig auf dem Bildschirm angeordnet sind, oder ob sie die Verhältnisse eines physischen Museums imitieren und die Besucherinnen und Besucher per Mausclick durch begehbare, dreidimensional wirkende virtuelle Räume leiten.“ (Schwan, 2022, S. 198)

Wichtig bei digitalen Ausstellungen ist es bei der Erstellung darauf zu achten, dass die Bedürfnisse der Zielgruppe befriedigt werden und eine hohe Benutzungsfreundlichkeit (Usability) gegeben ist. Ebenso sollte die gewählte Form zu den Ausstellungsinhalten passen und sie entsprechend attraktiv, interaktiv und informativ in Szene setzten. Dabei dürfen auch finanzielle und zeitliche Faktoren nicht außer Acht gelassen werden. (Schwan, 2022, S. 198ff)

Wenn die eigene kreative Leistung, ähnlich wie Benjamin den Film sah, das Kunstwerk in einer noch nie dagewesenen Art und Weise inszeniert, könnte dies als originales neues Kunstwerk interpretiert werden. Ein Ausstellungskunstwerk, das es vermag Besuchende in den Bann zu ziehen und sie dazu inspiriert mehr über die ausgestellten Werke aus dieser kunstvoll gestalteten digitalen Perspektive zu erfahren. Vielleicht haben digitale Ausstellungen eine ‚Aura‘ nicht im Sinne der Originalität oder Materialität der Exponate, sondern im Sinne der kreativen Darstellung und Erfahrungserweiterung oder der Wahrnehmung als neues Kunstwerk an sich. Insbesondere das sogenannte Scrollytelling¹ als Ausstellungsformat oder das zum Leben

¹ Beim Scrollytelling wird klassischerweise eine Geschichte auf einer One-Page-Website erzählt. Bei digitalen Ausstellungen kann so durch die multimedialen Ausstellungsinhalte gescrollt werden. Oftmals gibt es eine passende (typo)grafische Gestaltung und Animationen. Sehr gute Beispiele gibt es dazu unter: <https://goldenerwesten.com/virtuelle-ausstellung/#one>
<https://goldenerwesten.com/besten-scrollytelling-beispiele/>

erwecken von Kunstwerken im virtuellen Raum², erlauben eine einzigartige Optik, Ausstrahlung und Erfahrung.

Museen sollten sich angesichts des postdigitalen Zustands der Wichtigkeit digitaler Museumsubjekte bewusst werden. Denn so können die Erwartungen der Besuchenden, nämlich eine Verflechtung des digitalen und analogen, besser verstanden und anerkannt werden (Meehan, 2022, S. 418f). Dabei besteht entgegen allen Befürchtungen keine Gefahr dahingehend, dass die besondere Stellung des materiellen Originals durch digitale Ausstellungen oder Replikate beeinträchtigt wird. Die ‚Aura‘ des Originals im Hier und Jetzt bleibt erhalten. Dies wird durch erste Umfragen von Besuchenden von Online-Ausstellungen unterstützt, die zeigen, dass sie digitale Ausstellungen sehr unterhaltsam finden, aber diese das physische Museum nicht ersetzen können (Schwan, 2022, S. 200; Meehan, 2022, S. 420). Die Ströme von Besuchenden, die das Gemälde der Mona Lisa im Louvre besuchen wollen, haben sich beispielsweise keineswegs durch die Verfügbarkeit einer von zuhause aus zugänglichen Ausstellung in Virtual Reality (VR) verringert, sondern durch die Beschränkungen der Corona-Pandemie (CRT Paris Ile-de-France, 2021).

