

Theorie 5.4 VSD Identity Brand Trend Art

Angebot für

Bisheriges Studienmodell > Design > Bachelor Design > Trends & Identity > 5. Semester

Nummer und Typ	BDE-BDE-T-VS-5004.18H.001 / Moduldurchführung
Modul	Theorie 5. Semester VTI
Veranstalter	Departement Design
Leitung	Johannes Hedinger Francis Müller
Zeit	Mo 1. Oktober 2018 bis Mo 3. Dezember 2018 / 9 - 12 Uhr
ECTS	3 Credits
Voraussetzungen	keine
Lehrform	Seminar Zu Beginn des Seminars wird anhand des Programms festgelegt, welche Studierenden welche Arbeiten zu welchen Themen des Seminars schreiben werden. An jedem Seminarhalbtage präsentieren die betreffenden Studierenden eingangs die von ihnen gewählten Autor_innen und deren Ansätze in Form eines Inputreferats, anschliessend erfolgt eine gemeinsame vertiefende Lektüre und in einer Schlussequenz werden gemeinsam mögliche Hypothesen für die Seminararbeit der Studierenden herausgearbeitet. Die Abfassung der Seminararbeit erfolgt dann individuell auf der Basis der gemeinsam geleisteten Vorarbeit.
Zielgruppen	Vertiefungsspezifisches Modul VSD, 5. Semester
Lernziele / Kompetenzen	Am Ende des Seminars und der Projektarbeit können die Studierenden (idealerweise) - grundlegende kulturelle Zusammenhänge mithilfe eines begrifflichen Instrumentariums aus Trendforschung, Cultural Studies, Kunsttheorie und Kunstphilosophie beschreiben, - einige Hauptwerke, Vertreter und Forschungsmethoden der Kulturanthropologie, Cultural Studies, Kunstwissenschaft und Trendforschung benennen - Trend- und Szenenphänomene mithilfe des methodischen Instrumentariums der Cultural Studies und Trendforschung, sowie aktuelle Kunstdebatten und -Entwicklungen mithilfe von Kunsttheorien kritisch beschreiben
Inhalte	Die Veranstaltung "Identity Trend Brand Art" ist der Versuch, Modelle der Trendforschung, Kulturanthropologie, Cultural Studies und der Kunsttheorie kurzzuschliessen. Denn was auf den ersten Blick weit voneinander entfernt scheint, das Kulturelle und das Ökonomische, offenbart bei genauerem Hinsehen überraschende Parallelitäten: so ist etwa der Kulturbegriff der Cultural Studies stark geprägt von der Subkulturforschung und daher bemüht, dem Randständigen, das sich (noch) nicht durchsetzen kann, einen eigenen Wert und eine eigene Würde zu verleihen. Unter dem Begriff der kulturellen Aneignung versteht man in der Kulturanthropologie (Mikro-)Praktiken, bei denen Dingen neue symbolische Bedeutungen zugeschrieben werden, was in interaktiven Aushandlungsprozessen – in Online- und Offline-Sphären – geschieht. Unter Cultural Hacking wird das Eindringen in Systeme und deren Neu-/Umcodierungen bezeichnet, ein kritisches oder oft auch subversives Spiel mit kulturellen Codes, Botschaften, Werten oder Werken. Dieses Detournement führt oft zu neuen und überraschenden Orientierungen, Innovationen, Produkten und potentiellen Märkte. Die kunsttheoretischen Schriften von Groys und Ullrich versuchen ihrerseits eine Brücke

(zurück?) zur Ökonomie und Gesellschaft zu schlagen.

Ziel der Veranstaltung ist es, einerseits zu einem Verständnis von Kultur, ihren verschiedenen wissenschaftlichen Verständnismöglichkeiten und insbesondere auch ihrem Verhältnis zu Trend-, Markt- und Kunstphänomenen zu gelangen, das für die weitere Forschungs- und Entwicklungsarbeit im Design als Grundlage dienen kann, andererseits eine Einführung in Begrifflichkeiten, Herangehensweisen und Methoden der Trend-, Brand-, Marketing- und Kommunikationsforschung, Cultural Studies, Kunsttheorie und Kunstphilosophie.

Bibliographie / Literatur

Dercon, Chris, Holger Liebs 2010: Das Künstlerprekariat sitzt in der Falle, in: Monopol;

<http://www.monopol-magazin.de/artikel/20101584/-chris-dercon-kuenstlerprekariat.html>

Dirk Baecker: Thesen zur nächsten Kunst, in: Schweizer Monat Nr. 933, Feb. 2012.

Hahn, Hans Peter 2014: Materielle Kultur. Eine Einführung. Berlin: Dietrich Reimer, S. 66-81.

