

Thu, 10 January 2019

Section 1: Digital Strategies

10:00

Rethinking the Museum – New Hybrid

Yael Eylat Van-Essen (Holon Institute of Technology, Tel-Aviv University)

The new digital technologies have substantially altered the way things are experienced and perceived. They have changed the interaction between the individual and the world and the modes of communication within it, in which the museum has an important role.

The paper suggests to think of the museum through the concept of hybridity, which became central in New Media and Digital Culture theory. In light of the analysis of the theoretical and practical implications of this concept, the paper will propose to realise how the contemporary museum - as an institution whose mission is to stimulate public debate and serve as a constitutive cultural factor - produces the mechanisms for critical self-reflexive examination of the ways in which meanings are being created within it. It will relate to the hybridization of the museum's real and the virtual spaces, of the museum's archive and the collections, and of human and automated systems taking place in different aspects of the museum's activities.

Based on this analysis, I will demonstrate how seemingly contradictory concepts that characterize contemporary museology might be simultaneously integrated within it: the contradictions between the expanding experiential dimension of the museum, while preserving the status of the museum object as a source of information; the development of the mechanisms of democratization and public participation while maintaining the museum's authoritative status, and the preservation of cultural heritage while relating to the current and the updated. I will claim that through the hybridization of such contradicting concepts, the museums gains in current cultural and political relevancy.

Thu, 10 January 2019

Section 1: Digital Strategies

10:30

Digital Strategies and Access in the Art Museum

Ayse Hunt (University of Puget Sound, Tacoma)

What motivates an art museum's digital strategy? This study investigates why art museums utilize interpretive digital technologies in their exhibitions, with a focus on how digital strategies impact visitor engagement. To answer these questions, I visited seven art museums in the United States—in Washington, Oregon, and California. At each location, I collected observational and qualitative data through interviews with staff members including curators, interpretive media specialists, and museum educators. Additionally, I toured each site and reviewed related online content. A comparative analysis of the seven museums revealed a diverse number of approaches to digital strategy even amongst similar institutions, with a greater level of digital integration in special exhibitions. This trend is indicative of the economic realities that force museums to pick and choose where they integrate digital content, as the process of producing in-gallery technology is time-consuming, labor-intensive, and costly. The concentration of efforts in special exhibition galleries suggests a hierarchy of digital integration, privileging special exhibitions over the permanent collection within the physical space of the museum. Although most museums in the study have websites that allow virtual visitors to engage with the permanent collection, the striking lack of digital interpretive materials for permanent collections in the physical gallery spaces de-emphasizes the importance of these works to visitors who enter the museum without prior knowledge. This leads to notable differences of access to information where visitors with less knowledge of art history are disadvantaged, entrenching pre-existing social and educational divisions.

Thu, 10 January 2019

Section 1: Digital Strategies

11:20

Die digitale Sammlung des Rijksmuseums - Eine Fallstudie

Viola Rühse (Donau-Universität Krems)

Digitale Technologien können sehr förderlich für den interdisziplinären Austausch zwischen Kunst und Wissenschaft in Museen sein und sind heutzutage unerlässlich für deren Dokumentation und Präsentation. Die Online-Präsenzen von Museen wurden in den letzten Jahren stark erweitert und bieten insbesondere auch die Möglichkeit, neue Zielgruppen anzusprechen. Viele Museen haben digitale Strategien erarbeitet. Das Rijksmuseum entwickelte seine 2011 als Vorbereitung für die Onlinestellung einer neuen Webseite. Ein wichtiger Teil dieser neuen Webseite ist das sogenannte „Rijksstudio“ mit hochauflösenden, frei verfügbaren Bildern der Sammlung des Rijksmuseums.

In meinem Beitrag wird eine Fallstudie zur Kommerzialisierung großer Museen und ihrer Rolle für den Tourismus im Zusammenhang mit einer kritischen Analyse der Hauptaspekte von „Rijksstudio“ vorgestellt. Dabei werden u.a. die niederländische Kulturpolitik, der Kulturtourismus in Amsterdam, die lange Renovierung des Rijksmuseums von 2003-2013, Imagepolitik und die Generierung weiterer Einnahmen (z.B. mit Museumsshops) berücksichtigt. Es wird deutlich, dass eine angemessene öffentliche Finanzierung notwendig ist, damit Museen auch Bildungsziele erfüllen können.

Thu, 10 January 2019

Section 1: Digital Strategies

11:50

Digitale Strategie im Universalmuseum Joanneum

Anita Brunner-Irujo (Universalmuseum Joanneum Graz)

Die Digitalisierung hat rascher Einzug gehalten, als sich geregelte Strukturen und Prozesse entwickeln konnten. Ziel des Projektes „Digitale Strategie im Universalmuseum Joanneum“ soll es daher sein, klare Rollen, Verantwortlichkeiten und Standards sowohl für externe (Besucher/innen) als auch interne (Mitarbeiter/innen) Belange und Bedürfnisse im Digitalen zu definieren, wie es für andere Bereiche im Betrieb bereits erfolgt ist. Darüber hinaus werden unter anderem Aspekte wie die Digitalisierung der Sammlungen, der Umgang mit neuen Technologien, digitale Medien und Tools sowie Erfolgsmessung thematisiert. Nur so kann eine digitale Strategie eingeführt und können Maßnahmen entwickelt werden, welche es ermöglichen, dass digitale Projekte erfolgreich geplant und durchgeführt werden, um den Besucherinnen und Besuchern sowie den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von Nutzen zu sein und schlussendlich die Geschäftsziele zu unterstützen.

