

di:Angewandte

/ecm  
educating  
curating  
managing  
masterlehrgang für  
ausstellungstheorie & praxis  
an der universität für  
angewandte kunst wien

/ecm 2014–16

NINA GRANDA

# CURATING A MAGAZINE

COORDINATING PROFESSOR: NORA STERNFELD

***Magazine sind Felder, auf denen Formulierungen aufgestellt sind, auf denen die Gedanken sich formen, die Gestalt sich äußert. Magazine sind Foren, in denen die Beziehungen zwischen Kunst, Publikum und Theorie unentwegt untereinander verhandeln. Redaktionsausschüsse sind vergleichbar mit kleinen Akademien. Sie sind Brücken zwischen Schaffenden und Lesern, zwischen kleinen Interessengruppen und breiten öffentlichen Kreisen. Sie aktivieren und geben Material für den Gebrauch frei, das es so in der Mainstream-Welt der Ideen nicht zu finden gibt.***

***Georg Schöllhammer im Editorial des Documenta 1, 2007***

# INHALT

## **EINLEITUNG**

### **1. MAGAZIN**

**Magazine materialisieren Visionen**

**Beispiele, die Veränderungen der letzten 20 Jahre**

### **2. MEDIEN IM ZEITALTER DES INTERNETS**

**Wettbewerb zwischen Printmedien und Internet**

**Zeitungen und das Internet**

**Leserprofile und ein kurzer Blick in die Geschichte**

**Digitaler Kapitalismus – der unvorhergesehene Kurator**

**Medien in der Kultur**

### **3. OUTSIDER IM KONTEXT DES STUDIENPROGRAMMES »ECM«**

#### **3.1 Education**

**Education – Versuch einer Definition**

**Outsider und das Potenzial für education**

**Internationaler Meinungs-austausch**

**Beteiligung des Publikums: öffentliche Diskussionen und Veranstaltungen**

**Die Leser**

#### **3.2 CURATING**

**Outsider und Curating**

**Kuratieren und kuratorische Wende (curatorial turn)**

**Kreieren eines ideellen und mentalen Kontexts – die Verbindung der Arbeit des Redakteurs und des Kurators**

**Editieren und editorial turn**

**Redaktionsarbeit als Kuratieren**

**Das Inhaltskuratieren und Outsider**

**Inhaltskuratieren am Beispiel der 7. Ausgabe der Zeitschrift**

**Outsider – über Schönheit**

#### **3.3 MANAGEMENT**

**Outsider und Management**

**Werbung**

**Beteiligung des Publikums: Wettbewerb**

**Führung und Kontrolle**

## **ABSCHLUSS**

## **BIBLIOGRAPHIE**

# EINLEITUNG

Die Ausgangsfrage meiner Masterarbeit ist, worin sich das Kuratieren einer Kunstaussstellung von der Tätigkeit eines Redakteurs eines Kulturmagazins unterscheidet, vor allem aber, wo die Gemeinsamkeiten liegen. Wie kann man mit kuratorischen Kenntnissen ein Kulturmagazin redaktionell bearbeiten? Worin ähnelt die kuratorische Arbeit jener der Redaktion eines Magazins? Worin bestehen die Ähnlichkeiten im Bereich der Inhaltsauswahl, der Leitung der Mitarbeiter, der Suche nach dem roten Inhaltsfaden? Wie äußert sich bei der Arbeit des Kurators und bei der des Redakteurs die Absicht, das Publikum bzw. die Leser auszubilden (zu fördern, zur kritischen Betrachtung, auf Englisch *education*, to educate)? Worin bestehen die Ähnlichkeiten zwischen dem Management einer Kunstaussstellung oder dem eines Kulturmagazins?

Ich werde versuchen zu erforschen, wie sehr sich die Rollen des Kurators und des Redakteurs in den letzten 20 Jahren verändert haben – insbesondere vor dem Hintergrund der sozialen Medien und der Möglichkeiten, die das Internet mit sich bringt. Ich möchte die ausgewählten relevanten Online-Magazine oder gedruckten Zeitschriften durch die Optik *education*, *curating* und *management* reflektieren. Dabei werde ich von der Methodologie des Vergleichens und Beobachtens Gebrauch machen; »des empirischen Denkens«<sup>1</sup>. Ich werde den Fragebogen befolgen, der dem Muster von Christian Rapp folgt, und dem ich einige Fragen hinzugefügt habe (Beilage 01). Auf der Grundlage der ausgewählten Zeitschriften<sup>2</sup> werde ich über die aktuelle Lage auf dem Gebiet der Kulturzeitschriften reflektieren. Da sich der Medienraum im Laufe der letzten 20 Jahre unter dem Einfluss des Internets enorm verändert hat, werde ich dem Reflektieren über dieses Phänomen ein ganzes Kapitel widmen.

Meine Hypothese lautet, dass das Editieren eines Kulturmagazins heute sehr der Funktion eines Kurators gleicht. Der Kurator hat sich von seiner überlegenen Position des Selektors zu den Schaffenden gewandt. Der Kurator ist Partner der Künstler, ihr Ansprechpartner und zugleich ihr schärfster Kritiker und wohlwollender Betreuer.<sup>3</sup> Zudem noch ist der moderne Kurator Produzent, Vermittler und Schöpfer. Paul'o Neill schreibt in *The Curatorial Turn*<sup>4</sup>, dass Autoren in den neunziger Jahren »das Kuratieren als ein potenzielles Nexus für Diskussionen, Kritik und Debatten« geschaffen haben. Der Kurator tauschte seine ursprüngliche Funktion des Betreuers gegen eine aktivere und kreativere Rolle in der Kunstproduktion. (*»Curator turned from a person who works at some remove from the processes of artistic production, to one actively »in the thick of it«*). Der Kurator ist eine Person, die den Diskussionsraum aktiv mitgestaltet, die versucht, die Künstler zu leiten und ihre Werke in einen bestimmten Kontext einzuordnen. Der Kurator wirkt nicht autoritär, sondern »infiltriert Angebote und Vorschläge in die Kapillaren der Gemeinschaft.«<sup>4</sup> Das Kuratieren dehnte sich von Ausstellungen und künstlerischen Institutionen auf andere Schaffensbereiche aus, unter anderem auch auf den Bereich der Erstellung von Magazinen. Die Arbeit eines Kurators, genauso wie die Arbeit eines Redakteurs, verbindet die Elemente *educating*, *curating* und *management*.

So wie wir von einer Wende auf dem Gebiet des Kuratierens sprechen, können wir auch von einer Wende im Bereich der Redaktion sprechen. Meine These ist, dass sich die beiden Rollen unter dem Einfluss der veränderten Technologien, der Lebensart und der allgemeinen Kultur gegenseitig angenähert haben. Der Redakteur ist zum Kurator geworden und der Kurator zum Redakteur.

Auch die Arbeit des Redakteurs hat sich inzwischen modernisiert. Die Redaktion war früher konzentriert auf die Beziehung zwischen Autor (Journalist) und Redakteur, der den »bösen Leser« darstellte, der nach Fehlern suchte, um dem Autoren ein möglichst gewichtiges und stilistisch vollendetes Endprodukt zu gewährleisten, wenn ich Neda Pagon, die slowenische Redakteurin des Verlags Studia Humanitatis, paraphrasiere. *»Der Redakteur ist verantwortlich für alle Auswahlen und alle falschen Entscheidungen; er steht in keinerlei idyllischem Verhältnis weder mit Autoren noch mit dem Markt oder dem Staat.«*<sup>5</sup> Der Redakteur sorgt nach eigener Beurteilung für bestmögliche Qualität der einzelnen Texte, so dass er mit Autoren zusammenarbeitet, kritisch ihre Arbeit reflektiert, auf die Möglichkeit zusätzlicher Ansichten hinweist. Der Redakteur im Magazin sorgt dafür, dass die ausgewählten Texte in einen geeigneten Kontext eingeordnet werden; er bestimmt den Rhythmus, die Gegensätze und die Dramaturgie des Ganzen. Das Schaffen eines spezifischen Kontexts ist die schöpferische kreative Arbeit des Redakteurs/Kurators.

Im letzten Jahrzehnt tauchte im Internet noch ein neuer, »unbekannter« Kurator auf – das sind Algorithmen, nach denen Suchmaschinen kuratieren, welche Inhalte, Informationen, Artikel und welches Bildmaterial die Webnutzer zu sehen bekommen. Wir denken zwar, wir suchen im Internet ganz frei nach Inhalten, die uns interessieren, doch wir bekommen bereits vorselektionierte Resultate. Der Algorithmus suchte sie auf Grund unserer vorherigen Suchen und der persönlichen Daten, die wir im Internet gelassen haben, heraus. Gedruckte Medien sind sicher vor solchem aufgedrängtem »Editieren«, andererseits jedoch sind sie viel beschränkter mit ihrer Möglichkeit der Distribuierung – und daher der Leser. Durch dieses Bewusstsein versuche ich das Verhältnis zwischen gedruckten Medien und Online-Medien zu erforschen.

Während meines Studiums des Programms »ecm« habe ich im Einklang mit solchen Überlegungen mein Projekt in der Praxis entwickelt. Ich entwarf und lancierte *Outsider*, eine internationale Kulturzeitschrift. Die Zeitschrift versucht den Themen *education/curating/management* in Einklang mit der Art und Weise, wie sie im Studienprogramm behandelt werden, gerecht zu werden. Die erste Ausgabe der Zeitschrift *Outsider* erschien am 9. Mai 2015, im 2. Studiensemester, und zwar in slowenischer und in deutscher Sprache.

Zum Zeitpunkt der Fertigstellung meiner Masterarbeit sind bereits 7 Ausgaben in slowenischer und 4 in deutscher Sprache erschienen. Die im Studium erworbenen theoretischen Kenntnisse versuche ich stets praktisch anzuwenden und zu überprüfen. (Beilage 2)

1 – Künstlerische Forschung – Ein Handbuch; Denken/ Reflektieren; Jens Badura, Selma Dubach, S. 123–126

2 – Texte zur Kunst, springerin, derive, archdaily, Domus, Triple Canopy, e.flux, frieze

3 – Hans Ulrich OBRIST, Kuratieren!, München 2014.

