Recommended – „Initiate!“

Folgende Bücher, Links und Texte können wir, Lehrende und Studierende des Programmbereichs, als vertiefende Lektüre zum Thema „Initiate – I am a Cultural Producer“ empfehlen:

Bishop, Claire (2006): Introduction/Viewers as Producers, in: Diess. (Hg.): Participation, London: Whitechapel, S. 10-17.

Frieling, Rudolf (2008): Toward Participation in Art. In: Coerver, Chad et al. (Hg.): The art of participation. 1950 to now, San Francisco: San Francisco Museum of Modern Art S. 32 ff.

Hagoort, Giep (2003): Art Management: Entrepreneurial Style. Delft: Ebron.

Hartley, John (2002): Communication, cultural and media studies. The key concepts. London/New York: Routledge, S. 191-192.

Kooyman, Rene et al. (Hg., 2010): The entrepreneurial dimension of the cultural and creative industries. Hogeschool voor de Kunsten Utrecht, Utrecht.

Sassen, Saskia (2006): Public Interventions. The Shifting Meaning of the Urban Condition. In: Open 2006/12, S. 18-26.

Stevenson, Nick (2001): Introduction. In: Stevenson, Nick (Hg.): Culture & Citizenship. London, thousand Oaks & New Delhi: Sage, S. 1-10.

Ziese, Maren (2010): Kuratoren und Besucher: Modelle kuratorischer Praxis in Kunstausstellungen. Bielefeld: transcript Verlag. S. 71-78.

Bishop, Claire (2006): Introduction/Viewers as Producers, in: Diess. (Hg.): Participation, London: Whitechapel, S. 10-17.

Die von Claire Bishop verfasste Einleitung zu ihrem Buch *Participation* führt in den nach Meinung der Autorin allzu wenig beachteten Aspekt der „social dimension of participation“ ein und stellt insbesondere jene Strategien vor, wie sich Kunst und Kultur durch soziale Formen der Partizipation in den Alltag integrieren lassen.

Bishop listet hierzu drei beobachtbare Agenden auf:
1) Die Kreation eines emanzipierten Subjekts, das eine soziale und politische Wirklichkeit – legitimiert durch den gemeinsamen Schaffensprozess – bestimmen soll.
2) Die kollektive Kreativität; sie führe zu nicht hierarchischen gesellschaftlichen Modellen, bei einem größeren Risiko und einer größeren Unvorhersehbarkeit.
3) Die kollektive Wiederherstellung von sozialen Bindungen.

(Julia Jung)

Frieling, Rudolf (2008): Toward Participation in Art. In: Coerver, Chad et al. (Hg.): The art of participation. 1950 to now, San Francisco: San Francisco Museum of Modern Art S. 32 ff.

Im vorliegenden Artikel *Toward Participation in Art* beschäftigt sich Rudolf Frieling mit einer neuen Form der Kunst: der partizipativen Kunst. Der/die BetrachterIn wird

am Entstehungsprozess des Kunstwerks beteiligt, und somit ermöglicht die Partizipation dem/der KünstlerIn ein breiteres Spektrum an Möglichkeiten. Jedoch war und ist dies innerhalb eines Museums schwierig und so erobern KünstlerInnen seit Anfang des 20. Jahrhunderts die Straßen: Man formulierte die Vision, die museale Kunstszene mit einer neuen Form des Happening zu beleben. Wegweisend waren die neuen Strömungen des Dada, Fluxus und Situationismus. KünstlerInnen interessierten sich nun für kommunale Prozesse und begannen, mit verschiedenen Strategien zu experimentieren. Die Idee, Kunst mit Nicht-Kunst sozial oder politisch auszulegen, wird nur durch die Teilnahme des/der BetrachtersIn zu „richtiger“ Kunst.