Groys, Boris 1992: Über das Neue – Versuch einer Kulturökonomie. München, Hedinger, Johannes M.: POSTIRONIE. Zur Kunst nach der Ironie, in:

Hedinger/Meyer: What's next? Kunst nach der Krise, Berlin 2013.

Hedinger, Johannes M. 2017: Let's get lost, in: Meyer/Sabisch/Wollberg/Zahn (Hrsg.): Übertrag. Bildung vor Bildern, Kopaed, München.

Hitzler, Roland und Arne Niederbacher 2010: Leben in Szenen. Formen juveniler Vergemeinschaftung heute. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 11-31.

Klein, Naomi 2005: No Logo. Der Kampf der Global Players um Marktmacht. Ein Spiel mit vielen Verlierern und wenigen Gewinnern, München. S. 12-21.

Liebl, Franz, Thomas Düllo, Martin Kiel 2005: Einführung. Before and After Situationism – Before and after Cultural Studies. The secret History of Cultural Hacking, in: Thomas Düllo und Franz Liebl (Hg.): Cultural Hacking. Kunst

Liebl, Franz 2010: Cultural Hacking. in: Lexikon zur zeitgenössischen Kunst von Com&Com, (Hg.): Johannes M. Hedinger/Marcus Gossolt, Zürich, S. 30-31

Miller, Daniel 2010a: Trost der Dinge. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 9-17.

Miller, Daniel 2010b: Why Clothing is not Superficial, in: ders.: Stuff. Malden/MA (USA): Polity Press, S. 12-23

Müller, Francis 2012: Piercing. Durchbohrte Haut und die Suche nach Identität, in: Diana Weis (Hg.): Cool aussehen. Mode & Jugendkulturen. Berlin: Archiv der Jugendkulturen, S. 119-125.

Soeffner, Hans-Georg 1992: Die Ordnung der Rituale. Die Auslegung des Alltags 2. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 82-101.

Ullrich, Wolfgang 2006: Kunst und Marken: Wer lernt von wem. Deutsche Originalversion des englischsprachigen Beitrags in: Art & Branding – Principles, Interaction, Perspectives. Zürich, S. 43–56

The Yes Men: Die Macht der Ja-Sager (Interview), in: Schweizer Monat, Ausgabe 995, April 2012, S. 24-28.

Ullrich, Wolfgang 2003: Kunst als Arbeit? Aus der Geschichte eines anderen Kunstbegriffs, in: Wolfgang Ullrich: Tiefer hängen. Über den Umgang mit der Kunst, Berlin, S. 129-151

Ullrich, Wolfgang: Das dreifache Ende der Kunst. in: Schweizer Monat, März 2017, S. 44-48

Leistungsnachweis / Testatanforderung

Präsenz: 80% Anwesenheit, aktive Mitarbeit

Lektüre: ALLE Teilnehmenden müssen ALLE Einführungstexte zu ALLEN Veranstaltungen vorgängig lesen.

Inputreferat: Muss von allen Studierenden einmal im Verlauf des Seminars geleistet werden. Ein Inputreferat dauert ca. 20-30 Minuten und umfasst eine Biographie des Autors/der Autorin, eine Beschreibung der wichtigsten Denk- und Theorie-Ansätze, präsentiert die zentralen Publikationen und stellt einen ersten Bezug zum Thema der daran anschliessenden Lektüre her, konzentriert sich also auf den gemeinsam zu lesenden Text im besonderen.

Seminararbeit: Die Seminararbeit umfasst einen Text von mindestens 15 000 Zeichen und maximal 20 000 Zeichen (inkl. Leerzeichen). Die Arbeit wird digital und ausgedruckt im Format A4 abgegeben. Dazu kommen ein Titelblatt mit Titel, Autor und Inhalt sowie ein Quellenverzeichnis.

Die Seminararbeit erfüllt die Ansprüche einer wissenschaftlichen Arbeit. Sie beruht

auf einer fundierten Recherche und einer vertiefenden, innovativen Auseinandersetzung der/des Studierenden mit dem Thema. Die Seminararbeit geht über den Rahmen einer herkömmlichen Recherche hinaus, indem sie eine eigene These entwickelt und diese überprüft und kritisch würdigt. Beurteilt werden Konzept, Recherche, Analyse, Inhalt/Aussage und persönliche Auseinandersetzung mit dem Thema.
Abgabe: bis Weihnachten.

Termine	Das Seminar findet jeweils montags vom 1. Oktober bis 3. Dezember 2018 statt.
Dauer	9:00 bis 12:00 Uhr
Bewertungsform	Noten von A - F