4 – Paul O'NEILL, *The Curatorial Turn: From Practice to Discourse*, in: Judith Rugg et al. (Hg.),

5 – *Issues in Curating Contemporary Art and Performance*, Chicago 2007, S. 11–28

6 – Neda Pagon: *O delu knjižnega urednika; V red dajanje, Pogledi*, let. 4, št. 1, 9. januar 2013

# 1. DAS MAGAZIN

**Was bedeutet Magazin? Was ist seine Funktion, worin besteht sein Sinn und Zweck? Wer liest es, wer kreiert es und wie hat sich das Magazin in den letzten Jahrzehnten im Bereich der Kultur verändert?**

Die Rolle von Kunstzeitschriften hat sich in den letzten 20 Jahren verändert: Zunehmend definieren sich Magazine und Zeitschriften im Kunstfeld als AkteurInnen, die die Geschehnisse nicht nur abbilden, sondern vorantreiben und reflektieren.

Kunstmagazine erzeugen einen öffentlichen Raum der weit über die bloße Präsentation von Kunstwerken hinausgeht – ein Raum der Debatte und der Imagination. Er kann zum Überdenken der eigenen Entwicklung der Künstler dienen, eine Gelegenheit zur Selbstreflexion und zum visionären Selbstentwurf bieten, to imagine ourselves. Mit anderen Worten: ein Magazin stellt nicht nur Raum zur Veröffentlichung von Kunstwerken dar, sondern wird selbst zum Kontext, in dem Kunstwerke produziert werden, deren Entwicklung gefördert und ihre Bewertung ermöglicht wird.

Obwohl künstlerische und kulturelle Magazine sehr unterschiedlich sein können, teilen sie den gemeinsamen Wunsch, ein künstlerisches Medium zu schaffen – eine Erweiterung und Raum des künstlerischen Wirkens.

Magazine erscheinen periodisch: in regelmäßigen Zeitabschnitten, eine gewisse Zeit lang. »Diese bestimmte Zeitspanne ist eine der wichtigsten Eigenschaften dieses Genres, das Leser und Texte miteinander verbindet, um sich ein Publikum zu schaffen. Dadurch kann der Raum zugleich reflektieren – mit dem Veröffentlichenden von Werken einer bestimmten Zeit – und mitgestalten. Das Magazin ist ein äußerst kollaboratives Medium, das anhand des Mitwirkens und der gemeinsamen Arbeit von Autoren, Redakteuren und Designern – und auch Lesern – entsteht. Der Leser hat im Magazin eine offene Möglichkeit zu wählen, was und in welcher Reihenfolge er lesen möchte. Bis zu einem gewissen Grad ist er sein eigener Kurator. Ein Buch beispielsweise lässt so etwas nicht zu. Die Vielfalt der Inhalte eines Magazins versichert, dass der Inhalt jedes Mal ein etwas offenes Ende hat, dass er keine endgültigen Abschlüsse schafft, sondern immer die Möglichkeit bietet, etwas aufs Neue zu lesen und darin nach alternativen Bedeutungen zu suchen. Das Magazin ist nie eine einzelne bestimmte Sache, sondern immer mehrere Sachen zugleich und, was noch wichtiger ist, es stellt die Beziehung dar zwischen den Sachen, die Beziehung, die sich ständig entwickelt und wendet, sowohl im Rahmen der einzelnen Ausgabe als auch in einer Reihe von Ausgaben in einem gewissen Zeitraum.«<sup>1</sup>

Das Wort Magazin stammt aus dem arabischen Wort *makhzan*, das »Lager« bedeutet. Der Ausdruck Magazin wurde im 18. Jahrhundert zum ersten Mal als Wort für gedruckte Periodika verwendet. Er bezeichnete die Funktion eines Containers für verschiedene eklektische Inhalte, von Poesie bis hin zu Chemie und Meteorologie. Diese Vorstellung von einem Magazin war eine Art öffentlicher Sammlung bzw. Kollektion und erschien gleichzeitig mit dem Aufkommen der ersten künstlerischen Ausstellungen. Eines der ersten Magazine hieß sogar Das monatliche Museum des Wissens und der rationalen Unterhaltung (Monthly Museum of Knowledge and Rational Entertainment). Im 19. und 20. Jahrhundert blühte das Entstehen von illustrier-

ten Bildmagazinen auf, die das Magazin als betont visuelle Form der Wissensvermittlung gestalteten, eingegliedert in die spektakuläre Medienkultur.<sup>2</sup>

Magazine kommen in vielen verschiedenen Formen vor, vom Glossy Magazin Artforum bis hin zu »DIY« Zinen. In all ihren Erscheinungsformen haben Magazine wesentlich zur Entwicklung und Bewertung von Kunstwerken beigetragen. In den sechziger und siebziger Jahren des letzten Jahrhunderts stellten die Magazine ein Feld für Experimente mit Formaten, konzeptuellen und gesellschaftlichen Arten dar, Arten der Distribution, die den Mainstream-Institutionen ausweichen würden, und formierten ihr Publikum und ihren öffentlichen Raum. Das ist noch heutzutage Zweck der Kunstmagazine: das Schaffen von Publikum, eines öffentlichen Raums zum Meinungsaustausch und zur Reflexion über Kunst und Gesellschaft.

## Magazine materialisieren Visionen

Auch Architekturzeitschriften präsentieren zunächst Platz zum Publizieren von realisierter und unrealisierter Architektur. Vor allem unrealisierte architektonische Werke in solchen Publikationen erleben ihre Realisierung auf ideeller Ebene und können immense Folgen für die Umwelt haben.

Ein Beispiel der unrealisierten Architektur, das allein mit der Veröffentlichung einer architektonischen Idee eine Bewegung in der Gesellschaft auslöste, ist der unrealisierte Wettbewerbs-Entwurf von Rem Koolhaas für zwei Bibliotheken, vereint in einem Gebäude im Rahmen des Universitätsgeländes Jussieu in Paris. Die Wettbewerbsaufgabe sah eine Wiederbelebung des Campus durch eine Bibliothek vor, die in eine Plattform mit Treffpunkten, unter anderem für außerschulische Aktivitäten von Studenten überwächst. Koolhaas konzipierte sie als Doppelspirale, ihre Struktur ähnelt der der DNS und hat die Rolle eines *vertikalen Boulevards*. Das ganze Gebäude wird so zur bedeckten Promenade. Die Bibliothek ist die Verlängerung der Straße und der Inhalt der Bibliothek – die Bücherregale – Elemente der Attraktion für die Benutzer. Demzufolge ist das Objekt nicht konventionell strukturiert aus horizontalen Flächen, die aufeinander gestapelt werden, sondern als Verflechtung von Wegen, die den Benutzer durch die Räume führen bzw., wie Koolhaas sie genannt hat, eine Folge von unerwarteten Ereignissen (*ang. series of incidents*), die den Benutzer zur Interaktion zwingen. Das Modell der Bibliothek stellt also ein Architekturkonzept um die Idee einer Bibliothek als öffentlicher Platz dar.<sup>3</sup>

Die Idee des Objekts als öffentlicher Platz kann in die architektonische Sprache, in das oben geschriebene Konzept nur mit spezifischen Kenntnissen, typisch für Architekten, übertragen werden. In diesem Beispiel geht es aber noch um etwas mehr. Das Modell stellt eine neue, bis dahin noch nie gesehene Typologie einer Bibliothek dar, die mit ihrem Konzept auf eine andere, scharfsinnige Art und Weise auf das Programm der modernen Bibliothek antwortet. Der Blickwinkel, durch den die Typologie behandelt wird, ist ein anderer. Nicht nur, um anders zu sein, sondern auch darum, weil er auf die heutige Zeit und Situation antwortet. Darüber hinaus wird das Architekturkonzept für Jussieu zum Musterbeispiel (*case-study*) für die nachfolgenden Ge-

1 – The Magazine, Edited by Gwen Allen, Whitechapel Gallery London, the MIT press Cambridge, Massachusetts, 2016, s. 12

2 – The Magazine, Edited by Gwen Allen, Whitechapel Gallery London, the MIT press Cambridge, Massachusetts, 2016, s. 12

3 – Quelle: Sanford Kwinter, "Concepts: The Architecture of hope; on Difficulty and Innovation", in: Harvard Design Magazine, No. 19 / Architecture as Conceptual Art? Blurring Disciplinary Boundries, 2003

nerationen von Architekten. Obwohl die Bibliothek nie gebaut wurde, hat sie einen architektonischen Wert, der sich durch das Modell im Architekturkonzept zeigt.<sup>3</sup>

Genau die Veröffentlichung dieser Wettbewerbs-Lösung in zahlreichen Publikationen hat diese Architektur in gewisser Weise materialisiert, zwar auf eine andere Art, als wenn sie gebaut worden wäre, jedoch mit genauso weitreichenden Konsequenzen für die Entwicklung der Architektur und der Idee.



