

Interaktion und Unterhaltung

Neue Potentiale für Museums-PR und Kunstvermittlung im Internet

Diplomarbeit von Julia Verfürth
Kulturwissenschaften und ästhetische Praxis
Tegeler Weg 99, 10589 Berlin
Tel.: 030-23365686

Universität Hildesheim
Betreuende Gutachterin: Frau Dr. Birgit Mandel
Zweitgutachter: Herr Dr. Mathias Mertens
WS 09/10

Die Informationstechnik schafft mehr als nur einen kulturellen Medienjahrmarkt. Sie kann ein intellektuelles Rahmenwerk schaffen, mit Kunst Menschen in aller Welt erreichen. Wer nicht in das Museum kommt, kann das Museum oder die Bibliothek im Internet besuchen. Das ist eine neue Dimension, die die Institution nicht überflüssig macht, sondern ihr noch zuwächst. Sie stellt auch die Ernsthaftigkeit und Seriosität nicht in Frage, sondern initiiert eher aus einer oberflächlichen Begegnung eine weitergehende Beschäftigung mit Kultur, von dem Informationspotential zu Veranstaltungen, Ausstellungen, Publikationen usw. ganz zu schweigen. Moderne Kulturtechniken sind unentbehrlich! Ich bin davon überzeugt, der Computer macht das Museum nicht zu einer ausgemusterten, verstaubten Einrichtung, sondern ermöglicht dem Museum eine neue Individualität.

(Klaus-Dieter Lehmann in: Wege zum Erfolg – Zukunftsweisende Management- und Marketingmodelle im öffentlich-rechtlichen Kultur und Medienbereich)

Anmerkung zu dieser Arbeit:

Das Internet ist schnelllebig und unterliegt einem ständigen Wandel. Web 2.0 Anwendungen, um die es in dieser Arbeit vorrangig geht, sind davon besonders stark betroffen. Schon während des Schreibens war es oft schwer, die Inhalte so einzufrieren, dass eine genaue Analyse möglich war. Deshalb befinden sich Bildschirmkopien der jeweiligen Beispiele im aktuellen Zustand bei der Analyse im Appendix dieser Arbeit. Des weiteren liegt eine CD bei, auf der Audio- und Videodateien, sofern ein Download möglich war, in Gänze gespeichert sind. Alle genannten Daten sind mit Fußnoten versehen, die auf das Datum der Erhebung hinweisen.

1. EINLEITUNG.....	6
1.1 Zentrale Fragestellung	6
1.2 Aufbau der Arbeit.....	10
2. ZUM PR-BEGRIFF IN DIESER ARBEIT.....	12
2.1 PR und Internet.....	12
2.2 Besonderheit Kultur.....	13
3. GRUNDLAGEN DER INTERNETTERMINOLOGIE	17
3.1 Internet.....	17
3.2 Web 2.0 und Social Software.....	17
4. COMMUNITIES, WEBLOGS, PODCASTS.....	20
4.1 Mikroseite und Fremdanbieter.....	20
4.2 Podcast.....	22
4.2.1 Was ist ein Podcast.....	22
4.2.2 Wie müssen Podcasts betreut werden.....	23
4.2.3 Welche Vor- und Nachteile haben Podcasts?.....	25
4.3 Blogs.....	26
4.3.1 Was sind Blogs.....	26
4.3.2 Wie müssen Blogs betreut werden.....	28
4.3.3 Welche Vor- und Nachteile haben Blogs.....	29
4 Online Communities.....	30
4.4.1 Was sind online Communities und wozu können sie benutzt werden?.....	30
4.4.2 Wie muss eine Community betreut werden?.....	32
4.4.2 Welche Vor- und Nachteile kann eine Community haben?	34
5. INTERNET-PR UND ONLINE-KUNSTVERMITTLUNG IN DER PRAXIS.....	37
5.1 Auswahl der Beispiele.....	37
5.2 Tate Gallery online - Kunstvermittlung mit Podcasts.....	38
5.1.2 Allgemeine Anmerkungen.....	38
5.2.1 TateShots.....	38
5.2.1.1 Work in Focus: Damien Hirst on Francis Bacon.....	40
5.2.2 Open University Study Days.....	42
5.2.3 Modern Paints Podcast.....	44
5.2.4 Resümee	45
5.3 IMA BLOG – Der Blog des Indianapolis Museum of Art.....	46
5.3.1 Allgemeine Anmerkungen.....	46
5.3.2 Meg Liffick: Why do you visit museums?.....	47
5.3.3 Ray Pawulich: Summer Nights Movie Critic: Part One.....	48

5.3.3 Richard McCoy: On Acquiring and Looking after 'Len'.....	49
5.3.5 Resümee.....	51
5.4 MoMA online – Kommunikation via online Communities.....	53
5.4.1 Allgemeine Anmerkungen.....	53
5.4.2 Der YouTube-Kanal des MoMA.....	53
5.4.3 MoMA auf Facebook.....	58
5.4.4 MoMA auf Twitter.....	62
5.4.5 MoMA auf Flickr.....	65
5.4.6 Resümee.....	67
<u>6. ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK.....</u>	<u>70</u>
<u>7. APPENDIX.....</u>	<u>76</u>
7.1 Bildarchiv.....	76
7.2 Verzeichnisse.....	92
Abbildungsverzeichnis.....	92
Literaturverzeichnis.....	93
Internetquellen.....	94
7.2.3.1 Internetseiten.....	94
7.2.3.2 online-Literatur.....	96
Inhalte der beiliegenden CD.....	96
<u>8. SELBSTSTÄNDIGKEITSERKLÄRUNG.....</u>	<u>97</u>