

Anja Wohlfromm

Museum als Medium - Neue Medien in Museen

Überlegungen zu Strategien kultureller Repräsentation
und ihre Beeinflussung durch digitale Medien

Herbert von Halem Verlag

Inhalt

	Vorwort		7
	Einleitung		8
	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">Universitäts- und Landesbibliothek Darmstadt</div>		
A.	DAS MUSEUM ALS MEDIUM		11
1.	Begriff und Geschichte		11
2.	Das Phänomen Musealisierung und die Evolution des Museums		15
3.	Museum und Repräsentation		20
3.1.	<i>Faktoren der Repräsentation</i>		21
3.1.1.	<i>Das Objekt</i>		21
3.1.2.	<i>Kontextualisierung</i>		28
3.1.3.	<i>Kommunikative Strategien</i>		32
3.1.4.	<i>Der Rezipient</i>		35
3.2.	<i>Die Konstruktion von Bedeutung</i>		40
4.	Museum, Mall, Disneyland: Museen heute		41
4.1.	<i>Konkurrenz durch andere Institutionen oder Veranstaltungen</i>		44
4.2.	<i>Publikumswirksame Ausweitung inhaltlicher Bezüge</i>		46
4.3.	<i>Ausweitung des Museums zum kommunikativen Ort mit Freizeitqualitäten</i>		48
4.4.	<i>Konkurrenz mit anderen Medienformen</i>		49
5.	Zusammenfassung: Das Museum als Medium		51
B.	NEUE MEDIEN - HYPERMEDIEN		53
1.	Neue Medien und das Museum		53
2.	Hypermedien		55
2.1.	<i>Der Traum vom Universalmedium</i>		58
2.1.1	<i>Die Maschine, die alles kann</i>		59
2.1.2	<i>Die Maschine, die alles weiß und speichert</i>		62
2.1.3	<i>Die Maschine, die Komplexität reduziert</i>		63
2.2	<i>Das wirkliche Bild</i>		66
2.3	<i>Die Perspektive im hypermedialen Raum</i>		71
3.	Zusammenfassung: Hypermedien		75

C.	MUSEEN UND HYPERMEDIEN	78
1.	Hypermedien im Museumsumfeld	78
2.	Spektrum des aktuellen Einsatzes von Hypermedien	80
2.1	<i>Das ›Virtuelle Museum 1‹ - Museen im Netz</i>	82
2.2	<i>Das ›Virtuelle Museum 2‹ - Museums-CD-ROMS</i>	86
2.3	<i>Museumsinterne Installationen</i>	91
2.4	<i>Nutzungskonzepte</i>	93
3.	Potentiale	94
3.1	<i>Strukturelle Parallelen in den Kommunikationsstrategien von Museen und Hypermedien</i>	97
3.2	<i>Überlegungen zur idealen Nutzung hypermedialer Anwendungen für Museen</i>	99
4.	Zusammenfassung: Museen und Hypermedien	103
D.	FALLSTUDIEN	105
1.	Modelle	105
2.	Das MedienMuseum im Zentrum für Kunst und Medientechnologie (zKM) in Karlsruhe	106
2.1	<i>Zur Entwicklung des zKM</i>	107
2.2	<i>Das MedienMuseum</i>	109
2.2.1	<i>Bewertung</i>	112
3.	Die ›Digitale Galerie‹ in der Gemäldegalerie in Berlin	114
3.1	<i>Die ›Digitale Galerie‹</i>	115
3.1.1	<i>Die Werkanalysen</i>	117
3.2	<i>Bewertung der ›Digitalen Galerie‹</i>	119
4.	Projekt LeMO: Lebendiges virtuelles Museum Online	120
4.1	<i>Beschreibung</i>	121
4.2	<i>Das Nutzungsproblem</i>	125
4.3	<i>LeMO und das Museum</i>	125
4.4	<i>Bewertung</i>	126
	Schlußwort	129
E.	LITERATURVERZEICHNIS	132