Quelle: Sanford Kwinter, 'Concepts: The Architecture of hope; on Difficulty and Innovation', in: Harvard Design Magazine, No.19 / Architecture as Conceptual Art? Blurring Disciplinary Boundries, 2003

»Die Medien befinden sich heutzutage in einer Krise und im Übergangsprozess, wo noch nicht ganz sicher ist, auf was für eine Art sie sich transformieren werden. Trotz der Krise, die vom Aufkommen der digitalen Medien verursacht wurde, ist der Trend der Rückkehr zu den elementaren Formen der gedruckten Medien und ihrem grundlegenden Zweck stark. Dieser Trend ist deutlich erkennbar in der starken Zunahme an Kunstmagazinen, Büchern, Messen für künstlerische Publikationen und Ausstellungen mit demselben Thema. Gleichzeitig haben die Kunsthistoriker und Kuratoren die Bedeutung der Magazine als unikates Dokument ihrer Zeit sowie als interessanten Ausstellungsschauplatz erkannt,« wie Gwen Allen in der Einleitung des Buchs *The Magazine* schreibt.<sup>4</sup>

Wie Benjamin erklärte, verursacht das Aufkommen eines neuen Mediums nur selten den Untergang eines alten, sondern eher die Veränderung des bestehenden Mediums – es aktiviert ermutigende Überlegungen über die Bedeutung, die Fähigkeiten und die Begrenzungen des alten Mediums.<sup>5</sup>

Deshalb bin ich der Meinung, dass es an der Zeit ist für die Entwicklung und Lancierung eines neuen gedruckten Mediums über Kultur. Das neue Magazin muss jedoch die veränderten Umstände bewusst durchdenken und anwenden, z. B. in der Vereinigung der Formate des digitalen Magazins, des gedruckten Magazins und zusätzlicher öffentlicher Aktivitäten.

Ein historisches Beispiel eines Kulturmagazins aus Slowenien: **Kmetijske in rokodelske novice** waren eine slowenische Zeitung, die zwischen 1843 und 1902 erschien. Ihr Redakteur war Janez Bleiweis<sup>7</sup>. Als Praktiker und Veterinär hat er der Zeitung *Novice* eine persönliche Note verliehen. Er war auch dafür bekannt, dass er fachliche und literarische Beiträge als Redakteur mit kritischen Bemerkungen versah, die sich manchmal sogar negativ auswirkten. Dadurch schreckte er des öfteren junge literarische Mitarbeiter von den *Novice* ab.<sup>6</sup>

*Novice* waren zunächst als Hilfe für Landwirte und Handwerker bestimmt, wurden aber später auch von Intellektuellen gelesen.

Im kulturellen Sinne hat die Zeitung *Kmetijske in rokodelske novice* sehr viel erzielt. Es geht um die Konsolidierung der einheitlichen slowenischen Standardsprache und der überhaupt vielseitigen kulturellen Entwicklung des slowenischen Volkes. Für *Novice* schrieben die besten Dichter und Literaten Slowe-

niens, auf dem Titelblatt wurden Gedichte veröffentlicht.

Im heutigen Kontext ist die Hybridstruktur der praktischen Tipps und Artikel über Kultur und Politik interessant – es ging um ein Magazin, das die Gesellschaft von damals widerspiegelte. Mit Artikeln über das Geschehen in Wien, Trieste und sogar Paris bereicherte es die slowenische Kultur und hielt zu Verbesserungen an.



### Ein historisches Beispiel einer Kulturzeitschrift auf österreichischem Boden – „Das Andere“ von Adolf Loos

Die Zeitschrift *Das Andere*<sup>7</sup> wurde von Loos nach seiner Rückkehr aus Amerika, wo er sich für die neue funktionale Architektur und die allgemeine moderne Kultur begeistert hatte, redigiert und auch fast ausschließlich von ihm verfasst. Nach einer Reihe von Artikeln in der bedeutendsten liberalen Wiener Zeitung *Neue Freie Presse* erschienen im Jahre 1903 zwei Nummern von Loos' eigener Zeitschrift, die auch die letzten blieben – der letztliche Misserfolg der Publikation ist allenfalls ein Beweis ihrer herausragenden Qualität. Ganz gewiss ist Adolf Loos noch heute der beste Vertreter der schwierigen Doppelrolle Architekt-Textautor: nicht nur wegen seines Scharfblicks und des großen Einflusses seiner Ideen, sondern auch wegen seines außerordentlich ausgefeilten und polemischen Stils. In unserer Zeit kann ihm mit Vorbehalt nur Koolhaas als lauer Nachfolger in der architekturorientierten Kulturpublizistik dienen. Wie es sich für einen Protofunktionalisten gehört, orientiert sich auch in den Texten die Form an der Funktion – und die Funktion der Zeitschrift *Das Andere* bestand darin, den zum reinen Selbstzweck gewordenen Alltag der Wiener Secession und zugleich die österreichische Bequemlichkeit aufzuwühlen. Der Untertitel der Zeitschrift – „Ein Blatt zur Einführung der abendländischen Kultur in Österreich“ – ist eine klare Kriegserklärung an beide. Loos schreibt in der Zeitschrift eigentlich nicht viel über Architektur. Mehr ist er an der allgemeinen Kultur, der Inneneinrichtung, der Wohnkultur interessiert; es scheint ihm nicht einmal überflüssig, genau zu beschreiben, wie man essen (und die Speisen salzen!) sollte, wie man sich kleiden und an welcher Seite man die Dame auf der Straße begleiten sollte (mit praktischen Beispielen bei allen möglichen Variablen) – kurzum, wie man ein moderner und kultivierter Mensch ist, so wie Loos diese zwei Begriffe auffasste. Da die Zeitschrift einen ausgesprochen lehrhaften Zweck verfolgt,

4 – Quelle: Sanford Kwinter, "Concepts: The Architecture of hope; on Difficulty and Innovation", in: Harvard Design Magazine, No. 19 / Architecture as Conceptual Art? Blurring Disciplinary Boundries, 2003

5 – Walther Benjamin, *Umetnina v času, ko jo je mogoče tehnično reproducirati*, 1936

6 – Bernard Nežmah: *Časopisna zgodovina novinarstva na Slovenskem v letih 1797-1989, 20127- www.architektenlexikon.at/de/362.htm*



enthielt sie auch eine Rubrik mit Briefen und Antworten auf sie. Diese war zweifellos als Bildungsbeitrag und zugleich als polemischer Kontakt des Autors mit den Lesern gedacht.<sup>8</sup>



(Der Text über die Zeitschrift „Das Andere“ stützt sich auf den Beitrag von Miloš Kosec in der 2. Ausgabe der Zeitschrift „Outsider“.)

### Beispiele der Veränderungen der letzten 20 Jahre

Die Hauptveränderung in den letzten 20 Jahren ist in der Art des Lesens – das Knistern von Papier wurde hauptsächlich durch Lesen vom Bildschirm ersetzt. Dafür erschienen zahlreiche Web-Editionen und die bereits existierenden gedruckten Zeitschriften bekamen zusätzliche Webkanäle. Das Internet ist mit den sozialen Netzwerken verbunden, die eine schnelle Promotion und Kommunikation mit dem Leser ermöglichen. Kunstmagazine wurden zum Raum für Kritik und Wertfestlegung eines Kunstwerks. Der Webraum ist sozusagen unbegrenzt, während Druckausgaben ihre Begrenzungen haben. Der Platz auf den gedruckten Seiten ist der Mehrwert des Kunstwerks. Nur ausgewählte Werke werden vom Kurator-Redakteur in die Papierausgabe eingeordnet. Obwohl auch im Internet selektioniert wird, sind die Kriterien für den Druck gewöhnlich höher. Einen Beweis dafür bietet das Erscheinen der Webmagazine, wie z. B. die Internetseite ArchDaily.

Ich werde einige Web- und Druckmagazine aus den Bereichen der Kunst und Architektur untereinander vergleichen. Dabei werde ich den Fragebogen berücksichtigen (Beilage 1).



### ArchDaily, 2008

ArchDaily<sup>9</sup> ist eine Internetplattform in englischer Sprache, die 2008 erschaffen wurde und deren Besucherzahl sich seit Anfang an exponentiell erhöht. Sie funktioniert so, dass Architekten selbst ihre Werke schicken, die von ArchDaily veröffentlicht werden. Die Redaktion hatte ihren Sitz zuerst in Chile.

Dort werden kurze Beiträge mit attraktiven Fotos und Architekturplänen veröffentlicht. ArchDaily ist ein Beispiel eines Mediums, das die Eigenschaften des Internetlesens ausnutzt, vor allem das »Voyeurlesen« und die kurze Aufmerksamkeit. Anstelle von vertieften Inhalten bietet es wenig Text, dafür aber viele schöne, glanzvolle Fotos interessanter Architekturprojekte. ArchDaily könnte man sogar fast als Lager bezeichnen, in dem nahezu alles veröffentlicht ist, was die Architekten in aller Welt aufstellen und was zumindest etwas vom Durchschnitt aufwärts abweicht. Deshalb ist ArchDaily eine ausgezeichnete Basis für das Suchen von Informationen, einer schnellen Inspiration

oder Erholung von der »ernsthaften Arbeit« beim Anblick von attraktiven Fotos und Plänen. So viele Projekte könnten nur schwer auf andere Art und Weise dargestellt werden. Das Zeigen von Architekturprojekten mit schönen Fotos und Plänen ist praktisch und funktioniert gut als »Datenbank«, hat jedoch kein Hauptthema, keinen roten Faden, keine Dramaturgie. Auf ArchDaily gibt es jeden Tag 20 Veröffentlichungen, was 600 im Monat beträgt bzw. 1800 in drei Monaten. Das ist eine wesentlich größere Auswahl an Werken als in der Zeitschrift, die wegen ihres beschränkten Umfangs eine viel strengere Selektion erfordert.

ArchDaily ist ein gutes Beispiel eines »Ausstellungsraums« im Magazin oder in der Webgalerie über Architektur. Der Redakteur ist hier der Kurator, der diese Werke selektioniert, jedoch nicht in ihr Entstehen oder den Formierungsprozess eingreift. Es gelang ihnen ein Medium zu schaffen, das nicht nur für Architekten, sondern auch für Künstler, Redakteure und Autoren die erste Seite mit Informationen ist, die sie sich jeden Tag ansehen. Im November 2016 erreichen sie schon 10 Millionen Besucher monatlich!

