

The Art Museum in the Digital Age (Wien, 10–11 Jan 19)

Wien, Österreichische Galerie Belvedere, 10.–11.01.2019

Eingabeschluss : 31.07.2018

Christian Huemer

[Please scroll down for German version]

Conference: The Art Museum in the Digital Age

The foundation of innovative, future-oriented museum work is a continuous reflection of its institutional conditions and the questioning of the role of museums in the 21st century. This interdisciplinary symposium is devoted to an art-historical and media-theoretical debate on the systemic changes in the art museum type caused by the universal presence of the digital: Equally at stake are questions of institutional as well as public- and object-related variables.

Traditional core areas of a museum's mission such as collecting, preserving, researching, educating, and exhibiting are increasingly permeated by digital expansions. Media transformations are promising the opening of museum walls and the barrier-free exchange with an increasingly diverse audience. The latter's individual as well as collective experience of an art museum is also subject to fundamental alterations and adaptations.

Digital tools, techniques, and methods have become indispensable in a museum's daily routine. Under the topos of the actuality of the digital, our two-day event gathers contributions which, taking into account the historical genesis of art museums, reflect mainly – but not exclusively – on the following topics and questions:

Institution & Strategy

How does the digitization of cultural assets change the historically acquired identities of museums? Will they adopt additional functions beyond their traditional core areas? What importance is attached to the digital strategies of cultural heritage institutions? And, are these strategies primarily aimed at commercial success? Furthermore, the question of the social role of the museum as an agent in the field of cultural policy arises: What effects of digitization are to be expected on the museum as an educational institution? Can it preserve its own critical stance or will it lose its authority? Which position should it represent and who determines it?

Communication & Public

What are the consequences of changing cultural techniques to established curatorial practices? Can we already notice repercussions of the digital to analog methods of work, research or display? Does the curator still act as a solitary or authoritarian body when new forms of mediatization create a new type of visitor (such as the visitor-curator) or, provocatively speaking, are we witn-

essing the "death of the curator"?

Subsequently, possible changes in exhibition design and art education in the sense of interactive visitor engagement are to be examined more closely. Do digital tools and the inclusion of social media alter the behavior of museum audiences? And in what ways should changing audience expectations influence physical and digital offers of art museums?

Especially for the young museum visitor, media spaces and digital offers prove to be highly relevant. In order to increasingly address and attract this target group, it seems necessary to meet their clear demand for enhanced possibilities of participation (as consumer and producer). In this respect, one has to ask: Can young people be reached exclusively via digital channels? Does their engagement with the artwork take the form of media entertainment and digital spectacle instead of silent contemplation and cultural education? Are there intergenerational concepts of communication? How do art museums face the challenge of a digitally dominated and overstimulated society?

Object & Space

Against the background of the great digitization waves of museum collections and open content policies: Do we need to re-examine well-established museological questions about the definition and significance of the exhibit as an authentic and original object? What about its relation to the beholder in the real and digital space?

Along with this issue emerges the question of lines of development with the intention of extending the museum space, from the opening of vaults through digitization measures to the virtual museum in the www or the expansion of sensory perception through the fusion of virtual and real-world offers (virtual / augmented reality).

What happens to the grand narratives? If it is true that the spatial sequences of baroque palaces determined the chronological narrative of modernism (Rosalind Krauss), what happens in the digital age, for which the database was defined as symbolic form (Lev Manovich)?

We look forward to your paper proposals in the fields of museum practice / museology, art and cultural history, media studies and digital humanities. Please submit your abstracts for a 20-25 minutes presentation in German or English (250 words maximum), including short biography and full contact information, by July 31, 2018 to: j.aufreiter@belvedere.at

Prof. Dr. Hubertus Kohle (Chair, Medieval and Early Modern Art History, LMU Munich) accepted our invitation as keynote speaker.

Conference Committee: Johanna Aufreiter, Christian Huemer, Ralph Knickmeier, Florian Waitzbaauer (Österreichische Galerie Belvedere), Johanna Drucker (UCLA), Hubertus Kohle (LMU Munich)

Travel and accommodation costs can be reimbursed to a limited extent for speakers. Conference participation is free of charge.

Konferenz: Das Kunstmuseum im digitalen Zeitalter

Grundlage innovativer, zukunftsorientierter Museumsarbeit ist eine kontinuierliche Reflexion der institutionellen Bedingungen und der Befragung der Rolle von Museen im 21. Jahrhundert. Die interdisziplinär ausgerichtete Tagung widmet sich in einer kunsthistorisch und medientheoretischen Debatte den systemischen, durch den allseitigen Einzug des Digitalen bedingten Veränderungen des Typus Kunstmuseum. Gleichmaßen zu diskutieren sind hierzu Fragen institutioneller sowie publikums- und objektbezogener Variablen.

Traditionelle Kernbereiche musealer Aufgaben wie das Sammeln, Bewahren, Erforschen, Vermitteln und Ausstellen werden zunehmend von digitalen Erweiterungen durchdrungen. Mediale Transformationen versprechen die Überwindung musealer Mauern und den schwellenlosen Austausch mit einem zunehmend vielfältigen Publikum. Dessen individuelles wie kollektives Erleben eines Kunstmuseums ist ebenso grundlegenden Veränderungen und Anpassungen unterworfen.