Die Aura der analogen Mona Lisa und ihrer virtuellen Kopie

Wer das weltberühmte Gemälde *Mona Lisa* (auch: ital. la Gioconda („die Heitere“)) von Leonardo da Vinci sehen möchte und nicht bereits in Paris lebt, muss womöglich eine kosten- und zeitintensive Reise zu dem Louvre auf sich nehmen. Diejenigen Personen, die diese Möglichkeit haben, kommen in den Genuss einer Reiseerfahrung, die über den Besuch des meistbesuchten Museums der Welt (Themed Entertainment Association, 2022) und der Mona Lisa hinausgeht. Es ist ein einmaliges Erlebnis, das mit dem Ort und der dortigen sozialen Interaktion verbunden ist. Nach dem Besuch kann von sich behauptet werden, die Mona Lisa ‚in echt‘ gesehen zu haben, obwohl die vermutlich abgebildete Dame schon lange Zeit tot ist. Um die ‚Aura‘ des Gemäldes nach Walter Benjamin spüren zu können, müssen Besuchende auch einige eher unangenehme Erfahrungen mitnehmen. Nach langem Anstehen könnte zunächst die Ernüchterung oder die Verwunderung eintreten, dass das Gemälde in Wirklichkeit wesentlich kleiner ist, als es Abbildungen und die Berühmtheit vermuten lassen. Ebenso stehen die

² Beispiele virtueller Ausstellungen in 3D-Räumen:
<https://www.museumnext.com/article/how-museums-are-using-virtual-reality/>
<https://digitalekunsthalle.zdf.de/index.html>
<https://naturalhistory.si.edu/visit/virtual-tour/current-exhibits>

Besuchenden dicht gedrängt in dem Raum vor der Mona Lisa und jede*r versucht einen guten Blick und vor allem ein gutes Handyfoto zu erhaschen (HTC VIVE, 2019, Min. 00:53). Die Zeit die Besuchende in der auratischen Präsenz der Mona Lisa haben ist begrenzt und abgelenkt von jenen technologischen Replikationen, die Benjamin kritisiert hat. Im Durchschnitt steht eine Person nur 30 Sekunden direkt vor der Mona Lisa (HTC VIVE, 2019, Min. 00:53). Die Aura von Mona wird in dem Raum, der sie bewahren soll, von limitierter Zeit und Sichtbarkeit und folglich von Stress und Bedrängnis überschattet. Ironischerweise birgt das Museum selbst eine Vielzahl verschiedengroßer Replikatoren von Mona die den täglich 30.000 Besuchenden lächelnd den Weg zu ihrem Original weisen (Louvre, 2020). Abgesehen von explizit Kunstinteressierten wissen die meisten Besuchenden womöglich gar nicht, warum das Gemälde, was eine unadelige Unbekannte abbildet, so berühmt ist. Aber am Ende des Tages haben sie ein Selfie mit dem berühmtesten Exponat des Louvre gemacht.

Dabei birgt das Gemälde so viele faszinierende Geheimnisse, die sich nicht auf die spezielle Malweise Leonardos und die Bildkomposition begrenzen lassen. So waren sich Expert*innen zum Beispiel lange Zeit bei der wahren Identität der abgebildeten Frau unsicher (Probst, 2008). Zudem bestehen Theorien darüber, dass es sich bei dem Gemälde im Louvre nur um eine Kopie handelt, weil da Vinci vermutlich zwei Mona Lisas³ gemalt hat (Rosenberger, 2013). Außerdem gibt es ein fast identisch aussehendes Gemälde⁴ von einem Lehrling Leonardos, das zur gleichen Zeit entstanden sein muss (Ziolkowski, 2012).

Somit haben alle Gemälde, die die Mona Lisa abbilden die ‚Aura‘ nach Benjamin in ihrer Materialität an ihrem jeweiligen Ausstellungsort inne. Die ‚Aura‘ des allgemein als Original anerkannten Bildes im Louvre kommt demnach nicht von dem Bild selbst, sondern von der Berühmtheit des Malers und vor allem der Geschichte, die zu dem Bild erzählt wird. Denn die anderen Mona's sowie andere Bilder Leonardos erfreuen sich nicht der gleichen Beliebtheit und Berühmtheit. Womöglich müssten sie dafür auch gestohlen (WDR, 2006) oder regelmäßig mit Gegenständen oder Lebensmitteln attackiert werden (ZDF, 2022).

Aufgrund der geschilderten Umstände in dem Raum, in der sich die Louvre Mona Lisa befindet, hat das Museum einen Weg gefunden, das Gemälde, seine Geschichte und die Intentionen

³ Hier sind die Louvre Mona Lisa und die Isleworth Mona Lisa gemeint, die dieselbe Frau in derselben Pose im jüngeren Alter abbildet (s. Anhang, S. 12, Abb. 1 & 2).