Ihr Hauptzweck ist das Informieren der Leser über Innovationen und Neuigkeiten auf dem Gebiet der Architektur und funktioniert sehr gut. Sie wecken im Leser Interesse und Neugier, mit Links zu Büros und zusätzlichen Inhalten wird ihm weiteres Recherchieren ermöglicht – wenn der Leser sich engagiert. Obwohl bei ArchDaily nach der inhaltlichen und künstlerischen Erneuerung im Jahr 2015 die Rubriken Interviews und Überlegungen hinzugefügt wurden als Antwort auf Kritiken über Oberflächlichkeit, ist ArchDaily noch immer vor allem eine Datenbank. In diesem Sinne könnte ArchDaily mit der Webgalerie des On view Magazins frieze verglichen werden, jedoch mit dem Unterschied, dass On view für einen Überblick der Kunstausstellungen und ihrer Reflexionen bestimmt ist. Obwohl bei ArchDaily die Möglichkeit besteht, Kommentare zu hinterlassen, kommt es unter den Veröffentlichungen nur selten zu konstruktiven Kritiken der Werke. Mehr als zur Kritik der Architektur ist ArchDaily der Promotion zugeordnet.

Redakteure kuratieren Inhalte unter den Vorschlägen, die ihnen von Architekten aus aller Welt zugeschickt werden.

### Triple Canopy<sup>10</sup>, 2008

Eine andere Position stellt das Newyorker Webmagazin Triple Canopy dar. Auch Triple Canopy entstand im Jahre 2008 und hat bisher 15 Webmagazine veröffentlicht und kulturelle Veranstaltungen in aller Welt organisiert, von New York bis Sarajevo. Wie Colby Chamberlain schreibt, begannen sie das Medium, mit dem Beschluss, dass es online geht, schon allein darum, weil die Kosten dafür wesentlich niedriger sind und weil die Leser auf diese Weise viel leichter zu erreichen sind. »Doch obwohl wir stundenlang im Internet nach Informationen gesucht haben, haben wir sehr wenige Inhalte wirklich gelesen.«<sup>9</sup> Sie haben das Motto »macht das Internet langsamer« (slow down internet) entwickelt. Die Eigenschaft von Triple Canopy ist, dass sie die Leseerfahrung vom Bildschirm dem Lesen auf Papier näherbringen will. Es wurde eine solche Grafik entwickelt, die dem Aussehen eines Buches folgt. Hier wird zum Lesen von längeren und vertieften Artikeln angehalten. *Triple Canopy ist ein Online-magazin, Workshop und eine Plattform für Redaktions- und Kuratorarbeit. Es erscheint in Zusammenarbeit mit Schriftstellern,*

8 – Miloš Kosec: Loos in »Das Andere«, Outsider, Ausgabe 02, Juli 2015, S. 176

9 – [www.archdaily.com/](http://www.archdaily.com/)

10 – Triple Canopy / The Binder and the Server, Art Journal, vol 70, no. 4 (New York, Winter 2011), S. 41



Planned Wilds and Self-Anointed Prophets  
Anjali Raza Kolb, Jaffer Kolb & Kameelah Janan Rashied

*Künstlern und Forschern. Es werden Projekte gefördert, die das Internet als ein spezifisches Medium nutzen, das öffentliche Foren ermöglicht, neue Lese- und Betrachtungsformen im Internet, Formen der Analyse der Ökonomie der Aufmerksamkeit (economies of attention) und Arten der Interaktion. So wird bei Triple Canopy der erweiterte Bereich der Publikationen bewertet, in die Geschichte der gedruckten Kultur eingetragen, während das Magazin als Plattform zum Erforschen der sich entwickelnden Formen und öffentlichen Räume wirkt, die sich um das Magazin herum bilden.<sup>9</sup> Mit Ausschreibungen und Wettbewerben unterstützen sie neue Projekte in der Entwicklung der digitalen Kreativität.<sup>14</sup>*

Im Unterschied zu ArchDaily verfügt Triple Canopy über seine eigene Dramaturgie und redaktionelles Denken. Es hält zum vertieften Lesen sowie langen Überlegen an und versucht im Internet dieselbe Lesequalität anzubieten wie in gedruckter Form. Es fordert einen engagierten Leser mit viel Konzentration.

Einzigartig und neu bei Triple Canopy sind die Höflichkeit den Lesern gegenüber und der Versuch, eine Leseerfahrung vom Bildschirm anzubieten, die der des Lesens von Büchern gleicht. Interessant ist auch, dass keinen populistischen Themen nachgegeben wird. Im November 2016 wurde nicht ein einziger Artikel veröffentlicht, der die US-Wahlen oder Donald Trump reflektieren würde, obwohl das Magazin in New York gelegen ist.<sup>26</sup>

Die Inhalte sind kuratiert und unter redaktioneller Leitung – das Redaktionsteam wählt die Autoren auf Grund des ausgewählten Themas aus und leitet sie.



### Texte zur Kunst<sup>11</sup>, 1990/2000

»TEXTE ZUR KUNST steht für kontroverse Diskussionen und Beiträge international führender Autor/innen über zeitgenössische Kunst und Kultur. Neben grundlegenden Essays bietet die 1990 in Köln von Stefan Germer (†) und Isabelle Graw gegründete und seit 2000 vierteljährlich in Berlin publizierte Zeitschrift Interviews, Gesprächsrunden und ausführliche Besprechungen zu Kunst, Film, Musik, Markt und Mode ebenso wie zu Kunstgeschichte, Theorie und Kulturpolitik. Seit 2006 erscheinen der umfangreiche, jeweils einem spezifischen Thema gewidmete Hauptteil sowie ausgewählte Besprechungen in Deutsch und Englisch. In jeder Ausgabe wird die Zeitschrift von international renommierten Künstler/innen mit exklusiven Editionen unterstützt.«<sup>10</sup>

Die Web-Edition äußert sich auf aktuelle Ereignisse aus den Bereichen der Soziologie und Gesellschaft. Kommentare zum Thema der US-Wahlen können im Kontext der Kunst wiederge-

funden werden usw. Sowohl die Zeitschrift als auch das Internet stellen ein Inhaltshybrid von Theorien, akademischen Essays, persönlichen Meinungen und Kolumnen dar. Beide spiegeln die heutige globale, auf allen Ebenen miteinander verflochtene Artszene wider. Wie Felix Bernstein schreibt, sind heutzutage die Rollen der Schaffer vermischt und das macht sich in der Orientierung der Zeitschrift bemerkbar.

»Um heutzutage in eine Anthologie aufgenommen zu werden, reicht es nicht, bloß Künstler/in zu sein, man muss es erklären; reicht es nicht, bloß Akademiker/in zu sein, man muss es fühlen; reicht es nicht, bloß Wissenschaftler/in zu sein, man muss mit den Blogs Schritt halten; reicht es nicht, bloß Blogger/in zu sein, man muss mit den Theorien Schritt halten.«<sup>12</sup> Die gedruckte Ausgabe wird im Internet mit dem Titelblatt, Inhaltsverzeichnis und ausgewählten Artikeln aus der Zeitschrift dargestellt, die auch online veröffentlicht werden. Es werden jedoch sehr wenige Artikel aus der Zeitschrift im Internet veröffentlicht, sie dienen eher als Teaser für den Inhalt.<sup>12</sup>

Gedruckte Ausgaben erscheinen viermal jährlich und erforschen gesellschaftliche Themen, wie z. B. Poesie, Medien, Fotografie, Mode, Architektur ... Die Zeitschrift und die Web-Edition erscheinen in deutscher und in englischer Sprache. Über Themen schreiben renommierte Theoretiker, Philosophen, Dichter, Publizisten und Künstler. Jede Ausgabe hat eine klare Dramaturgie und einen spezifischen Kontext. Interessant dabei ist, dass in jeder Ausgabe mindestens ein Künstler hervorgehoben und in der Zeitschrift präsentiert wird, und anschließend werden über die Website seine Werke verkauft. Dies ist eine interessante Verbindung von Druck und Internet sowie eine gute Promotion von Künstlern. So hält die Zeitschrift direkt die Leser dazu an, Kunst auch durch den Erwerb von Kunstwerken zu unterstützen. Die Zeitschrift wird mit Hilfe vom Verkauf von Abonnements und Werbeflächen finanziert.

Die Inhalte sind kuratiert und unter redaktioneller Leitung – das Redaktionsteam wählt die Autoren auf Grund des ausgewählten Themas aus und leitet sie. Das Team kuratiert die Inhalte und bereichert sie durch Beispiele aus der Geschichte.



### frieze magazine<sup>13</sup>

»frieze magazine entstand im Jahre 1991 und ist die führende Zeitschrift über moderne Kunst und Kultur.« So lautet die Beschreibung auf ihrer Website. *frieze* umfasst Essays, Kritiken und Kolumnen, verfasst von vorausdenkenden Schriftstellern, Künstlern und Kuratoren von heute. *frieze* erscheint achtmal im Jahr.

Frieze ist ein Medien- und Veranstaltungsunternehmen, das vier Publikationen beinhaltet, und zwar *frieze magazine*, *frieze d/e*, *Frieze Masters Magazine* und *Frieze Week*; drei internatio-

11 – [www.textezurkunst.de](http://www.textezurkunst.de)

12 – FELIX BERNSTEIN: DER UNANGREIFBARE AUFSATZ – ZUM AMAZON-DISKURS DER HYBRIDLITERATUR, 11. Oktober 2016 (<https://www.textezurkunst.de/articles/amazon-discourse/>)

13 – <https://frieze.com/faqs-frieze-magazine>



nale Kunstausstellungen, Frieze London, Frieze New York und Frieze Masters; ein Programm mit Kursen und Gesprächsrunden auf Frieze Academy, sowie frieze.com – der maßgeblichen Quelle für zeitgenössische Kunst und Kultur.

Frieze verknüpft eingehend Internet, Druck und Ereignisse, wie z. B. Kunstmessen und Fortbildungen. Im Internet werden sowohl selbstständige Inhalte veröffentlicht als auch solche, die mit frieze gedruckten Ausgaben oder Events verbunden sind. Wiederbelebt am Anfang des Jahres 2016, bietet die frieze-Website Expertenberichte und Meinungen zu aktuellen Ausstellungen an, Berichte über die wichtigsten künstlerischen Events aus aller Welt, bietet multimediale Inhalte und rühmt sich mit einem Archiv der letzten 25 Jahre. Die gedruckte Ausgabe von frieze ist auch als iPad-Applikation erhältlich.