Thu, 10 January 2019

Section 1: Digital Strategies

12:20

Unbox the Museum

Caitlin E. Gura (Independent Researcher, Wien)

The phrase, “unbox the museum”, is more than a play upon Samsung’s advertising campaign, rather it serves to critique current digital practices within the Viennese museum landscape, most notably at the Kunsthistorisches Museum and the Österreichische Galerie Belvedere. While digitalization programs have the potential to revolutionize the relationship between museum experts and visitors in favor of a more democratic dialog, the digital practices at the aforementioned institutions continue to reinforce their “art-museumness” (I. Ang 2015), where traditional, authoritative roles are maintained. Furthermore, the digitized collections contribute to a proliferation of data silos and an oversaturation of information. In presenting the results of the author’s master thesis, “Österreichische Identität hinter der Vitrine”, the scope of this presentation expounds on the need for a sober re-evaluation of the state of the art of digital methodologies, which focuses on intertwining the best practices of face-to-face physical encounters and human-computer-interaction in order to foster the production of quality meaning-making for both experts and visitors within the physical and digital realms of the art museum. Essentially, visitor behavior mirrors that of the Internet user; their pathways to discovery and meaning-making are fragmented and run counter to proscribed channels of navigation. The ultimate challenge addressed in this presentation is harnessing this fragmentation to generate meaningful and innovative participation among various actors, which leads to a transformation of the art museum from rigid traditionalism to dynamic fluidity (F. Cameron 2015).

Thu, 10 January 2019

Section 2: Communication & Space

14:15

Hacking the Museum: Digital Culture, Content and Visitor Appropriation of Museum Collections

Oonagh Murphy (Goldsmith University of London)

Digital technologies provide visitors, students and academics with new ways to consume and respond to art and objects. Rather than simply looking, visitors and viewers are now using digital technology (often the smartphone in their pocket) to appropriate museum collections, to add meaning and to capture, share and discuss their museum experience via social media. This creates new challenges for museum professionals, as they try to maintain the integrity of their collection, whilst managing visitor-initiated appropriation of art and objects.

This paper reconceptualises 'hacking' theory from the technology sector and argues that this analysis of hacking can be transposed on to current issues within the art museum. Through museum-specific case studies this paper demonstrates how Bossler and Burruss' (2011) three-strand interpretation of hacker motivations can provide a helpful theoretical framework for visitor facing museum professionals operating within an increasingly digital, connected and social, web 2.0 world. In short, Bossler and Burrell argue that hacking can be 'white', 'gray' or 'black hat', depending on the motivation of the hacker.

Case studies focus on The Metropolitan Museum of Art, *3D Scanning and Printing Hackathon* in 2012, which is shown to be white hat (museum approved). The *All Hail Damien Hirst* app created by artist Tamiko Thiel in response to Damien Hirst at Tate Modern in 2012 and *Paint Job* by digital company Brilliant After Breakfast at Rijksmuseum in 2012 are gray hat in nature (not museum approved but not malicious in intent). *Liberate Tate* (2010 - 2016) is briefly considered as an example of a black hat hack (harmful in intent). In sum, this paper provides a theoretical analysis of hacking practices in the art museum as a means to support museum professionals to critically engage with visitor appropriation and digital interventions both online and in gallery spaces.

Thu, 10 January 2019

Section 2: Communication & Space

14:45

Revisiting Collections - Transformationen der Vermittlungsarbeit in Museen durch das Digitale

Yvonne Zindel (Universität der Künste Berlin)

Der Schwerpunkt meines 25-minütigen Vortrages liegt auf der Vermittlung von Kunst und Kultur mit neuen Techniken, etwa der Virtual oder Augmented Reality, sowie den gamifizierten Formen der Wissensvermittlung. Es soll anhand von ausgewählten Praxisbeispielen untersucht werden, wie eine gegenwärtige museale Praxis die in den Digitalisierungsstrategien der ausgewählten Museen formulierten Ziele umsetzt und welche Ansätze Künstler_innen zu ähnlichen Themen verfolgen. Entgegen des oft sehr lokalen Blickpunkts auf die Geschichte der Fächer „Kunstvermittlung“ und „Digital Humanities“ werden geopolitische Verflechtungen als Drehpunkte für die postkoloniale Reflexion unserer Vorstellungen von Vermittlungspraxis ernst genommen. Museen und Sammlungen beschreiben in ihren Digitalisierungsstrategien, was sie sich von einem Umgang mit neuen Techniken für ihre Archive und Magazine, sowie für die Ausstellung erhoffen: Digitalisate sollen die Originale zugänglicher, Social Media den Zugang demokratischer und die Häuser selbst transparenter machen. VR und AR sollen die Jugend begeistern. Doch welche Metadaten liegen der Annäherung an diese Wünsche zugrunde? Oder, anders gefragt: Jetzt haben die Museen diesen Haufen an digitalen Sammlungen, doch welche Möglichkeiten bieten ihnen nun neue Technologien, um mit den digitalen Sammlungen umzugehen - und wie verhalten sich die Häuser bei der Erstellung der Inhalte zu

Diskursen über Ermächtigung „Anderer“, zB. zu den postkolonialen Diskursen? Es gibt bislang nur wenige digitale Projekte, die sich darüber hinaus auf Teilhabe im Sinne eines partizipativen Museums (Simon, 2010) einlassen. Die Haltung vieler Museen, ihre Deutungshoheit nicht abzugeben, wird so nicht zuletzt im aktuellen Diskurs um das Humboldt Forum kritisiert. Mich interessieren daher die Fragestellungen: Wie kann, unter Einsatz der Techniken des Digitalen, „anderes“ Wissen sichtbar gemacht werden, wie können multiperspektivische Sichtweisen auf die Sammlungen, digitales Shared Heritage und konstruktives Peer Knowledge ermöglicht und einseitige Deutungshoheiten dekonstruiert werden?

