

Laura Kowalewski

Prestige, Preis, Popularität. Eine Diskursanalyse über den Wert der Kunst

Bachelorarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2013 GRIN Verlag
ISBN: 9783668756854

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/433526>

Laura Kowalewski

**Prestige, Preis, Popularität. Eine Diskursanalyse über
den Wert der Kunst**

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Leuphana Universität
Major Angewandte Kulturwissenschaften
Bachelor-Thesis
Abgabedatum: 10. Juli 2013

**PRESTIGE, PREIS, POPULARITÄT – EINE DISKURSANALYSE ÜBER DEN WERT
DER KUNST**

PRESTIGE, PRICE, POPULARITY – A DISCOURSE ANALYSIS ON THE WORTH OF ART

Kowalewski, Laura

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	- 1 -
1.1	Relevanz und Ziel der Fragestellung.....	- 1 -
1.2	Struktur und Forschungsperspektive	- 2 -
2	Das Wertproblem der Kunst als diskursanalytischer Untersuchungsgegenstand	- 3 -
2.1	Die Wissenssoziologische Diskursanalyse.....	- 3 -
2.2	Die forschungspraktische Umsetzung der Diskursanalyse zum Wertproblem.....	- 5 -
3	Der Wert der Kunst im Diskurs	- 7 -
3.1	Die Diskursfragmente, ihre Strategien und Deutungsmuster	- 7 -
3.2	Der Einfluss des Dispositivs.....	- 25 -
4	Schluss	- 32 -
5	Anhang	- 35 -
6	Quellenverzeichnis	- 66 -
6.1	Literatur	- 66 -
6.2	Online-Quellen	- 68 -

1. Einführung

1.1 Relevanz und Ziel der Fragestellung

„Was ist der Wert der Kunst? Welches Begehren lässt Dinge ohne einen unmittelbaren Gebrauchswert zu wertvoller Kunst werden?“¹, fragen Massimiliano Nuccio und Holger Kuhn im Ankündigungstext des internationalen Symposiums „Gold, Weihrauch und Malerei – Notion and Representation of Value in Art“, der im Januar 2013 im Kunstraum der Leuphana Universität Lüneburg stattfand. Die Einführung wie auch das Symposium selbst schildern, wie Personen aus der Praxis des Kunstfeldes ebenso wie aus der Wissenschaft Zeit und Reflektion für diese Fragen aufwenden, mit Kunst aktiv Werte handeln oder diese in Publikationen schriftlich verhandeln.

Die Thematik des Wertproblems in der Kunst ist eine breit diskutierte. Bereits die flüchtige Online-Recherche bestätigt die Aktualität und Publizität des Diskurses, die seine Forschungswürdigkeit bescheinigt: Millionen bis Milliarden Hits sind in der deutsch- und englischsprachigen Google Suche nach dem Wert der Kunst oder dem Kunstmarkt verzeichnet. Jährlich findet mindestens ein thematisch referierendes Symposium europaweit statt. Mediale sowie wissenschaftliche Veröffentlichungen und Symposien produzieren und reproduzieren stetig Positionen zu Wertdimensionen und ihren jeweiligen Konstitutionen. Sie bewegen sich in diversen Disziplinen von Kunsthistorik oder -soziologie über Kunstkritik bis zur (Kultur-) Ökonomie. Eine Analyse des Diskurses selbst ist allerdings nicht bekannt.

Die auf den Wertbegriff Bezug nehmenden Publikationen aus Wissenschaft sowie kunst- und kulturschaffendem Bereich sind auch Folge und Begleiterscheinung zu den extremen Schwankungen auf dem Kunstmarkt Ende der 1980er sowie zur Finanzkrise 2007-08². Oft wird in der Literatur die Bedeutung von, mit jenen Marktgeschehnissen assoziierten, Rekordpreisen hinterfragt und dem ästhetischen bzw. inhaltlichen Wert eines Kunstwerkes gegenübergestellt. Was bestimmt den Wert zeitgenössischer Kunst? Um diese Frage zu beantworten, erfordert dies zunächst die Feststellung der möglichen Wertdimensionen von denen bereits ökonomischer Wert, häufig als *Preis* zitiert, sowie ästhetischer, künstlerischer Wert, dem *Prestige* gleichkommend, benannt worden sind. Oder aber liegt der Wert der Kunst in seiner *Popularität*, der Bekanntheit der KünstlerInnen weltweit, ihrer Öffentlichkeitswirksamkeit im Sinne von Celebritystatus oder Google Hits? Weiterhin ist zu untersuchen, wer diese Werte

¹ Kuhn/Nuccio: Gold, Weihrauch und Malerei – Notion and Representation of Value in Art.
<http://kunstraum.leuphana.de/projekte/value.html> (06.07.2013)

² Die Resultate des Kunstmarktbooms stützen sich hauptsächlich auf Auktionsmarktergebnisse, siehe Artprice (2008;2009a;2009b).