Interessant ist die Rubrik On view; »*The definitive guide to current exhibitions at the leading galleries and museums around the globe*«.

Frieze ist interessant wegen des innovativen Geflechts von Internetinhalten, gedruckten Inhalten und Internetforen, Messen und Vorlesungen, die das Internet und physische Inhalte miteinander verbinden. Zur Bekanntgabe der Resultate der amerikanischen Präsidentschaftswahl 2016 wurde die Aktion *Imaginative protest* organisiert und darüber nachgedacht, wie Kunst auf Trump reagieren kann. Das Internet wird als Forum zum Diskutieren und Ideensammeln benutzt, zum Aktivieren der Leser zur Schaffung eines gemeinsamen Gesellschaftsraums. Es hält zum aktiven Dasein und zur Mitarbeit an.

Die Inhalte sind kuratiert und unter redaktioneller Leitung – das Redaktionsteam wählt die Autoren auf Grund des ausgewählten Themas aus und leitet sie. Das Team kuratiert die Inhalte und bereichert sie durch Beispiele aus der Geschichte. Auf Grund von moderierten Debatten und Treffen werden die Leser aktiviert – entweder zum aktiven Mitwirken in der Gesellschaft oder zum Kauf von Kunstwerken und zur Marktschaffung.



#### springerin: Hefte für Gegenwartskunst<sup>14</sup>

Im Jahre 1995 wurde in Wien die Zeitschrift springerin gegründet, die anspruchsvolleren Themen gewidmet war. Sie erscheint in deutscher Sprache, im Internet werden auch englischsprachige Inhalte veröffentlicht.

springerin ist das Magazin zur Kritik und Theorie der Kultur der Gegenwart. Es erscheint viermal jährlich und wendet sich an jene Öffentlichkeit, die kulturelle Phänomene als gesellschaftliche und politische wahrnimmt. springerin informiert über aktuelle Ereignisse und Tendenzen im Kulturbetrieb und beschreibt deren Bedingungen und Bedeutungen. Die Hefte erscheinen in deutscher Sprache und werden international vertrieben. springerin Netzeil fragt nach den Potentialen neuer Technologien. springerin Thema stellt Positionen, Motive, Konflikte und Debatten rund um ein virulentes Thema dar. springerin Artscribe informiert über wichtige Ausstellungen, Events und Publikationen.

Springerin wendet sich an ein breites, an Gegenwartskultur interessiertes Publikum. Neben Künstlern, Kulturvermittlern,

Galeristen, Sammlern, Museums- und Ausstellungsbesuchern dient das Magazin auch Lesern aus der Wissenschaft, den Medien und allen mit Themen der Populärkultur Beschäftigten als Kommunikationsmittel.

Die gedruckte Ausgabe wird auch bei springerin einer bestimmten ausgewählten Thematik gewidmet mit dem Versuch, sie so vielfältig wie möglich zu gestalten. Der Redaktionsausschuss befasst sich mit den Inhalten ähnlich, wie ein Kurator sich mit seiner Ausstellung befasst. Die Ausgabe, die zur Zeit vorbereitet wird (und Anfang 2017 erscheint), wird folgendermaßen angesagt:

Stand in den letzten drei Dekaden die Figur des Kurators/der Kuratorin im Zentrum des Ausstellungsbetriebes, deren Autorität und Autorschaft eine zentrale Rolle in den institutionellen Gefügen des etablierten wie des Off-Kunstabetriebes einnahmen, so scheinen sich in letzter Zeit zunehmend andere Formen der Kooperation im Ausstellungsfeld abzuzeichnen: Die Rede ist von einem Post-Curatorial Turn. Wie eng dieses neue Interesse für eine genreübergreifende Entwicklung von Ausstellungsformaten und Präsentationsformen mit neuen selbstorganisierten, aber auch institutionellen Konstellationen zusammenhängt, die an einer längerfristigen und kohärenten Ausstellungspolitik interessiert sind, und wie eng es mit Begriffen wie künstlerischer Recherche, alternativen Lehr- und Lernpraxen sowie der strukturellen Krise der Museen und des Festival- sowie Biennialwesens verknüpft ist – all dem geht das erste Heft des Jahres 2017 nach.<sup>15</sup>

**Springerin**<sup>16</sup> ist theoretisch gesehen eine außerordentlich relevante Zeitschrift, der es jedoch an visueller Innovativität mangelt. Im Gegensatz zu Internetmedien, die vollkommen dem Erscheinungsbild untergeordnet sind (wie ArchDaily), baut diese Zeitschrift nicht auf visueller Anziehungskraft.

Die Inhalte sind in Bezug auf das gewählte Thema kuratiert und unter redaktioneller Leitung.



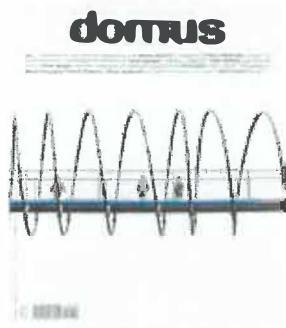
Die Zeitschrift **dérive**<sup>17</sup> – Zeitschrift für Stadtforschung mit Redaktionssitz in Wien gehört genauso zu den nonprofitablen, theoretischen Zeitschriften. Dort befasst man sich mit der Untersuchung der Stadt und der urbanen Kultur. Sie sind im Internet präsent, jedoch ohne inhaltliche Leitung, es geht hier mehr um die Präsentation der gedruckten Ausgabe. Interessant ist, dass sie sich mit dem Radio verbinden und Podcasts über urbane Themen und die Theorie der Stadt veröffentlichen.

14 – <http://www.springerin.at/de/> – über springerin

15 – Paul O'NEILL, The Curatorial Turn: From Practice to Discourse, in: Judith Rugg et al. (Hg.), Issues in Curating Contemporary Art and Performance, Chicago 2007, S. 13

16 – <http://www.springerin.at/de/>

17 – [www.derive.at/](http://www.derive.at/)



**Domus**<sup>18</sup> ist eine Zeitschrift über Architektur und Design, die 1928 vom Architekten Gio Ponti und dem Pater Giovanni Semeria aus dem Barnabitenorden gegründet wurde. Sie erscheint elfmal jährlich. Gegründet, um Ideen über stilvolle Innenausstattung zu verbreiten, hat Domus im Laufe der Jahre – durch seine vielen Redakteure – eine breite Palette von Nuancen auf den Gebieten der Architektur, der angewandten Künste, des Industriedesigns, der Kunst, der Städteplanung, des Editorial und der werblichen Grafik sowie der digitalen Kommunikation erforscht, immer mit einer internationalen Perspektive. Seit 2010 erscheint auch die Web-Edition Domus web, das Original in Italienisch, aber auch die deutsche und die englische Fassung.



**e-flux**<sup>19</sup> ist ein Beispiel eines Mediums, das erfolgreich relevante Inhalte und ein spitzennmäßiges Erscheinungsbild kombiniert.

Es wurde im November 1998 von Anton Vidokle, Regine Basha und Christoph Geronozisis gegründet, als sie im Hotel Holiday Inn im Newyorker Chinatown die Ausstellung »The Best Surprise is No Surprise« organisierten, die nur 12 Stunden zur Schau gestellt war: von 22 Uhr bis 10 Uhr vormittags. Die Einladungen zur Ausstellung wurden per E-Mails verschickt und wider Erwarten wurde sie von mehreren Hunderten von Leuten besucht. Einige Tage später stellten die Autoren fest, dass es einen Service für Galerien und Museen geben müsste, und ungefähr einen Monat später gründeten sie e-flux.<sup>20</sup>

e-flux entstand mit viel Improvisierung und ohne genauen Plan, außer dem Wunsch, frei zu agieren. Eine Plattform, geleitet von Künstlern. Die Idee war es, »to liberate time«, »to liberate space«, also Zeit und Raum freizumachen. Das bedeutet, dass sie sich nicht so viel mit Ausstellungen befasst haben, sie mussten keine Abgabetermine einhalten, was ihnen Raum und Zeit gab, all das zu machen, was sie wirklich wollten. Sie sind wirtschaftlich »unabhängig«, denn die kulturellen Institutionen, wie z. B. Museen, unterstützen sie, ohne sie im redaktionellen Sinn zu lenken. Ihnen genügt die Angabe über eine große Leserschaft. e-flux veröffentlicht dreimal täglich Artikel, die für diejenigen bestimmt sind, die sich aktiv an der Welt der modernen Kunst beteiligen.

e-flux ist die Antwort auf das Bedürfnis nach einer Plattform zur Kommunikation über moderne Kunst. Es ist sowohl für eine extrem lokale Szene als auch eine viel größere, globale Szene ge-

dacht. Die Herausgabe des e-flux Magazins erfolgte erst später. Die erste Ausgabe des e-flux Journals erschien im Jahre 2008. Jede Ausgabe der Zeitschrift wird von öffentlichen Veranstaltungen begleitet, die vom Redaktionsausschuss initiiert werden. Die Autoren meinen, sie haben kein Interesse daran, ein öffentlicher Service zu sein. Doch dadurch, dass sie ihren eigenen Bedürfnissen und Interessen folgen, antworten sie oft auf die öffentliche Problematik ... »We are not interested in public service, but by addressing our own needs and interests, we sometimes find ourselves touching on certain things commonly lacking.«<sup>21</sup>

Sie weisen jedoch darauf hin, dass ihr Ansatz nicht als Methodologie oder akademischer Ansatz verwendet werden darf – »because that would just kill it ...«<sup>21</sup>

Im Jahre 2014 lancierte e-flux die sogenannten *e-flux conversations*, „eine neue Plattform für tiefgründige Diskussionen über künstlerische und soziale Ideen.“ Das wechselnde Team von Redakteuren umfasst „Künstler, Philosophen, Journalisten, Gärtner, Dokumentaristen, Designer, Architekten, Politiker und Verschwörungstheoretiker.“ In einem Telefoninterview mit Andrew Russeth für ARThews sagte die Redakteurin/Moderatorin der e-flux conversations Karen Archey:

„Es ist eine ganz experimentelle Plattform, und die Idee kam dadurch, dass wir begeisterte Benutzer sozialer Medien sind, die gern über Kunst reden wollen ... Es gibt auch keine Archivierungstools für Gespräche über Kunst auf Facebook, die tatsächlich manchmal außerordentlich wichtig sind.“<sup>22</sup>

Die aktuelle e-flux-Diskussion ist dem Thema *Art after Trump* (Kunst nach Trump) gewidmet. Die moderierte Diskussion sucht Folgen und mögliche Antworten auf die veränderte politische Lage in Amerika (und der Welt), was eine Art des aktiven Eingreifens in den öffentlichen Raum und der Motivierung zu Diskussionen ist.