Thu, 10 January 2019

Section 2: Communication & Space

15:15

Erweiterte Museumsräume: Virtual Reality als Ausstellungsexperiment

Olivia Harrer (MAK Wien)

Das Museumserlebnis ist im 21. Jahrhundert nicht mehr rein auf den physischen Ort beschränkt: Digitalisierung ist im Museum angekommen. Das BesucherInnen-Erlebnis beschränkt sich nicht mehr nur auf ein einziges Medium, sondern muss im Kontext eines holistischen Gesamterlebnisses verstanden werden. Besonders neue Technologien erlauben uns analoge Kommunikationslücken zu schließen und BesucherInnen das Erlebnis Museum aktiver wahrnehmen und partizipieren zu lassen. Zentral ist dabei die Frage zu stellen, wie und wann wir sie richtig einsetzen, um BesucherInnen Mittel in die Hand zu geben, wirklich teilzuhaben.

Für das MAK ist das Experimentieren mit neuen Technologien – wie Virtual Reality – eine Möglichkeit, auf eine neue Art und Weise Museumsräume für BesucherInnen zu gestalten und deren Erlebnishorizont zu erweitern. Mit dem Virtual-Reality-Experiment *Klimt's Magic Garden* (by Frederick Baker) wurde eine wunderbare Welt für BesucherInnen geschaffen, in ein Bild ein und wieder auszusteigen und von einer künstlerischen Inszenierung vollkommen vereinnahmt zu werden. Inspiriert von den in der MAK-Sammlung befindlichen Entwürfen Klimts zum Mosaikfries des Speisesaals des Brüsseler Palais Stoclet, kreierte der Künstler aus hochaufgelöstem digitalen Bildmaterial eine fantastische virtuelle Welt, in der sich BesucherInnen auf eine interaktive filmische Reise einlassen können. Vielschichtige Ebenen von Erzählungen, Verknüpfungen und Informationen werden kombiniert, wobei der Moment der Gegenwartserfahrung, die Aura von Kunst und Raum nicht verloren geht. Es ist eine künstlerische Auseinandersetzung mit einem Meisterwerk und mit neuester Technologie zugleich, die über Generationen hinweg, BesucherInnen anspricht und in Faszination versetzt.

Veränderung passiert nicht einfach: Museen sind es, die auf Entwicklungen reagieren müssen, die verändern und erneuern. Hier ist die richtige Mischung aus medialer Kompetenz und inhaltlicher Innovation ausschlaggebend, da Vorstellungskraft, Phantasie und Resonanz gefördert werden und genügend Platz haben sollten.

Thu, 10 January 2019

Section 2: Communication & Space

16:00

Sehen im Museum. Eine digitale Bestandsaufnahme von Blickbeziehungen

Luise Reitstätter, Hanna Brinkmann, Raphael Rosenberg (Universität Wien)

Ein Bild und sein/e Betrachter_in, so sieht das klassische Bild vom Sehen im Museum aus. Auch die Kampagne zur Schausammlung Neu des Belvedere zeigte Ausstellungsstücke, die sich durch visuelle Ähnlichkeiten mit ihren Betrachter_innen verbanden. Doch selbst ohne diese ästhetische Zuspitzung ist ersichtlich, dass Sehen soziale Beziehungen herstellt. So statisch wie es die Fotografien oder das Ideal der stillen Kontemplation nahelegen, verhält es sich mit der Kunstbetrachtung jedoch nicht. Dass das Sehen im Museum mit dem Gehen zusammenfällt, weiß die Museologie. Wie sehr aber sich bewegende Besucher_innen und deren Augenbewegungen die Kunstbetrachtung bestimmen, mag erst eine Erhebung mit mobilem Eye-Tracking zeigen, wie sie Anfang 2018 im Belvedere durchgeführt wurde.¹ Mit schweifenden Blicken sich im Ausstellungsraum orientieren, mit hin- und herwandernden Blicken Bildvergleiche anstellen, dem Hauptwerk eine Vielzahl an Blicken schenken oder es per Smartphone dokumentieren: Die digitale Besucher_innenforschung eröffnet mit mobilem Eye-Tracking eine profunde Blickanalyse wie sie analoge Beobachtungen nie erreichen können. Der Vortrag zielt so auf eine empirische Phänomenbestimmung, um dem Sehen im Museum digital auf die Spur zu kommen.

¹ „Belvedere Before“ ist eine Studie des Labors für empirische Bildwissenschaft am Institut für Kunstgeschichte der Universität Wien (Projektleitung: Prof. Raphael Rosenberg, Studienleitung: Hanna Brinkmann, Luise Reitstätter), die in Kooperation mit dem Wilhelm-Schickard Institut für Informatik an der Eberhard-Karls-Universität Tübingen, dem EVA Lab des Instituts für Psychologie der Universität Wien sowie der Österreichischen Galerie Belvedere im Jänner 2018 durchgeführt wurde. Neben mobilem Eye-Tracking kamen ein subjektives Mapping mit Interview und ein Fragebogen zum Einsatz. Die Nachfolgestudie „Belvedere After“ erfolgt im Jänner 2019.