Eine neue Generation von KünstlerInnen der 1990er Jahre entwickelte das in den 1960ern aufkommende offene System der Kunst weiter. Das neue Interesse am sozialen Gefüge wurde zu einem Leitmotiv. KünstlerInnen, wie beispielsweise Erwin Wurm und Martin Walde, beschreibt Frieling in ihrem Selbstverständnis, sich selbst als Füllung der Risse in der sozialen Gesellschaft zu begreifen. Das Museum hat für den Autor seine Stellung als Aufbewahrungsort für Kunst verloren – eine neue Ära der Kunst habe begonnen.

(Sabrina Emprechtinger)

Hagoort, Giep (2003): Art Management: Entrepreneurial Style. Delft: Ebron.

Sehr anwendungsorientiert, aber theoretisch bestens fundiert, gibt dieses Standardwerk einen umfassenden Einblick, wie kulturelle Projekte, Initiativen und Organisationen schrittweise ihre Entwicklung, aber auch kommerziellen Erfolg planen und umsetzen können.

Weitere wissenschaftliche Artikel zu diesem Thema:

> Neugovsen, Gerardo: Cultural Managers: Clues for developing Compentencies. In: Read this first. Growth and Development of Creative SMEs, S. 63–69. URL: www.streamline-production.com/perch/resources/readthisfirst.pdf#page=63.
>
> Salaspuro, Marja (2010): Towards Participation and Creativity. A Conceptual Model for Managing Change in Arts Organizaions. Master Thesis. URL: ethesis.siba.fi/files/nbnfife201011293044.pdf.

(Siglinde Lang)

Hartley, John (2002): Communication, cultural and media studies. The key concepts. London/New York: Routledge, S. 191-192.

In seinem Lexikon der Kommunikations-, Kultur- und Medienwissenschaft bespricht John Hartley Jürgen Habermas’ Theorie der Öffentlichkeit und kontextualisiert diese. Zu weiteren Verortung von „Public Sphere“ vgl.: Soules, Marshall: Jürgen Habermas and the Public Sphere. 2008, records.viu.ca/~soules/media301/habermas.htm. Für ein beispielhaftes Public Sphere-Projekt vgl.: www.publicsphereproject.org.

(Antonia Semmler)

Kooyman, Rene et al. (Hg., 2010): The entrepreneurial dimension of the cultural and creative industries. Hogeschool voor de Kunsten Utrecht, Utrecht.

Die „unternehmerische Dimension der kulturellen und kreativen Industrien“ ist Thema einer Studie der EU-Kommission, zu deren Durchführung die Utrecht School of Arts beauftragt wurde. Die Studie zeigt die wachsende Bedeutung der kreativen

Wirtschaft sowie die Bedürfnisse und Probleme von Unternehmen, die den Cultural and Creative Industries (CCI) angehören. Vor allem sei eine „fehlende Mitte“ im CCI Bereich zu beklagen, so die AutorInnen, da rund 80 Prozent der Betriebe Klein- und Mittelständige Unternehmen (KMU) sind, wovon die Mehrheit zu sogenannten Mikro-Unternehmungen zu zählen ist. Die Zahl der Großbetriebe liegt bei lediglich einem Prozent und erwirtschaftet rund 40 Prozent des Jahresumsatzes. Die Studie ortet ein Machtgefälle zwischen Kleinst- und Großbetrieben. Strategien von Mikrounternehmen, mit diesem Ungleichgewicht zurecht zu kommen, wie etwa flexibles und dynamisches Handeln, sind ebenso Teil der Analyse.

Vgl.: ec.europa.eu/culture/documents/edcci_report.pdf

Zum Vorgängerprojekt „The City of Tomorrow and Cultural Heritage“ vgl.: www.jpods.com/JPods/004Studies/directory_fp5_cot_projects_en.pdf.

(Lisa Gersdorf)

Sassen, Saskia (2006): Public Interventions. The Shifting Meaning of the Urban Condition. In: Open 2006/12, S. 18-26.

