



INFO OM TILMELDING

Ansøgningsfrist: 1. maj 2011

Adgangskrav: Deltagere skal have en BA-uddannelse og 2 års relevant erhvervserfaring.
Pris: 15.000 kr. plus udgifter til undervisningsmaterialer på ca. 1.500 kr.

Modulet strækker sig over 1½ år og svarer til 15 ETCS point (0,25 årsværk). Modulet hører under studieordningen for Master i Museumsstudier (modul 3) og kan også indgå i en masteruddannelse som fleksibelt forløb. Forløbet afsluttes med en mundtlig eksamen.

Yderligere information kan fås ved henvendelse til:

Masterkoordinator Vinnie Nørskov
Center for Museologi og Antikmuseet
klavn@hum.au.dk, tlf. 8942 2061

Vejlednings- og efteruddannelseskoordinator
Tine Arsinevici, Institut for Æstetiske Fag
aesta@hum.au.dk, tlf. 8942 5228

Sekretariatet for Efter- og Videreuddannelse
evu@au.dk, tlf. 8942 1110

Center for Museologi
Aarhus Universitet
Langelandsgade 139
8000 Aarhus C

Tlf.: 8942 1862
Email: kunahl@hum.au.dk
www.museologi.au.dk



Steno Museet, Aarhus Universitet



Randers Kulturhistoriske Museum

MUSEAL KOMMUNIKATION DIGITAL FORMIDLING

EFTERUDDANNELSE EFTERÅR 2011

Mastermodul udbudt af Center for Museologi
i samarbejde med TEKNE - netværk for digital kunst
og digitale oplevelser, Alexandra Instituttet A/S

*Er dit museum klædt godt nok på til at i mødekomme
de næste generationers forventninger til museums-
besøg en sen natteime på nettet eller søndag ef-
termiddag med kæresten?*



CENTER FOR MUSEOLOGI
DET HUMANISTISKE FAKULTET
AARHUS UNIVERSITET

TEKNE NETVÆRK FOR DIGITAL KUNST OG OPLEVELSER



Alexandra Instituttet A/S

Den digitale teknologi har allerede et godt tag i vores hverdag. Den er også velintegreret i mange af de danske museers opgaver som f.eks. registrering og markedsføring. Derimod er museum web 2.0 først i startfasen, og en del projekter arbejder nu med brugen af digitale medier i den fysiske udstilling.

I dette modul om museumskommunikation og digitale medier får du et indgående kendskab til de muligheder, der ligger i at inddrage digitale medier i udstillingerne i museet og på hjemmesiden. Du får en række redskaber til at vurdere, hvordan de få økonomiske ressourcer sættes ind på de rigtige tiltag. Og du opnår viden om arbejdet med brugergrupper, og hvilke fordele og ulemper der ligger i brugerinddragelse og udvikling af museets faglige profil. I løbet af modulet udarbejder du en plan for dit eget museums udfordringer og mulige løsningsmodeller, så du og dit museum herefter er klædt på til fremtidens digitale og kommunikative museumsudfordringer.



Undervisningen foregår dels via internettet, dels på fire seminarer, som afholdes den første weekend (fredag og lørdag) i måneden i efteråret 2011. Mellem seminarerne arbejdes virtuelt på opgaver og projekter.

Modulet er udviklet i et samarbejde mellem Kristian Krämer fra TEKNE – netværk for digital kunst og digitale oplevelser ved Alexandra Instituttet A/S.

Undervisningen koordineres af Vinnie Nørskov, museumsleder på Antikmuseet og underviser ved Center for Museologi. Ved hvert seminar vil der være indbudte undervisere fra de danske forskningsmiljøer inden for digitale medier og museums kommunikation.



*Lydlaboratorium i Experience Music Project,
Science Fiction Museum, Seattle.*

Begreberne kommunikation og formidling bliver traditionelt brugt om to forskellige elementer af museets virke. Kommunikation forbindes med markedsføring og formidling med museets faglige kommunikation via f.eks. udstillinger, publikationer. Denne opdeling udfordres gennem inddragelsen af de digitale medier. Dermed kommer vi ikke kun til at tale om kommunikation og formidling, men om hele museets virke og organisation.

Nøgleord: formidling, kommunikation, multi-medier, virtuelt-fysisk, organisationsstruktur

Der er i dag øget fokus på brugerinddragelse i museernes arbejde via brugerundersøgelser og fokusgrupper. Med de digitale medier er der også en øget fokus på interaktivitet. Museerne har fået en ny rolle som facilitator i stedet for autoritativ vidensformidler. Seminaret vil arbejde med forskellige former for brugerinddragelse, valg af pædagogiske strategier og visuelt design, og hvordan disse tiltag udfordrer museets faglighed.

Nøgleord: brugerinddragelse, interaktion, evaluering, brugeradfærd, domænestrategi

Dette seminar tager fat i dramaturgiske teorier om brugernes adfærdsmønstre og scenografiens betydning. Ud fra ideen om museumsbesøget som en oplevelse, arbejder vi med oplevelsesstruktur og story-telling og de forskellige stadier og elementer, samt hvilke forhold der påvirker brugerens bevidst og/eller ubevidst til bestemte oplevelser. Samtidig opstår nye projekter ofte i teamwork med flere partnere, hvilket betyder nye samarbeidsformer.

Nøgleord: oplevelse, storytelling, scenografi, teknologi, forventningshorisont, internet, partnerskaber

Hvordan vil de danske museer forandre sig i takt med implementeringen af nye medier og teknologier? Hvad er det for en type museum, vi vil se i fremtiden? På seminaret bliver der mulighed for at høre et par bud på den teknologiske fremtid. Deltagerne fremlægger og diskuterer deres bud på, hvordan egen institution vil forandre sig i løbet af de næste år med udgangspunkt i det arbejde, som den enkelte har fokuseret på i løbet af hele forløbet.

Nøgleord: internationale fremtidsvisioner, fremtidig teknologi