⁴ Die Prado Mona Lisa hängt im Prado-Museum in Spanien und ist ein helleres Ebenbild der Louvre Mona Lisa. Es konnte herausgefunden werden, dass bei beiden Gemälden an exakt den gleichen Stellen dieselben Korrekturen vorgenommen wurden (s. Anhang, S. 12, Abb. 3).

des Malers zugänglicher zu machen. Im Oktober 2019 präsentierte der Pariser Louvre das VR-Erlebnis ‚Mona Lisa: Beyond the Glass‘⁵, welches das Renaissance-Gemälde im Rahmen der Leonardo-da-Vinci-Ausstellung erkundet. Diese immersive Anwendung wurde in Zusammenarbeit mit HTC Vive Arts entwickelt und konnte über vier Monate lang direkt im Louvre gebucht und über ein VR-Headset im Museum erfahren werden. Mittlerweile ist das in fünf Sprachen verfügbare Erlebnis auch für zuhause im VR-App-Store VIVEPORT auf Android und iOS herunterladbar (VIVEPORT, 2022). Durch ein interaktives Design, Sound und animierte Bilder können die Nutzenden Details über das Gemälde, Mona Lisa selbst und die Mythen rund um das Bild erfahren. (Louvre, 2019)

Die VR-Anwendung bieten den Besuchenden die Möglichkeit in das Gemälde einzutauchen und sich mit Hilfe eines integrierten Audioguides intensiv mit dem Gemälde zu beschäftigen. Zudem ist der Mona Lisa -Teil der Ausstellung in den nachgebildeten Raum des Louvre eingebettet, sodass eine hoch immersive Erfahrung zustande kommen kann, wobei die virtuelle Umgebung als real empfunden wird. Der Gang hin zu dem Gemälde ist exakt nachgebaut und es können auch die anderen dort ausgestellten Bilder von Leonardo da Vinci erkundet werden (s. Anhang, S. 13, Abb. 5). Die anderen Teile des Louvre und die gesamte Reiseerfahrung mit sozialen Interaktionen und situativen Einflüssen, die mit einem realen Besuch verbunden sind, bleiben jedoch aus. (HTC VIVE, 2019, Min. 03:38)

Vorteilhaft an der VR-Anwendung ist, dass sich die Benutzenden an die gegebenen Informationen detailreicher und länger erinnern werden, als wenn sie ihnen nur von einem Audioguide berichtet worden wären. Denn die VR-Erfahrungserweiterung wird in den Köpfen der Rezipierenden stärkere emotionale Reaktionen hervorrufen und sie werden selbst zum aktiven Entdecker, was das Lernen erleichtert (Meehan, 2022, S. 423). Mona Lisa zum Leben zu erwecken und die Ausstellung dessen könnte auch als eigenständiges Kunstwerk betrachtet werden. Ebenso kommen Besuchende in der Anwendung dem Ort der Entstehung und dem Fantasie-Hintergrund der Mona Lisa näher, indem er virtuell durchflogen werden kann (s. Anhang, S. 14, Abb. 9 & 10). So wird allerdings nicht die ‚Aura‘ des tatsächlichen Entstehungsortes transportiert. Ein weiterer Vorteil der Anwendung ist, dass die Menschenmasse wegfällt und Besuchenden genügend Zeit bleibt, um das virtuelle Gemälde zu betrachten und sogar mit einer 3D-Animation der Person Mona Lisa zu interagieren (s. Anhang, S. 13f, Abb. 6-8). Manchen Menschen wird die heimische VR-Erfahrung der Mona Lisa ausreichen. Manch andere werden