Die Inhalte sind kuratiert und unter redaktioneller Leitung – das Redaktionsteam wählt die Autoren auf Grund des ausgewählten Themas aus und leitet sie. Das Team kuratiert die Inhalte und bereichert sie durch Beispiele aus der Geschichte. Auf Grund von moderierten Debatten und Treffen werden die Leser aktiviert – zur aktiven Mitarbeit in der Gesellschaft, zum Reflektieren und zur kritischen Wahrnehmung der Kunst.

Artmagazine entstehen auch heutzutage neu, auch in gedruckter Form. **BULLETINS OF THE SERVING LIBRARY** ist eine Publikation, die die Nachfolgerin der berühmten Dot Dot Dot (des Herausgebers Dexter Sinister) darstellt. Sie verbindet eine Internetseite, eine Zeitschrift in Druckausgabe und einen Raum zum Treffen (»library«). Auf der Website werden ein halbes Jahr lang Texte zu einem ausgewählten Thema im pdf-Format veröffentlicht, die kostenlos zum Lesen zur Verfügung stehen (»bulletin«), anschließend werden alle »bulletins« in eine Ausgabe zusammengezogen und distribuiert.

Ihr Konzept stammt aus der Bibliothek – public library. Hier werden die beiden ursprünglichen Zwecke der Bibliotheken vereint: das Archivieren von Wissen und dessen Distribuierung. Mit Hilfe unendlicher Möglichkeiten der Distribuierung

18 – [www.e-flux.com/about](http://www.e-flux.com/about)

19 – [www.e-flux.com/about](http://www.e-flux.com/about)

20 – Anton Vidokle (& Julieta Aranda), Hans Ulrich Obrist; Ever, Ever, Ever. Interview by Hans Ulrich Obrist, v The Best Surprise is No Surprise (Zurich: e-flux/ JRP/ Riniiger, 2006) S. 16

21 – Anton Vidokle (& Julieta Aranda), Hans Ulrich Obrist; Ever, Ever, Ever. Interview by Hans Ulrich Obrist, v The Best Surprise is No Surprise (Zurich: e-flux/ JRP/ Riniiger, 2006) S. 22



von Wissen, die das moderne Internet bietet, distribuieren und archivieren sie Wissen und innovative Ideen nach Prinzipien, charakteristisch für das Wesentliche der alten Bibliotheken: HOSPITIUM AD INFINITUM (unendliche Gastfreundschaft).<sup>23</sup>

Wie bei der Zeitschrift Dot Dot Dot versuchen sie das Erscheinungsbild und den redaktionellen Inhalt zu verbinden – ein Gleichgewicht zwischen gutem Inhalt und einem schönen Erscheinungsbild zu schaffen. Die Textautoren wirken auch bei der visuellen Ausstattung und dem Erscheinungsbild von Texten mit.<sup>24</sup>

Die Inhalte werden redaktionell betreut und kuratiert, obwohl die Themen eine breite Auswahl an Artikeln zulassen. Die Autoren wirken aktiv beim künstlerischen Erscheinungsbild der Inhalte mit.

Allen behandelten gedruckten Magazinen ist eines gemeinsam, und zwar die Tatsache, dass sie neben der Druck-Edition noch eine Website haben. Am wenigsten aktiv ist dabei die springerin, die in deutscher Sprache erscheint. Die anderen Seiten sind alle (auch) in englischer Sprache, einige darunter haben noch zusätzlich eine deutschsprachige Edition (frieze, Texte zur Kunst). Die Zeitschrift Domus erschien zuerst in italienischer Sprache, später wurde die englische und anschließend noch die deutsche Edition hinzugefügt. All diese Zeitschriften behandeln globales Geschehen, einige davon gesellschaftliche Ereignisse in der Welt im Kontext der Kunst (e-flux, frieze, Texte zur Kunst) oder Architektur (Domus), andere wiederum interessieren mehr die professionellen Leistungen oder die Entwicklung der Disziplin in der Welt (Triple Canopy Entwicklung der Web-Publikationen), ArchDaily die Architektur, frieze die künstlerische Produktion. All diese ausgewählten Zeitschriften organisieren außer den Editionen noch Events zum Meinungsaustausch – von großen Diskussionen, Treffen und Markets (wie bei frieze) bis zu kleinen Räumen (die Bibliothek Bulletins of the serving library) oder Web-Debatten (e-flux »conversations«). Alle Zeitschriften archivieren ihre Inhalte im Internet. Alle, bis auf Triple Canopy und ArchDaily, haben auch gedruckte Ausgaben.

Bei allen gedruckten Zeitschriften tritt der Redakteur auch als Kurator auf – er wählt das Hauptthema und die einzelnen Texte aus, um den Endkontext der Zeitschrift zu gestalten. Der Zweck eines solchen Editieren-Kuratierens ist die Gestaltung und Erstellung von Kultur, nicht nur ihre Promotion. (*»a cultural activity that produces rather than simply promotes«*<sup>25</sup>)

Alle behandelten Magazine haben die Tatsache gemein, dass sie einen spezifischen Kontext schaffen. Dieser Kontext ist das Spiegelbild der redaktionellen Arbeit, die der Arbeit des Kurators ähnlich ist. Der Kontext ist die Grundlage für die Motivierung der Gemeinschaft – der aktiven Schaffer des Magazins und der Leser – zur aktiven Betätigung in der Kultur. Diese Betätigung kann entweder intim sein, in Form der Entwicklung einer eigenen Ansicht, oder aber auch gesellschaftlich,

in Form von Mitwirkung in öffentlichen Debatten, Foren und Manifesten.

Beim Vergleichen der Zeitschriften in Bezug auf den Fragebogen (Beilage 1) stellte ich eine Regel fest: je mehr die Zeitschriften theorieorientiert und vertieft sind, umso mehr sind sie von den finanziellen Rahmen der Institutionen oder der Unterstützung von Kulturfonds abhängig. Zeitschriften, die (auch) »galerienhaft« orientiert, visuell attraktiver sind, sind »lukrativer«. Das bringt ihnen Autonomie von den Institutionen, aber auch eine größere Verbindung mit den Werbetreibenden. Das könnte einer der Gründe dafür sein, dass es bei den meisten der neueren Zeitschriften immer mehr um eine Mischung von beidem geht – Theorie und Praxis. Dies ist nicht nur eine Folge der finanziellen Zweckmäßigkeit, sondern auch der Tatsache, dass Magazine Räume sind, die Kunst oder soziale Bewegungen aktiv mitgestalten. Daher kann man nur schwer zwischen theoretischen und praktischen unterscheiden. Magazine, die einst nur im Druckformat existierten, bekommen nun ihre Web-Edition, ein zusätzliches Kommunikationsmedium.

22 – The Magazine, Edited by Gwen Allen, Whitechapel Gallery London, the MIT press Cambridge, Massachusetts, 2016, s.100

23 – Triple Canopy / The Binder and the Server, Art Journal, vol 70, no. 4 (New York, Winter 2011), S. 41

24 – Dexter Sinister, nepodpisani uredniški »statement«, Dot Dot Dot, št. 1 (New York 2001)

25 – Stuart Bailey, David Reinfurt, Agie Keefer, »The Serving Library Co, Inc. Statement of Intent (draft), 2011

26 – <https://www.canopycanopycanopy.com/contents/announcing-triple-canopy-2016-call-for-proposals>