Thu, 10 January 2019

Section 2: Communication & Space

16:30

Kunstvolle Apps von Kindern für Kinder – ein partizipatorisches Projekt zur Gestaltung digitaler Kunstvermittlung

Anja Gebauer (LMU München)

Museums-Apps – verstaubt, ungenutzt und kostspielig? Doch kreative und bisher unbekanntere Möglichkeiten für mobile Anwendungen ergeben sich, wenn die Benutzer selbst eine solche App konzipieren – in diesem Fall Kinder für Kinder! So wurden im partizipatorischen Projekt „Genial digital“ Kinder selbst die Designer einer kunstpädagogischen Museums-App. Die entstandenen Beispiele gehen weit über klassische Inhaltsangaben und Audioguides hinaus. Im Vortrag werden die innovativen Projektergebnisse sowie relevante Erkenntnisse vorgestellt.

Im Projekt konzipierten Kinder, begleitet und unterstützt von Studierenden des Instituts für Kunstpädagogik, exemplarische mobile Anwendungen. Dies geschah in der Auseinandersetzung mit der Sammlung Blauer Reiter im Lenbachhaus München.² Die Frage war dabei, wie die Kinder ihr selbstgewähltes Thema in einer mobilen Anwendung an andere Kinder vermitteln können. Die Kinder schafften dabei den Perspektivwechsel und stellten Überlegungen aus Sicht der Kunstvermittler und App-Designer an. In ihren Apps integrierten die Kinder Mal- und Zeichentools, spannende Frageformate, Bewertungs- und Kommentarfunktionen sowie vieles mehr. So bieten beispielsweise „Die Geheimnissucher“ interaktive Bilderrätsel an und „Die Farbensucher“ zeigen ihre eigenen Interpretationen in spielerischen Farbspielen. Es entstanden fünf modellhafte mobile Anwendungen, welche in solch kreativer Form bisher noch nicht in der Kulturlandschaft zu finden sind. Insgesamt lassen sich spannende Ansätze nachzeichnen, welche das kindliche Bedürfnis nach einem offenen, spielerischen und kreativen Umgang mit den Kunstwerken zeigen. Daraus ergeben sich aus kunst- und museumspädagogischer Sicht relevante Erkenntnisse für die Konzipierung von digitalen Formaten. Basierend auf den Ergebnissen wird eine Tablet-Anwendung für die Sammlung Blauer Reiter für Kinder bis Ende des Jahres 2018 entwickelt und erforscht.

² Das Projekt „Genial digital? Entwicklung und Erprobung digitaler Vermittlungsmethoden im Kunstmuseum“ fand im Rahmen einer Lehrveranstaltung am Institut für Kunstpädagogik der Ludwig-Maximilians-Universität München statt. Das Seminar wurde im Wintersemester 2017/18 durchgeführt und von Anja Gebauer geleitet. Die städtische Galerie im Lenbachhaus und Kunstbau München sowie die Montessorischule im Olympiapark fungierten dabei als Kooperationspartner. Das Projekt wurde durch Kooperationsprojekte München und SIN – Studio im Netz gefördert.

Thu, 10 January 2019

Keynote Lecture

18:00

Kunst als Erfahrung. Über den historischen Ort des "digitalen Museums"

Hubertus Kohle (LMU München)

Kurzbiographie:

1978 - 1986: Studium der Kunstgeschichte, Philosophie, Romanistik, Geschichte und Urbanistik an den Universitäten Bonn, Florenz und Paris; 1986: Promotion zu Denis Diderots Kunstbegriff; 1984 - 1987: Journalistische Tätigkeit bei der italienischen Tageszeitung "LaRepubblica"; 1987 - 1992 und 1993 - 1997: Wissenschaftlicher Mitarbeiter bzw. Hochschulassistent an der Ruhr-Universität Bochum; 1992/93: J.P. Getty-Postgraduate-Stipendium, 1996: Habilitationsschrift zu Adolf Menzels Friedrichbildern; 1997 - 2000: Hochschuldozent am Kunsthistorischen Institut der Universität Köln, seit 2000: Professor am Institut für Kunstgeschichte der Universität München, 2008: Gastprofessur an der Ecole Normale Supérieure, Paris; 2015: Getty Research Fellow

Fr, 11 January 2019

Section 3: Communication & Public

9:30

Social Media in the Museum: Strategies, Engagement, and New Narratives

Chiara Zuanni (Karl-Franzens-Universität Graz)

This paper focuses on the impact of social media communication on museums and their audiences. Drawing on a range of case studies, it will discuss the possibilities and risks of different approaches to social media for museums as institutions and for their curators. At the same time, it aims to emphasise how visitors' social media comments and online interactions uncover public attitudes to, and expectations of, museums.

The case studies, from the UK, Italy, and Austria, will draw on social media data mining, and quantitative and qualitative methods to analyse marketing campaigns, engagement strategies with specific communities and groups, and global initiatives within the museum sector (such as Museum Week or #askacurator), as well as the public reception of selected museum news and events which captured the attention of social media users. At the same time, the paper will argue that social media posts from museum audiences, during the visit or in reaction to an event, offer both an insight into public perception of museums and can add new layers to museum object biographies.

To conclude, the paper will explore new configurations for notions of museum participation and expertise in the social media sphere and it will briefly touch upon the ethical and methodological challenges in researching visitors' experiences with social media analysis.

Fr, 11 January 2019

Section 3: Communication & Public

10:00

Kunst im digitalen Zeitalter: Das Original als Korrektiv

Sven Nommensen (Herzog Anton Ulrich-Museum Braunschweig)

Die Notwendigkeit der digitalen Technologie im Ausstellungs- und Museumswesen ist unbestritten: Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit profitiert von großen Reichweiten und hoher Aktualität; mit Hilfe medialer Unterhaltung und digitalen Partizipationsmöglichkeiten werden verschiedene Sinne angesprochen und damit diversifizierbare Zielgruppen erreicht. Digitale Erweiterungen leisten einen wichtigen Beitrag, dem Vermittlungs-, Bildungs- sowie Forschungsauftrag gerecht zu werden. Trotz aller digitalen und technischen Entwicklungen: Das Alleinstellungsmerkmal des Museums bleibt und ist das originale Werk. Beweis für die Zugkraft des Originals sind die jährlich 120 Mio. Museumsbesucher und der eindrucksvolle Zulauf bei sog. Blockbuster-Ausstellungen.