⁵ Let's Play der VR-Anwendung zur Visualisierung: <https://www.youtube.com/watch?v=L0tOIEVoVsA>

dadurch inspiriert werden, sich das Original anschauen zu wollen, da sie erkannt haben, dass sich hinter dem scheinbar langweiligen Gemälde mehr verbirgt. (HTC VIVE, 2019, Min. 02:22) Obwohl Interessierte, um die Mona Lisa zu erleben, nicht mehr unbedingt zum Louvre reisen müssen, besteht trotzdem eine technologische Hürde zu der Teilhabe. Für das Erlebnis muss der Zugang zu dem entsprechenden VR-Equipment gegeben sein, was insbesondere im privaten Gebrauch mit hohen Kosten verbunden ist (HTC VIVE, 2022). Damit ist auch das Vorhaben, eine größere Zielgruppe zu erreichen, begrenzt. VR-Erfahrungen bringen außerdem weitere Einschränkungen wie beispielsweise Altersbegrenzungen (Sobel, 2019, S. 7), das Aufkommen von Übelkeit und Schwindel (Cybersickness) (LaViola, 2000) oder Navigationsschwierigkeiten mit sich. Eine Scrollytelling-Website oder ein am PC begehbare 3D-Raum sind deutlich niederschwelliger.

Die Haupteinschränkung der VR-Erfahrung besteht im Kern jedoch darin, dass das Gemälde der Mona Lisa im Louvre das Original bleibt. Das werden neue Theorien rund um das Bild oder die abgebildete Person nicht ändern. Im Gegenteil, sie werden ihr mystisches Lächeln, das einen Charme und eine Faszination versprüht, welche die Menschen trotz virtueller Erlebnisse in Massen nach Paris in den Louvre zieht, verstärken. Für viele Menschen wird nach der VR-Erfahrung trotz Auflösung des Panzerglases das Gefühl hängen bleiben, die ‚echte‘ Mona Lisa nicht gesehen zu haben. (Meehan, 2022, S. 428)

Fazit

Eine digitale Ausstellung kann sich genauso wenig dem Vergleich mit der physischen Ausstellung entziehen, wie ein Film dem seiner Buchvorlage. Oftmals wird letztere als besser erachtet, insbesondere dann, wenn es vor dem Sehen des Films gelesen wurde. Doch Buch und Film sind zwei verschiedene Medien, die anderen Erstellungs-, Rezeptions-, und Dramaturgie-Regeln sowie den entsprechenden Gewohnheiten unterliegen. Ebenso unterscheiden sich die digitalen und analogen Darstellungsweisen von Kunstwerken und Museumssammlungen. Die ‚Aura‘ eines digitalen Objekts kann nicht die gleiche sein wie die ‚Aura‘ eines physischen Objekts. Dafür fehlt die Materialität einer analogen Erfahrung und genau deswegen werden digitale Ausstellungen die analogen nicht ersetzen. Aber ist es nur die Anwesenheit des Objekts bei einem bestimmten Ereignis oder die physische Berührung der kunstschaffenden Person, die eine ‚Aura‘ erzeugt? Vielleicht ist die ‚Aura‘ eines digitalen oder digital abgebildeten Kunstwerks anders und nicht vollkommen abwesend. Vielleicht können virtuelle oder digitale

Ausstellungen, wie das VR-Erlebnis zur Mona Lisa, als bereichernde Ergänzung aufgefasst werden, die einerseits Lust auf das Original macht und andererseits einer sich in ihrem Rezeptionsverhalten verändernde Zielgruppe besser abholt. Wenn die ‚Aura‘ nach Benjamin nicht greifbar und definierbar ist, aber letztendlich einen Gefühlszustand bei einem Erlebnis beschreibt, so könnte insbesondere ein Immersionserleben innerhalb einer VR-Anwendung dem Erleben einer ‚digitalen Aura‘ nahe kommen.

Weiterhin bieten digitale Ausstellungen in spannenden Formaten wie kunstvoll gestalteten Scrollytelling-Seiten oder virtuelle Räume die Möglichkeit viel mehr Informationen über die Exponate zu lernen, als es in einem Museum der Fall ist, da sie den Besuchenden mehr Interaktion ermöglichen. Multimediale Inhalte und der geringere Kosten- und Zeitaufwand machen den digitalen Museumsbesuch attraktiv. Auch wenn die nächste Ablenkung des Internetbrowsers nur einen Klick entfernt ist, sollte Kunstinteressierten vor den Bildschirmen ihre Konzentrations- und Begeisterungsfähigkeit nicht abgesprochen werden. Wenn eine Ausstellung im zweidimensionalen oder dreidimensionalen digitalen Raum mit viel Liebe und Aufwand kreativ, multimedial und interaktiv gestaltet wurde, kann es dann ein eigenes originales Kunstwerk mit einer ganz eigenen kulturellen Identität und Ausstrahlung sein? Die herausfordernde Aufgabe für Museen wird es sein mit den heutigen technischen Möglichkeiten aus den Standardformaten digitaler Ausstellungen auszubrechen und ihren Exponaten in einer passenden Darstellungsweise eine ‚digitale Aura‘ einzuhauchen.

