

Inhalt

Vorwort und Danksagung	7
»It's official – culture is dead!« Eine Einleitung	11
Vorschau: Aufbau der vorliegenden Arbeit zur digitalen Kunstvermittlung	12
1 Medien – Kunst – Museum: Schlaglichter der Pädagogik	15
1.1 Kulturelle Bildung im Anthropozän	16
1.2 Das Medium in einer Kultur der Digitalität	19
1.3 Silhouetten der Kunstpädagogik	23
1.4 Kunstpädagogik 2.0 – Positionen im Kontext der Digitalisierung	31
1.5 Museumspädagogik im 21. Jahrhundert	36
1.6 Forschungsergebnisse, Konzepte und Modelle musealer Kunstrezeption	44
1.7 Kinder als Museumspublikum der Zukunft	49
2 Zoom-In: Digitale Kunstvermittlung im Museum	55
2.1 Paradigmenwechsel im digitalen Museum: Virealität, Dialog und Strategie	56
2.2 Konzept, Begriff und Bestand digitaler Kunstvermittlung	61
2.3 »Spontan-Digitalisierung« musealer Bildung in Zeiten der Pandemie	68
2.4 Mobil im Museum: Mobile Anwendungen als Vermittlungsmethodik	74
2.5 Verfehlung, Versprechung und Verwendung von Museums-Apps	83
2.6 Digitale, museale, mobile Tablet-Applikationen für Kinder	88
2.7 Forschungsstand und Forschungsfragen an der Schnittstelle von Kind, digitalem Medium und Kunstwerk	91
3 Design einer mobilen Anwendung zur digitalen Kunstvermittlung	99
3.1 Design Thinking in der Kunst- und Museumspädagogik	100
3.2 Participatory Design von Kindern für Kinder im Projekt <i>Genial digital</i>	108
3.3 Anforderungskriterien an eine mobile Anwendung aus Theorie und Praxis	118
3.4 Pädagogisches Konzept und Inhalte der Ausstellung Der Blaue Reiter	128
3.5 Weiterer Designprozess: Vom Test bis zum Prototypen	138
3.6 Feinanalyse der mobilen Anwendung <i>Mit Marion durch den Blauen Reiter</i>	143

4	Forschungsmethodik der qualitativ-empirischen Studie	161
4.1	Forschungsstil der Grounded Theory	162
4.2	Ethnografie und teilnehmende Beobachtung	168
4.3	Leitfadengestützte Interviews – mit Kindern im Gespräch	173
4.4	Elektronische Daten: Digitale Kinderzeichnungen und Texte	179
4.5	Feldzugang, Datenerhebung, Auswertung und Selbstreflexion	182
5	Darstellung der Forschungsergebnisse – Sechs Handlungsspektren der digitalen Vermittlungssituation im Kunstmuseum	193
5.1	Mobil schweifen	194
5.2	Sozial, kognitiv und digital browsen	202
5.3	Klickend blicken	210
5.4	Codes konstruieren	217
5.5	Kreieren und remixen	224
5.6	Hacken und herumtreiben	233
6	Die Dynamik digitaler Kunstvermittlung als Streu- und Sammellinse	243
	Zoom-Out: Das Kunstmuseum der Zukunft vermitteln!	266
	Literaturverzeichnis	269
	Online-Quellen	294
	Abbildungsverzeichnis	302
	Tabellenverzeichnis	303
	Abbildungsverzeichnis der mobilen Anwendung	304
	Anhang	307