Diesem Beitrag liegt die These zugrunde, dass das auratische Original im Ausstellungs- und/oder Museumskontext unhintergebar ist. Die rote Linie für die Digitalisierung ist vor dem Ausstellungs-Objekt zu ziehen. Die Begegnung mit dem Original, verortet in einer räumlich und zeitlich begrenzten Situation, bietet eine „analoge“ Wirklichkeitserfahrung – ein selten gewordenes Privileg in Zeiten rasant zunehmender (digitaler) Schnelligkeit. Die digitale Strategie ist also auf das Objekt auszurichten. Mediale Unterhaltung und digitale Vermittlung sollen nicht anstelle von Kontemplation und kultureller Bildung treten, sondern diese unterstützen und forcieren. Der Besucher sollte mit Hilfe von niederschweligen und intuitiv bedienbaren digitalen/multimedialen Tools in die Lage versetzt werden, die Auswahl der Objekte, Umfang und Tiefe der Informationen sowie den zeitlichen und räumlichen Rahmen individuell zu bestimmen.

Basierend auf Forschungsergebnissen zum multimedialen Lernen hat das Herzog Anton Ulrich-Museum, Braunschweig in Zusammenarbeit mit dem Leibniz-Institut für Wissensmedien, Tübingen mit „Eyevisit“ (Multi-Touch-Tisch und iPad) ein Vermittlungstool entwickelt, das o.g. Kriterien erfüllt. Dieses gilt es, in den oben skizzierten Kontext zu stellen.

Fr, 11 January 2019

Section 3: Communication & Public

10:30

Dis-Playing Art: Aneignungsräume im postdigitalen Ausstellen

Benjamin Egger, Magdalena Kovarik, Judith Ackermann (Fachhochschule Potsdam)

Postdigitale Kunstpraktiken, die digitale Informationstechnologien formal-ästhetisch oder inhaltlich zum Ausgangspunkt nehmen, bergen besonderes Potential, Prozesse der Digitalisierung zu medialisieren. Ihre Anwendung in kuratorischen Entscheidungsprozessen im Kontext der Ausstellungsarbeit ist jedoch bisher kaum erforscht, ihre Nutzbarmachung in der (künstlerischen) Vermittlung nur unzureichend berücksichtigt. Der Vortrag stellt die Ergebnisse einer qualitativen Befragungsstudie mit Künstler*innen und Kurator*innen, die Fragestellungen des Digitalen aufgreifen oder digitale Technologien einsetzen, vor. Diese entwerfen ein detailliertes Bild der kuratorischen Praxis und zeigen das ästhetische Potential digitaler Technologien für Display und Vermittlung auf; zugleich geben sie Einblick in bestehende Digitalstrategien in der Ausstellungsarbeit. Die Analyse der Künstler*innen-Biographien zeichnet die individuelle Zugriffsentwicklung auf digitale Anwendungen nach und liefert Möglichkeiten der gestalterischen Selbstaneignung von und durch digitale Technologien. Die Ergebnisse der Interviewstudie formieren einen präzisen Einblick in die Herausforderungen (post-)digitaler Kunstproduktion und -präsentation. Sie stellen zudem relevante Leerstellen in der zeitgenössischen Vermittlungsarbeit heraus. Diese umfassen Kriterien für eine ästhetisch-didaktische Einbindung der Technologie-Hardware in den Ausstellungsraum, die Bedeutung sozialer Interaktion in virtuellen Räumen sowie einen Mangel an empathischen Feedbackschleifen in digitalen Vermittlungstools. Auf Basis der Analyse wird ein Ausblick auf digital-partizipative Explorationsmöglichkeiten im Ausstellungsraum gegeben. Eingebettet ist der geplante Vortrag in das über vier Jahre vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderte Forschungsprojekt Postdigitale Kunstpraktiken in der Kulturellen Bildung, angesiedelt an der Fachhochschule Potsdam. Ziel des Vorhabens ist die Erforschung postdigitaler Kunstszenen sowie die Entwicklung künstlerisch-ästhetischer Vermittlungskonzepte in Rückkopplung an die durchgeführten Forschungspraktiken.

Fr, 11 January 2019

Section 4: Visualisations

11:20

Multi-perspektivisch, generös, interaktiv. Zu neuen Techniken der Repräsentation von alten Meistern

Eva Mayr; Florian Windhager (Donau-Universität Krems)

Die Digitalisierung von musealen Objekten eröffnet neue Möglichkeiten der Auseinandersetzung mit kulturellen Sammlungen. Digitale Sammlungen erzeugen aber auch neue Herausforderungen für die Abfrage, Analyse und Exploration – im Speziellen mit Blick auf such-orientierte Datenbanken und für Besucher ohne fachspezifische Kenntnisse. In den letzten Jahren wurde daher der Ruf laut nach generöseren Interfaces (Whitelaw, 2015), die neben der gezielten Suche auch zum offenen und kontemplativen „Flanieren“ durch digitale Sammlungen einladen (Dörk et al., 2011).