Literaturverzeichnis

- Amorim João Pedro & Luís Teixeira. (2020). Art in the Digital during and after Covid: Aura and Apparatus of Online Exhibitions. In: *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, 12(5), S. 1-8
- Benjamin, Walter. (1935). Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. In: Pias, Claus & Vogl, Joseph et al. (Hrsg.) (2000). *Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard*. DVA, 3. Aufl., S. 18-34
- LaViola, Joseph J. (2000). A discussion of cybersickness in virtual environments. In: *ACM SIGCHI Bulletin* 32(1), S. 47-56
- Meehan, Nicole. (2022). Digital Museum Objects and Memory: Postdigital Materiality, Aura and Value. In: *The Museum Journal*, 65(2), S. 417-434
- Niewerth, Dennis (2022). Die ‚Digitale Aura‘ und die Anmutung des Virtuellen. In: Carius, Hendrikje & Fackler, Guido. (2022). *Exponat – Raum – Interaktion. Perspektiven für das Kuratieren digitaler Ausstellungen*. V&R unipress, 1. Aufl., S. 173-182
- Probst, Veit. (2008). *Zur Entstehungsgeschichte der Mona Lisa: Leonardo da Vinci trifft Niccolò Machiavelli und Agostino Vespucci*
- Schwan, Stephan. (2022). Digitale Ausstellungen aus Besuchersicht. In: Carius, Hendrikje & Fackler, Guido. (2022). *Exponat – Raum – Interaktion. Perspektiven für das Kuratieren digitaler Ausstellungen*. V&R unipress, 1. Aufl., S. 193-202
- Sobel, Kiley. (2019). *Immersive Media and Child Development. Synthesis of a cross-sectoral meeting on virtual, augmented, and mixed reality and young children*.
- Wang, Qin & Li, Rujia & Wang, Qi & Chen, Shiping. (2021). *Non-Fungible Token (NFT): Overview, Evaluation, Opportunities and Challenges*.

Quellenverzeichnis

- CRT Paris Ile-de-France. (2021). Number of visitors to the Louvre in Paris from 2007 to 2020 (in millions). In: *Statista*. (05.08.2021). <https://www.statista.com/statistics/247419/yearly-visitors-to-the-louvre-in-paris/> (Stand: 30.10.2022)
- Hollein, Max. (2004). *Rettet die Aura! Eine Polemik gegen die Virtualisierung und Technisierung der Museen*. <https://www.tagesspiegel.de/kultur/rettet-die-aura/519600.html> (Stand: 29.10.2022)
- HTC VIVE. (2022). *VIVE Pro Full Kit | Das VR-Headset für professionelle Anwender*. (k. A.) <https://www.vive.com/de/product/vive-pro-full-kit/> (Stand: 30.10.2022)
- HTC VIVE. (2019). *Mona Lisa: Beyond the Glass at The Louvre | HTC VIVE ARTS*. (21.10.2019) <https://www.youtube.com/watch?v=AuUpzhzHwk> (Stand: 29.10.2022)
- Isleworth. (2022). *The Isleworth Mona Lisa*. (k. A.) https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/b/bb/The_Isleworth_Mona_Lisa.jpg (Stand: 30.10.2022)