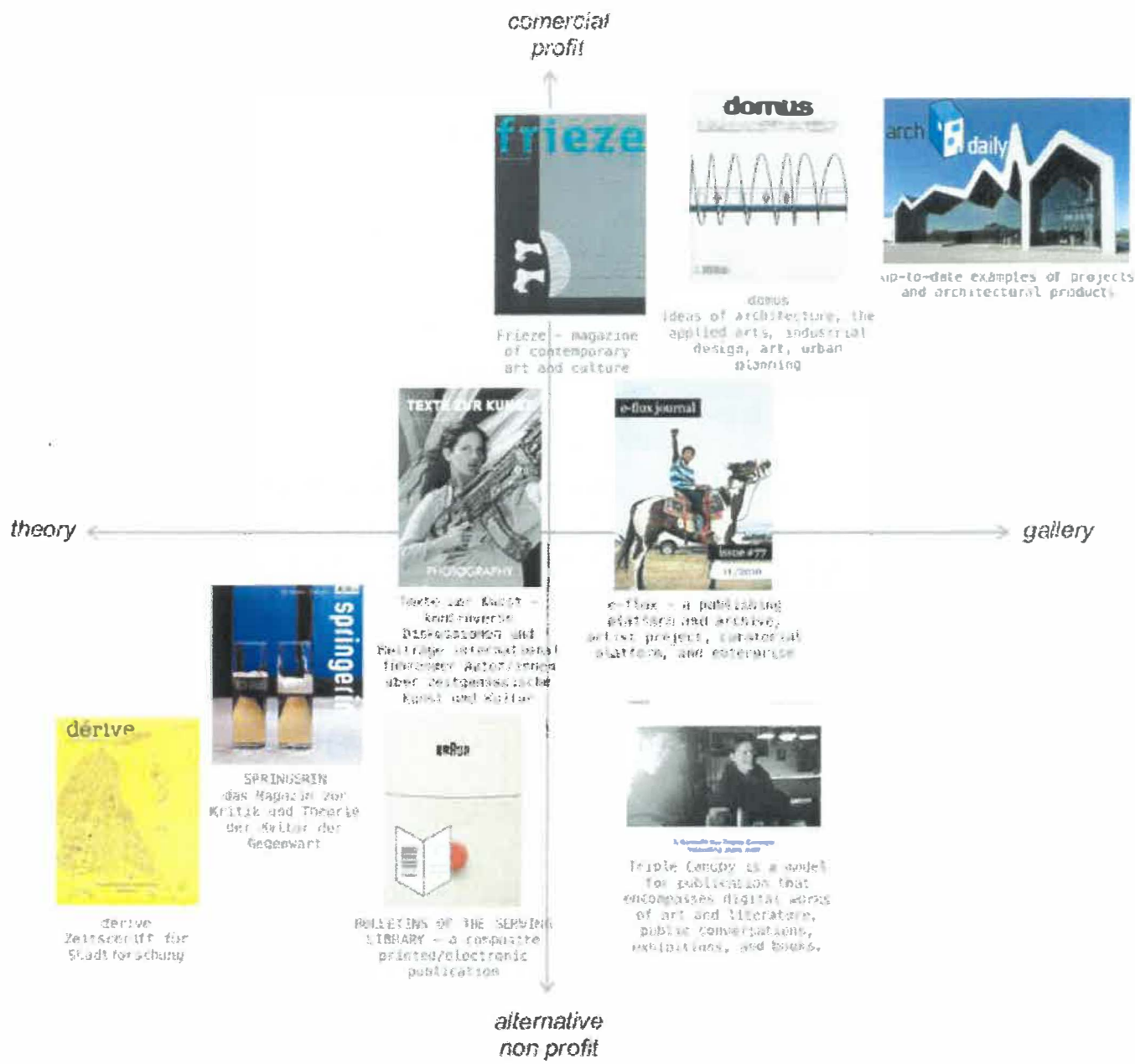


Diagram 1

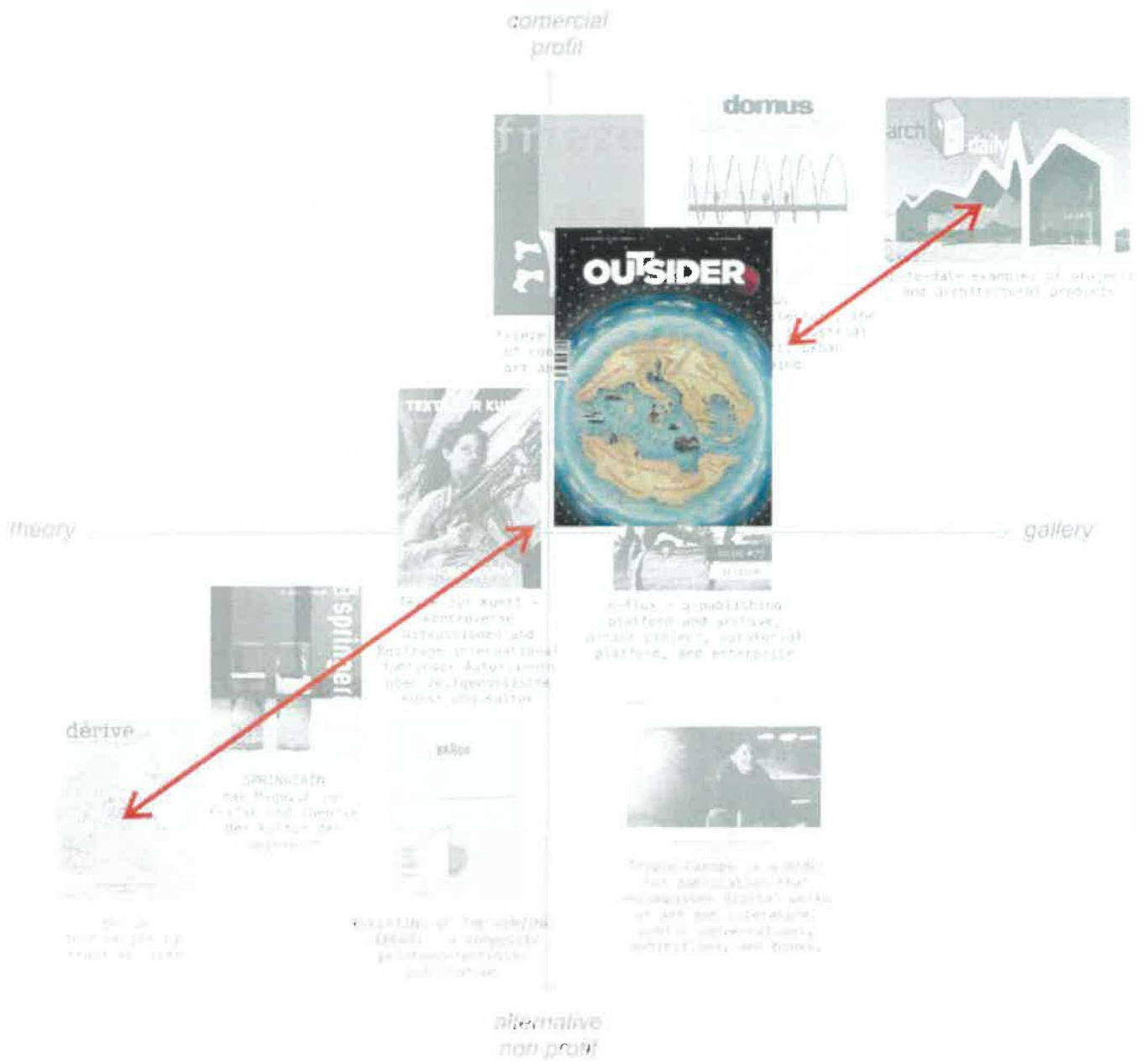


Diagram 2



## 2. MEDIEN IM ZEITALTER DES INTERNETS

**Dieses Kapitel versucht den Wandel der klassischen Medien, d. h. der Printmedien in den letzten zwei Jahrzehnten seit Beginn der breiten Nutzung des Internets zusammenzufassen. Im Fokus stehen dabei Zeitungen als klassisches journalistisches Format und thematische Kulturzeitschriften. Hierbei soll das heutige Medienmodell zur Schaffung von Reflexionen und zur Promotion einer Kultur, die dem modernen Menschen entspricht, beschrieben werden.**

### Wettbewerb zwischen Printmedien und Internet

Marshall McLuhan denkt in seinem Text „Understanding Magascenes“ aus dem Jahre 1970 über die bestehenden Printmedien im Zeitalter „neuer“ Technologien nach. Jedes Mal, wenn ein neues technologisches Umfeld entsteht, wird das vorige zu einem musealen Feld der Kunst (artform). Wenn eine Technologie noch nicht so lange besteht, dass sich die Menschen physisch, sensorisch und in sozialer Hinsicht an sie gewöhnen, so können sie laut McLuhan nicht wirklich mit ihr leben. Deshalb verursachen neue Technologien in der Gesellschaft Gewalt – sie ändern alte Lebens- und Tätigkeitsmuster der Menschen. Er zitiert den alten Spruch: Wenn es (eine Technologie) funktioniert, ist es veraltet. (*If it works, it's obsolete!*) In seinem Text sieht er spätere große Veränderungen voraus, wie zum Beispiel: *It will soon be easy to run the largest business from one's kitchen!* (The Magazine, red. Gwen Allen, Seite 156/Expanding fields). Heute ist dies alltägliche Realität.

Während im zweiten Jahrzehnt noch immer nicht erfasst wird, was Internetmedien vermögen, sind Druckschriften bereits zur *Artform* geworden. Besonders für informative Zeitungen gilt, dass sie durch die geänderten Lesegewohnheiten gefährdet sind. Betrachten wir nun näher, wie die neuen Technologien zu Veränderungen der Lesegewohnheiten in Bezug auf Zeitungen einerseits und Kulturmagazine mit einem geringeren, spezifischen Lesepublikum andererseits geführt haben.

### Zeitungen und das Internet

Die Geschichte wiederholt sich: So wie die Erfindung des Radios und Fernsehens dazu führte, dass in den 1970er Jahren Unruhe in den Zeitungsredaktionen aufkam und sie um ihren Status als Nachrichtenvermittler bangten, löste auch das Internet Panik aus. Gut zwanzig Jahre nach seiner Kommerzialisierung wird zwar kaum noch die Erwartung vertreten, dass das Internet alle Medien ersetzen werde, doch scheint es, dass das Internet zumindest der Presse in hohem Maße den Boden unter den Füßen entzogen hat.

Die Zeitungen haben auf das Erscheinen des Internets meist mit der Gründung eigener Internet-Editionen geantwortet, als sei dies nur eine weitere Form der Informationsvermittlung. Doch konnte dies den Rückgang der Leserzahlen der Printmedien wie auch der Werbeeinnahmen nicht aufhalten.