Techniken der Informationsvisualisierungen haben im letzten Jahrzehnt demonstriert wie solch ein generöser Zugang zu musealen Datenbanken geschaffen werden kann (Windhager et al., 2018). Durch interaktive Repräsentationen können multiple kuratorische Prinzipien der „Hängung“ und Anordnung von musealen Objekten angeboten werden – von kartographischen zu kategorialen, relationalen, und chronologischen Arrangements. Diese Anordnungen können neue konzeptuelle Dimensionen von kulturellen Sammlungen erschließen – und den BenutzerInnen beim Aufbau von überblicksartigen Repräsentationen helfen („distant reading“). Diese Makroperspektiven ermöglichen in der Folge wieder eine tiefere Verarbeitung einzelner Objekte („close reading“).

Mit dem Projekt POLYCUBE (<http://www.donau-uni.ac.at/de/polycube>) entwickeln wir multi-perspektivische Überblicks-Visualisierungen und fokussieren auf die Integration mehrerer Datendimensionen. Das prototypische System ist offen für die Visualisierung beliebiger kultureller Sammlungen und wurde in mehreren Fallstudien überprüft.

Obwohl Informationsvisualisierungen nicht mit sorgfältig kuratierten Ausstellungen im realen Raum konkurrieren können, eröffnen sie BesucherInnen zusätzliche Einsichten in die Strukturen, Relationen und Charakteristika großer Sammlungen. Durch perspektivische Pluralität und konstitutive Interaktion wird auch eine kritische Hinterfragung und ein spielerischer Umgang mit kuratorischen Prinzipien gefördert, sowie eine Temporalisierung und Demokratisierung von autoritativen Arrangements.³

³ Referenzen:

Dörk, M., Carpendale, S., & Williamson, C. (2011, May). The information flaneur: A fresh look at information seeking. In Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems (pp. 1215-1224). ACM.

Whitelaw, M. (2015). Generous Interfaces for Digital Cultural Collections. DHQ: Digital Humanities Quarterly, 9(1).

Windhager, F., Federico, P., Schreder, G., Glinka, K., Dörk, M., Miksch, S., & Mayr, E. (2018). Visualization of Cultural Heritage Collection Data: State of the Art and Future Challenges. IEEE Transactions on Visualization and Computer Graphics. DOI: 10.1109/TVCG.2018.2830759

Fr, 11 January 2019

Section 4: Visualisations

11:50

Digital Mediation of Art – the Evolution of Data-based Mediation Practices

Florian Wiencek (Fluxguide Wien)

What are data-based practices of “digital mediation of art and culture”? In how far are they digital? And do these practices reflect or even solve the challenges cultural institutions are facing in the contemporary media ecology of the 21st century? These were some of the questions tackled in my PhD-research, and will be the core questions to be answered in this paper.

The paper will take the plenum on a journey into data-based mediation practices. The point of departure is the database as central object of inquiry, which will be introduced as nexus for digital mediation. It is conceived of as a cultural form (Manovich, 2001). The task of a digital repository goes far beyond providing accessibility and enabling the findability of data. Rather databases are a framework for storytelling and for co-creative knowledge generation on the basis of the housed data; a basis for diverse possible experiences through re-contextualization and reuse of the data within or outside the gallery, depending on the visitor interaction. Software and technology will be introduced as agent in their own right in the mediation process, for which notion of critical mediation of art (Mörsch, 2011) is central.

Mediation is also understood as designing the “in-between”, the interface between visitor and cultural objects. Using the analytic lens of Software Studies (Manovich, 2001, 2013) the paper will introduce research results that show, how the database and especially its interfaces have evolved into a digital display for art and culture in their own right: from remediating analogue forms of mediation into the digital realm to the creation of disruptive new experiences based on cultural data.⁴

⁴ References:

Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. Cambridge, Mass. [u.a.]: MIT Press.

Manovich, L. (2013). *Software Takes Command*. New York, London, New Dehli, Sydney: Bloomsbury.

Mörsch, C. (2011). Allianzen zum Verlernen von Privilegien: Plädoyer für eine Zusammenarbeit zwischen kritischer Kunstvermittlung und Kunstinstitutionen der Kritik. In N. Lüth & S. Himmelsbach (Eds.), *medien kunst vermitteln* (pp. 19–31). Berlin: Revolver Publishing.

Fr, 11 January 2019

Section 4: Visualisations

12:20

Virtuelle Semiose. Ein Phänomen der Bildsuchmaschine

Miroslav Halák (Belvedere Wien)

Unter *virtuellen Semiose*, die als Begriff zum ersten Mal von Max Bense verwendet wurde (M. Bense: *Semiotische Prozesse und Systeme*, 1975), ist eine Summe von Prozessen zu verstehen, die zu Visualisierungen führen, die im konkreten Parameter den Anforderungen des jeweiligen Browserprogramms entsprechen. Bildsemiotik ermöglicht, dank methodisch ausgeprägtem Instrumentarium, die Entstehungsprozesse und die Temporär-ergebnisse des dynamisch entwickelnden und interaktiv agierenden Bildes im Netz zu beschreiben und theoretisch zu erfassen. Von der Ikonizität und deren Analogieprinzipien der Algorithmen in den Internetprogrammen, bis zur Superzeichenbildung an der Bildschirmoberfläche beim Suchergebnis des gewünschten Bildes, ist jeder User der digitalen online Medien stets mit einer typologisch neuen Art von Semiose konfrontiert. Ein unbegrenztes Modell des Zeichenkodierens, mit der Voraussetzung einer kontinuierlichen Aktualisierung, bringt aber Probleme mit sich, an welche die digitale Bildwissenschaft hinweisen muss. Das was wir als Nutzer als Ergebnis einer Bildsuche in einer Suchmaschine im Internet akzeptieren ist nie auf eine solitäre bzw. isolierte Datei beschränkt, sondern wird in der Regel in einer Bildmenge präsentiert. Auch wenn wir uns scheinbar nur auf ein beabsichtigtes, konkretes Ziel konzentrieren, bietet diese Menge Alternativen an, die zwar für unser Bedarf im ersten Moment als irrelevant erscheinen, im späteren Interpretationsverfahren aber die Kontextualisierung des Bildes wesentlich beeinflussen. Zusätzlich werden anhand von personalisierter Datenbearbeitung Inhalte individuell den eigenen Präferenzen untergestellt, die sich auf die Vorgeschichte eines jeden Suchaktes orientieren. Institutionen, die ihre Inhalte in offener Internetplattform kommunizieren wollen, bleiben von den akuten Gefahren der Bildmanipulation und Devaluation des Aussagewertes einer Darstellung auch nicht verschont. Modell der *virtuellen Semiose* veranschaulicht diesbezüglich, welche Risiken bei welchen Funktionen und Visualisierungsstrategien entstehen und warum.