Digitale Werkzeuge, Techniken und Methoden sind aus dem heutigen Museumsalltag nicht mehr wegzudenken. Unter dem Topos der Gegebenheit des Digitalen versammelt unsere zweitägige Veranstaltung Beiträge, die unter Berücksichtigung der historischen Genese des Kunstmuseums vor allem – aber nicht ausschließlich – folgende Themenbereiche und Fragen reflektieren:

Institution & Strategie

Wie verändert die Digitalisierung von Kulturgütern historisch gewonnene Identitäten der Museen? Hat das Museum künftig andere beziehungsweise zusätzliche Aufgaben als die traditionellen Kernbereiche? Welche Bedeutung ist digitalen Strategien von Gedächtnisinstitutionen beizumessen? Und: Zielen diese Strategien vielleicht in erster Linie auf den kommerziellen Erfolg? Des Weiteren stellt sich die Frage nach der gesellschaftlichen Rolle des Museums als Akteur im (kultur)politischen Raum. Welche Auswirkungen der Digitalisierung sind für die Bildungsinstitution Museum zu erwarten? Kann sich dieses einen eigenen kritischen Standpunkt erhalten oder ist mit einem zunehmenden Verlust von Selbstbestimmung zu rechnen? Welche Position soll das Museum vertreten und wer bestimmt das?

Vermittlung & Publikum

Welche Folgen bedingt der Wandel traditioneller Kulturtechniken für das kuratorische Tätigkeitsfeld? Sind mittlerweile Rückwirkungen digitaler auf analoge Arbeits-, Forschungs- oder Präsentationsweisen zu berücksichtigen? Fungiert die Kuratorin oder der Kurator noch als solitäre beziehungsweise autoritäre Instanz, wenn neue Formen der Mediatisierung einen neuen Besuchertypus (z.B. die Besucherkuratorin/den Besucherkurator) kreieren oder steht uns – provokativ gesprochen – der „Tod der Kuratorin/des Kurators“ ins Haus?

In weiterer Folge sollen mögliche Wandlungen in der Ausstellungsgestaltung und Kunstvermittlung im Sinne einer interaktiven Einbindung der Besucherinnen und Besucher näher untersucht werden. Verändern digitale Angebote und die Einbeziehung von Social Media das Verhalten des Museumspublikums? Und: In welcher Weise sollten die sich ändernden Erwartungshaltungen des Publikums das realräumliche wie digitale Angebot von Kunstmuseen beeinflussen?

Insbesondere für die jugendliche Publikumsschicht erweisen sich mediale Räume und Angebote von hoher Relevanz. Um diese Zielgruppe vermehrt anzusprechen und zu gewinnen, erscheint es notwendig, ihrer klaren Forderung nach gesteigerten Partizipationsmöglichkeiten (als Konsument und Produzent) nachzukommen. Insofern ist zu fragen, ob die Erreichbarkeit junger Menschen pri-

mär über digitale Kanäle zu steuern sein wird? Erfolgt deren Auseinandersetzung mit dem Kunstwerk eher mittels medialer Unterhaltung und digitaler Erlebnisse anstelle stiller Kontemplation und kultureller Bildung? Gibt es generationenübergreifende Konzepte für die Ansprache? Wie also stellen sich die Kunstmuseen der Herausforderung einer digital geprägten und medial überforderten Gesellschaft?

Objekt & Raum

Sind museologisch längst etablierte Fragen nach Definition und Bedeutung des Exponats als authentisches, originales Objekt und seine Beziehung zum Rezipienten im realen und digitalen Raum vor dem Hintergrund der großen Digitalisierungswellen musealer Sammlungen und den Open Content Strategien neu zu stellen?

Damit einher geht die Suche nach den Entwicklungslinien, die sich zum Ziel die Erweiterung des musealen Raumes gesetzt haben: Wohin führt die Öffnung der Depots durch Digitalisierungsmaßnahmen, das virtuelle Museum oder die Ausweitung der Sinneswahrnehmung durch die Verschmelzung virtueller und realräumlicher Angebote (virtual/augmented reality)?

Was passiert mit den großen Erzählungen? Wenn es stimmt, dass die Raumsequenzen von barocken Palästen die chronologische Erzählung der Moderne bestimmten (Rosalind Krauss), was geschieht daran anknüpfend im digitalen Zeitalter, für welches die Datenbank als symbolische Form definiert wurde (Lev Manovich)?

Wir freuen uns über Ihre Themenvorschläge aus den Bereichen Museum/Museologie, Kunst- und Kulturgeschichte, Medienwissenschaft und Digital Humanities. Bitte senden Sie Ihre Abstracts für einen 20-25 minütigen Vortrag in Deutsch oder Englisch (max. 250 Wörter), einschließlich einer kurzen Biographie inklusive vollständiger Kontaktinformationen bis 31. Juli 2018 an: j.aufreiter@belvedere.at

Als Keynote Speaker konnte Prof. Dr. Hubertus Kohle (Lehrstuhl für Mittlere und Neuere Kunstgeschichte, LMU München) gewonnen werden.

Konferenzkomitee: Johanna Aufreiter, Christian Huemer, Ralph Knickmeier, Florian Waitzbauer (Österreichische Galerie Belvedere), Johanna Drucker (UCLA), Hubertus Kohle (LMU München)

Reise- und Übernachtungskosten können für die Vortragenden in begrenztem Umfang erstattet werden. Die Teilnahme an der Konferenz ist kostenlos.

Quellennachweis:

CFP: The Art Museum in the Digital Age (Wien, 10-11 Jan 19). In: ArtHist.net, 14.05.2018. Letzter Zugriff 19.04.2026. <<https://arthist.net/archive/18128>>.