

Inhaltsverzeichnis

Dank | 7

Einleitung | 9

Zielsetzung und These | 10

Einordnung und Methode | 12

Aufbau | 15

TEIL A: BESTANDSAUFNAHME – KULTURMANAGEMENT UND NEUE MEDIEN

**1 Neue Medien, Internetpraxis
und Social-Web-Theorie** | 21

1.1 Internetpraxis | 22

1.2 Prinzipien des Social Web | 31

1.3 Kommunikative Funktionen des Social Web | 34

1.4 Medien- und Social-Web-Theorie | 35

1.5 „Social Web“ im Kontext des
aktuellen Medienbegriffs | 45

1.6 Zusammenfassung und Fazit | 53

**2 Der kulturwissenschaftlich geprägte Diskurs
über neue Medien im Kulturmanagement** | 55

2.1 Technikdeterministische Erklärungsmodelle | 57

2.2 Ökonomische Argumentationsansätze | 70

2.3 Geistes- und kulturwissenschaftliche Ansätze | 80

2.4 Zusammenfassung und Fazit | 115

TEIL B: REVISION – KUNSTKONZEPTE UND DAS SOCIAL WEB

3 Kunsttheoretische Konzepte

des Kulturmanagement-Diskurses | 119

- 3.1 Kunstwerk, Aura, Reproduzierbarkeit (Benjamin) | 121
- 3.2 Kunst, Kommerz, Kulturindustrie
(Adorno und Horkheimer) | 130
- 3.3 Rückkanal, Aktivierung, Lehrmittel (Brecht) | 138
- 3.4 Bewusstseinsindustrie, Manipulation,
emanzipatorischer Mediengebrauch (Enzensberger) | 148
- 3.5 Das offene Kunstwerk (Eco) | 165
- 3.6 Das schreibbare Kunstwerk (Barthes) | 175
- 3.7 Exkurs: Techniktheorien (McLuhan bis Kittler) | 184
- 3.8 Poststrukturalistische und postmoderne Ansätze
(Lyotard, Deleuze, Derrida) | 193
- 3.9 Zusammenfassung und Fazit | 212

4 Kunst und Social Web – Kompatibilität und Inkompatibilität ‚alter‘ Theorien mit ‚neuen‘ Medien | 213

- 4.1 Exkurs: Prinzipien des Social Web und der Kunst | 214
- 4.2 Anfang und Ende der (digitalen) Aura | 217
- 4.3 Die (un-)mögliche ästhetische Sublimierung
in digitalen Welten | 221
- 4.4 Technologiefeindlichkeit oder
postmoderne Kooperationsmodelle | 225
- 4.5 Darstellende Kunst und ‚Medientheater‘ | 229
- 4.6 Das Kunstmuseum im geschlossen-realen oder
im offen-virtuellen Raum | 236
- 4.7 Jeder User (k)ein Künstler | 239

Zusammenfassung und Ausblick | 251

Literatur | 257