Fr, 11 January 2019

Section 5: Digital Collections

14:15

Einflüsse und Vorläufer Digitaler Sammlungen am Beispiel des Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg

Sarah Kreiseler (Leuphana Universität Lüneburg)

Die Welle der Digitalisierung von Sammlungen und deren Zugänglichkeit in Digitalen Sammlungen / Online Sammlungen verändert die Grenze des Sichtbaren von Museen. Bei Digitalen Sammlungen wird das Ziel verfolgt, die Gesamtheit einer Sammlung online zu veröffentlichen und nicht nur, wie in physischen Ausstellungen, eine Auswahl zu zeigen. Digitale Sammlungen haben keine direkten Vorläufer, doch sie beruhen auf intern genutzten Datenbanken, welche sich an analogen Ordnungssystemen orientieren. Die Einführung von Fotografien als visuelles Dokumentationsmedium prägt ebenso das Erscheinungsbild heutiger Museumsdatenbanken wie textbasierte Ordnungssysteme. Diese These wird geprüft anhand des Bestands an Reproduktionsfotografien und der Einführung des Mediums am Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg durch Wilhelm Weimar. Er dokumentierte die Sammlung mit Hilfe von Zeichnungen und ab 1897 bis 1915 durch Fotografien, die gänzlich als Glasplattennegative erhalten sind.

Seitdem eine massenweise und kostengünstige Möglichkeit bestand Objekte abzubilden, stellen die Abbilder den ersten visuellen Zugang zu Objekten für Museumsmitarbeitende dar. Die Abbildungen wurden zu Stellvertretern für die Objekte selbst. Zugleich wurden Sammlungen beweglich. Die Flexibilität in der Anordnung unterstützte ein wissenschaftliches Arbeiten. Die Ordnung von Objekten zu spezifischen Gruppen gehört spätestens seit dem 18. Jahrhundert zu einer Technik der Wissensgenerierung, die eine leichte Vergleichbarkeit unterschiedlichster Objekte zulässt.

Der Rückblick auf museale Ordnungssysteme und die Einführung von Fotografien in Museen Ende des 19. Jahrhunderts bringt eine Frage zum Vorschein: Für wen sind Digitale Sammlungen konzipiert, beruhen sie doch auf älteren, wissenschaftlich geprägten und meist museumsintern genutzten Zugängen? Welche Visualisierungen können die Fülle einer Sammlung für interessierte Laien und Expertinnen sichtbar werden lassen?

Fr, 11 January 2019

Section 5: Digital Collections

14:45

Kritische Potentiale des Vernetzten Bildes fürs Museum. Fallbeispiel Archiv des „Fälscherbundes“

Lukas Fuchsgruber (TU Berlin)

Verstärkt ergänzen offene Zugänge zu digitalen Bildarchiven die kontrollierte Bildkonstellation des Ausstellens. Insbesondere Archivbilder aus der Museumsarbeit sind hier ein Sonderfall mit kritischem Potential. Das Museum als Institution exponiert sich mit der Zurverfügungstellung von umfangreichen vormals intern verwendeten Bildbeständen für eine institutionelle Kritik. Über diesen erst beginnenden Prozess zu sprechen ist wichtig, er hat enormes Potential, an einem produktiven Infragestellen der Museen mitzuwirken, also zur aktuellen Debatte über die Zukunft des Museums selbst beitragen.

Mittels digital gestützter Forschung und Vermittlung ist eine neue Auseinandersetzung mit den Lücken im Museum möglich, mit den aus unterschiedlichsten Gründen abgelehnten, aussortierten, umgewerteten, umgestalteten Sammlungsgegenständen. Als ein Beispiel dient im Vortrag die digitalisierten internen Dokumente des „Verbandes der Museums-Beamten zur Abwehr von Fälschungen und unlauterem Geschäftsgebahren“ (von Zeitgenossen „Fälscherbund“ genannt) in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts.

An dem Bildarchiv, das dieser Verband pflegte, wird das Ringen der Museen um Autorität angesichts des von Manipulation geprägten Kunst- und Antiquitätenmarktes deutlich. Die Bilder die die Museumsleute für diesen Zweck als internes Archiv sammelten und untereinander zirkulierten sind aber auch mehr als das, sie lassen sich als Dokumente der Ökonomie (Abwerten, Aufwerten), der Technologie (Untersuchen, Bearbeiten), des Wissens (Verknüpfung zu Archiven, Quellen, Registern) und der Machtstrukturen (Institution, Netzwerke) in der Museumswelt interpretieren. Um solche Zugänge zu ermöglichen, sind technologische Voraussetzungen zu schaffen, die das Bild im Kontext digital erfassen und vermitteln, sowie vielfältige Analyse zulassen. Für das genannte Bildarchiv wurde ein Prototyp eines solchen Zugangs erstellt, dessen Vorstellung im Vortrag die theoretischen Aspekte ergänzt.