Saskia Sassen’s essay deals with the influence of globalization and digitization processes on urban space and analyzes artistic strategies to make things which are visible on a local level only, accessible to a worldwide audience. Sassen discusses two urban places which are increasingly challenged: public spaces and also so-called “terrains vagues”. Dwelling between mega buildings and terrains vagues reinsert the possibility of urban making by e.g. critical architectural interventions on small or medium-level scales. Sassen defines these in-between zones as a chance to open up questions about the urban condition by using different artforms in order to transform awkward unused spaces that have been forgotten or do not fit the needs of utility-driven plans. The author talks about community-based art, installations and also public sculptures.

Sassen’s argument is that the existence of the global economic system has made the formation of new global circuits possible, the same system that the new formations contest. So one can say that different groups use the same sources to pursue their aims, but the critical voices grow in terrains vagues and not in perfectly designed places.

(Tina Dehner)

Stevenson, Nick (2001): Introduction. In: Stevenson, Nick (Hg.): Culture & Citizenship. London, thousand Oaks & New Delhi: Sage, S. 1-10.

Nick Stevenson will mit seinem Buch *Culture and Citizenship*: *An Introduction*, den Zusammenhang von „Culture“ und „Citizenship“ in unserer postmodernen Gesellschaft darstellen. Wo der Begriff „Culture“ üblicherweise mit einer Mischung aus öffentlichen und privaten Institutionen, wie Kino, Schule, Bücherei, Museen etc., assoziiert sei, so Stevenson, seien mit „Citizenship“ Mitgliedschaft, Zugehörigkeit, Rechte und Möglichkeiten verbunden. Stevensons Idee ist es nun, diese beiden Konstrukte näher zusammenzubringen – im Sinne einer Gesellschaft der Vielfältigkeit.
Cultural Citizenship sei, so der Autor, sowohl von ökonomischen als auch politischen Themen betroffen, weil es bei Citizenship um Fragen der Öffentlichkeit und Rechte (politisch), als auch um globalen Warenverkehr, Symbole und Konsum (ökonomisch) geht. Wobei all dies einen Einfluss darauf habe, wie Citizenship erfahren wird.

(Laura Dorstewitz)

Ziese, Maren (2010): Kuratoren und Besucher: Modelle kuratorischer Praxis in Kunstausstellungen. Bielefeld: transcript Verlag. S. 71-78.

Ihrem Band *Kuratoren und Besucher* fügt Maren Ziese einen Abschnitt hinzu, in dem sie einen Überblick über den Partizipationsdiskurs seit den 1950er Jahren gibt und anschließend eine Begriffsdefinition versucht. Sie stellt dazu die Frage, welche Veränderungen man sich durch Partizipation erhofft, und versucht die vorgefundenen Antworten zu ordnen. Die von der Autorin gelisteten Vorstellungen reichen von revolutionären Ansätzen über eine erhoffte Demokratisierung der Kunst (reformatorischer Ansatz) bis hin zu spielerisch und/ oder didaktisch ausgerichteten Strategien, die auf eine Wahrnehmungs- und Bewusstseinsveränderung abzielen. Die am häufigsten zitierten Beweggründe für nahezu alle künstlerischen Initiativen, partizipative Ansätze in der Kunst (seit den 1960er Jahren) anzuregen, sind Aktivierung, Autorschaft und Gemeinschaft. Ziese überträgt diese Ansätze nun auf (Kunst-)Institutionen, wo unterschiedliche Öffentlichkeiten und künstlerische Realitäten aufeinander treffen können sollen.

Der von Ziese verwendete Partizipationsbegriff basiert nicht auf der Idee, dass BesucherInnen einer Ausstellung ein Projekt verbessern, ausbauen oder weiterverfolgen sollen, sondern sie sollen sich im Schauraum begegnen können – das gemeinsame Erleben steht dabei im Mittelpunkt. Die Anwesenden sollen sich dadurch aktiviert, motiviert und befähigt fühlen.

Weitere Rezension: cultdoc.uni-giessen.de/wps/pgn/home/KULT_online/31-12/

(Susanne Bieregger)