

Museernes kommunikation og de digitale udfordringer

Kirsten Drotner

Museernes kommunikation i den digitale kultur ♦ RUC 22. september 2009



Industrisamfund og vidensamfund

- I vidensamfund er immateriel produktion samfundets motor
- Immateriel produktion kan bestå af ny viden eller nye oplevelser, eller den kan være et element i materiel produktion
- Kreativ produktion er i fokus



Vidensamfundet – kultur i centrum

- Viden og oplevelser produceres i høj grad ved hjælp af tegn (tekst, tal, ord og billeder)
- At skabe, dele og anvende tegn er katalysator for enhver kultur
- Vidensamfund afhænger af befolkningens evne til at kunne skabe, dele og anvende kulturens tegn
- Kulturel kompetence er central for vidensamfund



Vidensamfundet – en digital kultur?

- Kulturens tegn digitaliseres via samvirkende medier
- Flere kan, og skal, være kulturelt medskabende
- Kulturarv arves ikke, den genskabes – også digitalt
- Kulturinstitutioner er afgørende ressourcer i vidensamfund



Udfordring #1: nye interaktionsformer

- Adgang eller anvendelse?
- Formidling eller kommunikation?
- Brugerfokus eller dialog?



Udfordring #2: nye partnerskaber

- Forskning i kulturens genstande og forskning i kulturel kommunikation
- Formelle og semi-formelle arenaer (brugere, indhold)
- Store og små institutioner



Læring 2.0 – en samarbejdsramme

- Museer, science centre, udviklingsfirmaer
- Forsknings- og formidlingsinstitutioner
- Nationale og internationale aktører

Se mere på www.dream.dk