Fr, 11 January 2019

Section 5: Digital Collections

15:15

Homogenization, Pixels and Law: Copyright and the Future Museum

Kassandra Karabaich (Independent Researcher, Los Angeles)

The relationship between the physicality and goals of museums and consumption spaces are well discussed (Klonk, 2009 and Friedberg, 1993). However, the effects of internet-induced phenomena on museological spaces, specifically how image circulation homogenizes taste and how Information Age values affect reception of digitally-displayed reproductions still lack research. It is this critical connection between homogenized taste and the shift away from the original that highlights the under-examined importance of copyright within the arts that this paper will illustrate and qualify. The new Broad museum in Los Angeles is an equally underexamined institution that will serve as a quintessential example of internet-induced homogenized taste. The Broad could be considered the first physical “online” museum as the experience of attending is similar to online browsing due to its odd wayfinding, photogenic collection resembling consumer products and design trends and its use of larger social directives (its Fordist ticketing model, overwhelming social media presence). Crucially, sample data taken from its geotag images reveal repetition of certain collection pieces that echo online social logic. Meanwhile, comparative museums are not shying away from instituting digitally displayed artwork when unable to secure originals (Saatchi, Jewish Museum NY, others). By examining curation in response to digitality alongside the current boundaries, loopholes and function of copyright and the arts, this discussion will serve as a necessary asterisk to larger questions regarding the object’s shift to spectacle status and the evolution of the museum’s mission, capacities and responsibility in the digital age.

Fr, 11 January 2019

Section 5: Digital Collections

15:45

MoRE MUSEUM: The Digital Museum for Unrealized Artworks

Pamela Bianchi (Université Paris VIII)

MoRE (Museum of Refused and Unrealized Arts Projects) is a digital museum that collects, preserves and exhibits, online, refused and unrealised art projects of the 20 and 21st centuries. Born in 2012, from the collaboration of two Italian researchers, E. Modena and M. Scotti, MoRE was recently awarded the Italian prize for independent art spaces and was “exhibited” at the MAXXI in Rome.

In the wake of the virtualization process (Levy, 1995), that has led to the advent of virtual works and exhibitions, such as The Gallery of Lost Art (Tate Gallery, London, 2012), MoRE is not the digital platform of a real museum: on the contrary, it is a virtual institution which has appropriated the digital language to make it a heuristic device. The museum/website is made up of: an archive of projects available in digital format; a virtual space dedicated to temporary exhibitions; a section hosting critical interventions and in-depth examinations.

By insisting on the hybridisation of the ‘museification’ process, generated by the virtual nature of this museum, the paper aims at a critical rereading of some key concepts: archives, projects, collection, in a contemporary perspective. From the ontological change experienced by the idea of project (which loses its nature of preparatory work to acquire the status of full-fledged artwork), we will go on to question the virtual modalities of spectatorship apprehension and experience, until the point of probing the very condition of this museum, exhibited as a work, inside another museum.⁵

⁵ References:

Agamben, G. (2005). *Profanazioni*, Rome: Nottetempo.

Antinucci, F. (2007). *Musei virtuali*, Bari-Rome: Laterza.

Desvallées, A. (1992). (eds.) *Vagues. Une anthologie de la nouvelle muséologie*, Savigny-le-Temple: Éditions W-MNES.

Ferriani, B., Pugliese, M. (2009). *Monumenti effimeri. Storia e conservazione delle installazioni*. Milan: Electa.

Levy, P. (1995). *Qu'est-ce que le virtuel*. Paris: La Découverte.

Modena, E. (2014). “MoRE Museum. Ceci n’est pas un musée”. *Ricerche di S/Confine*, 3.

Putnam, J. (200). *Art and artifact. The museum as medium*. London: Thames & Hudson.

Welchman, J.C. (2008). (Eds.) *Institutional Critique and After*. Zurich: JRP|Ringier.

MoRE: <http://www.moremuseum.org/omeka/>

Exhibition at the MAXXI: <http://www.maxxi.art/en/events/the-independent-more-museum-of-refused-and-unrealised-art-projects/>

Fr, 11 January 2019

Panel discussion

17:00

Anne Helmreich is Associate Director for Digital Initiatives at the Getty Research Institute. Beside various academic positions she was also Senior Program Officer at the Getty Foundation and in charge of its Online Scholarly Catalogue Initiative (OSCI). Her current research focuses on the history of the art market and the productive intersection of the digital humanities and art history. She co-authored with Pamela Fletcher, "Local/Global: Mapping Nineteenth-Century London's Art Market," the first article in *Nineteenth-Century Art Worldwide's* Digital Humanities and Art History series, funded by the Andrew Mellon Foundation, and which won the ARIAH 2015 prize for best online essay.

Peter Kerber is the curator at Dulwich Picture Gallery, London. In his previous role as a paintings curator at the J. Paul Getty Museum, Los Angeles, his responsibilities included the curatorial direction of numerous digital collection information and access initiatives, among them a pilot project on visual search for paintings in collaboration with Google's computer vision research group.

Saskia Scheltjens is Head of Research Services at the Rijksmuseum, developing new tools and services for researchers on top of a rich open data collection. She is one of the founders of the Art Libraries Society of Flanders/Belgium and both publishes and lectures on the matter of art librarianship, library history and open (library) data in Belgium and abroad. Saskia is involved in international digital humanities research projects and the support of digital scholarship as well.

The discussion is moderated by Christian Huemer (Belvedere)