

MA-Studiengang Kultur – Sprache – Medien

1. Semester / Do. 10 -12

Modultitel: „Interculturality“

Kommentar zu

Teilmodul : Grundlagen der interkulturellen Kunst- und Visuellen Kulturwissenschaft

*Seminartitel: „Medien – Kunst – Institutionen“*

---

## Inhalte

Inhaltlich wird dieses Seminar die Frage nach Kunst in medialen Kontexten thematisieren. Das heißt, das Medium Kunstwerk (als Präsentationsgegenstand, als Projektionsobjekt, als Reflexionsobjekt, als Konsumgegenstand, als Lifestyle-Accessoire, ...) wird in medialen Zusammenhängen wie Museen, Zeitschriften, dem Web reflektiert.

In Galerien werden Kunstwerke ausgestellt und zum Kauf angeboten, in Museen werden Bilder präsentiert, in Feuilletons besprochen, in Büchern, Katalogen und im Web gezeigt. Ein ganzer Wissenschaftszweig, die Kunstwissenschaften, produziert in gewisser Hinsicht das, was Kunst ist oder zur Kunst wird, mit. Kunst ist zugleich Kulturgut wie auch Konsumgegenstand. Sein Gebrauchswert ist zum einen ideell und zum anderen materiell.

Kunst ist einerseits selbst Medium und wird andererseits erst dadurch zur Kunst, dass sie in (massen)medialen Kontexten gezeigt und thematisiert wird. Was Kunst ist und was nicht ist in unserer Gesellschaft eine mediale Vermittlungsfrage.

Dies ist kein neues Phänomen sondern ein Jahrhunderte altes. Geändert haben sich lediglich die Formen der medialen Verbreitung von Kunst und die medialen Formate ihrer Präsentation.

Museen und Galerien als Präsentations- und Etablierungsmedien von Kunst werden einen Schwerpunkt dieses Seminars bilden. Öffentliche Museen sind historisch gesehen ein relativ neues Medium der Kunstpräsentation. Das erste öffentliche Museum in Deutschland wurde 1754 in Braunschweig gebaut (Herzog-Anton-Ulrich Museum). Erst im 19. Jahrhundert entstanden bürgerliche Museumsgründungen wie die Hamburger Kunsthalle oder die Bremer Kunsthalle. Kunstmuseen waren immer auch Repräsentationsbauten. Seit dem 20sten Jahrhundert bauen Stararchitekten Kunstmuseen, wie beispielsweise Frank O. Gehrys Guggenheim-Museumsbau in Bilbao (1997). Das 2004 gebaute Kunstmuseum Aros im dänischen Arhus wurde als 11. Einrichtung unter die „Top-Attraktionen Dänemarks“ gewählt, als „hochkarätige Sehenswürdigkeit mit internationalem Niveau“. Es gehört damit in eine Reihe mit Legoland in Billund und dem Tivoli in Kopenhagen.

Im Seminar werden Museen und Galerien als Medien der Generierung, Präsentation und Vermittlung von Kunst untersucht. Dabei spielt zunehmend das Web (www) eine Rolle. Es wird ein immer bedeutsamerer Ort der Vermittlung des Mediums Museum. Es ist gewissermaßen Medium dritter Ordnung und zugleich wird es zum Transportmedium für Lifestyle und Identitätspattern für eine globale bürgerliche Gesellschaft. Das einzelne Kunstwerk oder der/die einzelne Künstler/In gerät dabei unter Umständen in den Hintergrund, wird zu etwas, das nur dann konsumiert und goutiert, wenn es medial gehypt wird.

Zudem entstehen immer mehr Museen im Netz selbst bzw. Museen bieten virtuelle Rundgänge im Museum an. „Als die Bremer Kunsthalle Ende 2008 zur Sanierung geschlossen wurde, wanderte

die Ausstellung kurzerhand ins Netz. Ein virtueller Rundgang führt bis zum Ende der Arbeiten durch alle Sammlungsräume, die dafür fotografiert wurden. Gezielt kann der Betrachter Skulpturen und Gemälde anklicken, Videos abspielen oder Informationen für Kinder anhören. Das hat sich die Kunsthalle nach eigenen Angaben einige zehntausend Euro kosten lassen.“(1)  
Im Seminar wird von Interesse sein, inwieweit sich Museumskonzepte, Museumsbauten aber auch Galerien und deren mediale Präsentationen international unterscheiden. Unterschiedliche Museums/Galerie-Konzepte in Deutschland und Dänemark (und ggf. in anderen Ländern) werden exemplarisch untersucht und auch besucht und analysiert.

(1) (Quelle: [http://www.focus.de/kultur/kunst/museen-gemaelde-im-netz-immer-mehr-virtuelle-museen\\_aid\\_542381.html](http://www.focus.de/kultur/kunst/museen-gemaelde-im-netz-immer-mehr-virtuelle-museen_aid_542381.html) vom 18.8.2010)