- Louvre. (2022). *Focus Mona Lisa*. (k. A.). <https://focus.louvre.fr/en/mona-lisa> (Stand: 30.10.2022)
- Louvre. (2020). *9,6 millions de visiteurs au Louvre en 2019*. (03.01.2020) <https://presse.louvre.fr/96-millions-de-visiteurs-br-au-louvre-en-2019/> (Stand: 29.10.2022)
- Louvre. (2019). "*Mona Lisa Beyond the Glass*": the Louvre's first Virtual Reality experience. (23.10.2019). <https://www.louvre.fr/en/what-s-on/life-at-the-museum/mona-lisa-beyond-the-glass-the-louvre-s-first-virtual-reality-experience> (Stand: 29.10.2022)
- Museo del Prado. (2022). *The Mona Lisa*. (k. A.) <https://www.museodelprado.es/en/the-collection/art-work/the-mona-lisa/80c9b279-5c80-4d29-b72d-b19cdca6601c> (Stand: 30.01.2022)
- Rosenberger, Werner. (2013). *Wenn Mona Lisa zweimal lächelt. Kunst-Krimi. Untersuchungen und Recherchen belegen: Auch die Mona Lisa von 1503 ist echt*. (23.11.2013) <https://kurier.at/kultur/isleworth-mona-lisa-wenn-mona-lisa-zweimal-laechelt/37.051.039> (Stand: 21.02.2012)
- Themed Entertainment Association. (2022). *Kunstmuseen weltweit in den Jahren 2020 und 2021 nach Anzahl der Besucher* In: *Statista*. (20.10.2022) <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/217825/umfrage/besucherstaerkste-kunstmuseen-weltweit/> (Stand: 30.01.2022)
- VIVEPORT. (2022). *Mona Lisa Beyond the Glass*. <https://www.viveport.com/apps/18d91af1-9fa5-4ec2-959b-4f8161064796> (Stand: 30.01.2022)
- ZDF. (2022). *Attacke im Pariser Louvre : "Mona Lisa" mit Torte beworfen*. (30.05.2022) <https://www.zdf.de/nachrichten/panorama/paris-louvre-gemaelde-mona-lisa-torte-attacke-100.html> (Stand: 29.10.2022)
- WDR. (2006). *Vor 95 Jahren: Die Mona Lisa wird gestohlen*. (21.08.2006) https://www1.wdr.de/stichtag/stichtag1734~_mon-082006_tag-21082006.html (Stand: 29.10.2022)
- Ziolkowski, Gregor. (2012). *Mona Lisas „Zwillingschwester“*. (21.02.1012) <https://www.deutschlandfunkkultur.de/mona-lisas-zwillingschwester-100.html> (Stand: 21.02.2012)

Anhang

Die bekanntesten Gemälde der Mona Lisa:



Abb. 1: Die Louvre Mona Lisa
(Louvre, 2022)



Abb. 2: Die Isleworth Mona Lisa
(Isleworth, 2022)



Abb. 3: Die Prado Mona Lisa
(Museo del Prado, 2022)

Eindrücke aus der VR-Anwendung:



Abb. 4: Besuchende, die im Louvre die VR-Anwendung ‚Mona Lisa: Beyond the Glass‘ entdecken.
(HTC VIVE, 2019)



Abb. 5: VR-Nachbildung der Halle im Louvre, der zu dem Raum mit der *Mona Lisa* führt (HTC VIVE, 2019).



Abb. 6: VR-Nachbildung einer Nahansicht des Ausstellungsortes der *Mona Lisa* (HTC VIVE, 2019).



Abb. 7: VR-Erfahrung des Raums, indem die *Mona Lisa* ausgestellt ist (HTC VIVE, 2019).



Abb. 8: VR-Erfahrung einer 3D-Mona Lisa, die vor dem Gemälde sitzt (HTC VIVE, 2019).



Abb. 9: VR-Erfahrung des im Gemälde *Mona Lisa* abgebildeten Ortes in 3D (HTC VIVE, 2019).



Abb. 10: VR-Nachbildung des Hintergrundes im Gemälde *Mona Lisa* (HTC VIVE, 2019).

Die Situation bei einem Besuch der Mona Lisa im Louvre:



Abb. 11: Besuchende in dem Ausstellungsraum der *Mona Lisa* im Louvre (HTC VIVE, 2019).



Abb. 12: Besuchende nah an dem Gemälde *Mona Lisa* im Louvre (HTC VIVE, 2019).