Die Medienkonsumenten haben ihre Tagesgewohnheiten geändert und widmen den größten Teil ihrer Aufmerksamkeit elektronischen Medien, was den Verkauf der Zeitungen im Abonnement und im Einzelverkauf hart getroffen hat. Viele Zeitungshäuser müssen wegen Geldproblemen ihr Personal entlas-

sen, was sich auf die Qualität der Beiträge auswirkt und unter den Lesern bemerkbar macht. Wenn eine Zeitung ihre primären klassischen Leser verliert, kann auch die Aufrechterhaltung einer Online-Zeitung, der Online-Qualität und Online-Marke zu einem Problem werden. In der heutigen – weiter andauernden – Krisenzeit ändert sich auch die Art der Werbung, da immer mehr Unternehmen in Schwierigkeiten geraten und immer weniger für Werbung ausgeben. Große Werbetreibende sind zum Fernsehen übergesiedelt, Kleinanzeigen haben sich dem Internet angepasst, frühere „Zeitungsinhalte“ wurden mittlerweile kostenlos von verschiedensten Internetakteuren geboten – großen Unternehmen (Google), Nichtregierungsorganisationen, alternativen Medienorganisationen, Wikipedia und früher passiven Medienpubliken (Blogs, Tweets usw.). *Die Folgen waren für zahlreiche Zeitungen zu schwerwiegend*, stellen Leonard Downie Jr. und Michael Schudson in ihrer Analyse des amerikanischen Zeitungsmarktes „The Reconstruction of American Journalism“ aus dem Jahr 2015 fest. *Einige Zeitungen gingen zugrunde, viele strichen ihre Sonntags- und Abendausgaben, die Zahl der beschäftigten Zeitungsjournalisten in den USA verringerte sich von mehr als 60.000 auf ungefähr 40.000 und erreichte damit den Tiefststand nach 1971.* (Quelle: <http://www.pogledi.si/druzba/casopisi-v-casu-bralnikov>)

Der Wettbewerb zwischen Printmedien und Internet wirft die Frage auf, was (Zeitungs-)Journalismus überhaupt ist und worin er sich von Online-Publikationen unterscheidet. Von jeher galt, dass der Schriftjournalismus einen **Luxus an Zeit** genießt: **zur Reflexion, zur Platzierung einer Nachricht in den weiteren Kontext, für Vergleiche.** Doch dieser Vorteil wird von den Zeitungen heutzutage sehr schlecht genutzt. Ein weiterer Vorteil der Presse liegt auch darin, dass sie einen **eigenen Schreibstil** pflegen kann. Die Zeitungsläser kündigen ihre Zeitungsabonnements, weil Internet-News kostenlos sind. Ihre Entscheidung scheint plausibel – warum sollte man für gleiche Informationen zahlen? Zeitungen müssten **mehr bieten**: einen besseren Stil, einen eingehender ausgearbeiteten Kontext, bessere Kommentare; eine Story. Einen Mehrwert stellen Meinungstexte dar, welche die veröffentlichten Aussagen auch prüfen. Heutzutage stellen Journalisten lieber Meinungen von Experten, die konträre Standpunkte vertreten, gegenüber – anstatt eigene Synthesen zu produzieren, aus denen sich ergeben würde, welcher von den Experten Recht hat. Zeitungen vermögen leider keine Sachverständigen für ein bestimmtes Gebiet, da dies gewisse Zeit erfordert – eine solche Person müsse die Themen eingehend studieren und den betreffenden Bereich sehr genau verfolgen, wobei sie ihre Existenz nicht mit einer Massenproduktion von

Artikeln finanziell rechtfertigen könne, meint der slowenische Medienexperte Bernard Nežmah. (<http://www.pogledi.si/druzba/tisk-na-beraski-palici>)

Zusammenfassend ist festzustellen, dass alle drei komparativen Schlüsselvorteile der Presse gegenüber dem Internet, mit denen Leser von Printmedien gewonnen werden könnten, mit dem „Luxus an Zeit“ und den daraus folgenden höheren finanziellen Mitteln verbunden sind, die den Printmedien im Vergleich zum Internet zur Verfügung stehen:

Besserer Stil

Eingehendere Beiträge

Standpunkte des Autors, Synthesen

### **Leserprofile und ein kurzer Blick in die Geschichte**

Nach Nežmahs Ansicht lautet die Schlüsselfrage: Stimmt das Profil des Zeitungslers mit dem Profil des Internetsurfers überein? Er ist überzeugt, dass der größte Irrtum darin besteht, dass man beide Profile für deckungsgleich hält. Der Rückgang der Zeitungsauflagen ist im Grunde eine Folge der Unterschätzung des Zeitungslers – er ist kein Websurfer!

Werfen wir einen Blick in die (slowenische) Geschichte. Wie kann man in Zeiten, die der Presse nicht wohlgesonnen sind, Leser für Themen auf höherem kulturellem Niveau und nicht nur für informative Nachrichten begeistern? Die slowenische *Kulturwochenzeitung Kmetijske in rokodelske novice (Landwirtschaftliche und handwerkliche Nachrichten)*\*\* wurde Mitte des 19. Jahrhunderts vom Publizisten Janez Bleiweis in Verhältnissen gestartet, die noch widriger waren als die heutigen: Für eine qualitativ hochwertige Berichterstattung fehlten sogar entsprechende slowenische Wörter – diese wurden, auch mithilfe der Leser, teils aus nahen Sprachen abgeleitet. Bleiweis bestellte damals bei France Prešeren (dem größten slowenischen Dichter) einen PR-Artikel (wie man heute sagen würde) und erhielt von ihm das Gedicht *Od železne ceste* (Von der Eisenstraße).

### **Digitaler Kapitalismus – der unvorhergesehene Kurator**

Seit dem Aufkommen des Internets und digitaler Medieninhalte in sozialen Netzwerken ist noch ein weiteres wesentliches Phänomen eingetreten. Bei den Printmedien ist der Redakteur zugleich der Kurator, der einen bestimmten Kontext kreiert; er verbindet vielfältige Inhalte und gestaltet den öffentlichen Raum. Auch bei Webmagazinen kuratiert der Redakteur die Inhalte auf der Homepage. Ein solches Beispiel ist das slowenische Portal Fokusokus<sup>1</sup>.

Der Kurator der Inhalte ist bei der heutigen Zeitung aber vor allem ein Algorithmus, der auf Grund der persönlichen Infor-

mationen eines bestimmten Lesers diejenigen Inhalte auswählt, die ihm im Internet gezeigt werden.

Dan Gillmor sagt im Buch *Mediactive*<sup>2</sup>, dass Facebook und andere Internetplattformen aggressiv geschlossene Kommunikationssysteme durchsetzen, in denen der Eigentümer der Plattform die absolute Informationsmacht besitzt. Die Eigentümer von Facebook – nicht etwa Redakteure oder die Leser selbst – bestimmen die Veröffentlichungsregeln. Ihre Algorithmen bestimmen, wem ein bestimmter Text gezeigt oder verborgen wird. All dies verleiht den Eigentümern einer digitalen Plattform eine fast absolute Informationsmacht, wie sie kein Medienimperium des 20. Jahrhunderts besaß.

In den Jahren nach der Jahrtausendwende konnte jeder das globale Publikum erreichen, da der Internetraum vollkommen offen war. Erst später stellten sich neue Informationswörter zwischen die Schöpfer und das Publikum. Zuerst waren es Webbrowser, die Informationen auswählten und entschieden, welche Inhalte und Dienste auf der ersten Seite der Google-Suchergebnisse erscheinen. Es folgten große Verkaufsplattformen und soziale Netzwerke, die Facebook am besten verkörpert.<sup>3</sup> Heute mag es scheinen, als könne jeder Smartphone-Benutzer noch immer mit einem großen Medienunternehmen konkurrieren, Follower im sozialen Netzwerk ansprechen und die Medieninhalte selbst wählen. Doch diese Freiheit existiert nur zum Schein, da solche Veröffentlichungen effizient kontrolliert – und zensuriert – werden können.

„Auf der Startseite werden wir mit den Worten *Facebook ist und bleibt kostenlos begrüßt*, was irreführend ist. Für die Benutzung von Facebook braucht man zwar in der Tat nichts zu bezahlen. Es wird nichts von der Kreditkarte abgebucht – und doch sind soziale Netzwerke nicht kostenlos. Facebook bezahlen wir mit unserer Zeit, unserer Aufmerksamkeit und unseren Benutzerdaten, die von den Eigentümern des Netzwerks an deren Kunden verkauft werden – an Werbetreibende, Händler und andere Auftraggeber. Hierbei kommt uns gar nicht in den Sinn, dass wir auf unsere Freiheit und Privatsphäre verzichten – zwei sehr spezifische Werte, die uns erst dann wichtig erscheinen, wenn wir sie verlieren“<sup>4</sup>, schreibt Dan Gillmor.

Ähnlich wäre es, wenn das Schaf froh wäre, dass es kostenlos geschoren wird. Die Menschen sind jedes Mal von neuem naiv überrascht, wenn sie feststellen, dass jemand ihre Internetaktivitäten kontrolliert oder dass Facebook niemandem ihre letzte Veröffentlichung gezeigt hat.

So sind die großen Interneteigentümer zu den einflussreichsten Kuratoren unserer eigenen Zeit in der Medienwelt geworden.

## Medien in der Kultur

Die Kulturmedien sind, ähnlich wie die Zeitungsmedien, einem Wandel unterworfen, der durch die massenhafte Nutzung des Internets entstanden ist. Allerdings unterscheiden sie sich zumindest in einer Hinsicht von der informativen Presse. Während der Hauptzweck der Zeitungen noch immer darin besteht, die Leser zu informieren – selbst wenn es sich um die Offenbarung interessanter Storys des investigativen Journalismus handelt –, verfolgen Kulturmedien in erster Linie andere Ziele: die Bewusstseinsbildung bei den Lesern, die Anregung zu kritischem Denken, zu aktivem Leben und zur Reflexion des Alltags.

Meiner Ansicht nach bietet sich auf dem Gebiet der Kulturmedien heutzutage viel Raum zum Experimentieren und Entdecken. Die neuen sozialen Medien eröffnen unendliche Möglichkeiten zur Teilnahme des Lesers – dieser kann die ihm zusagenden Inhalte wählen und wird auf diese Weise sein eigener Redakteur bzw. Content Curator, außerdem kann er Texte kommentieren, liken, teilen, Ausstellungen und Kunstveranstaltungen fotografieren, Aufnahmen vorführen usw.

Problematisch ist, dass soziale Netzwerke – wie zum Beispiel Facebook – laut Dan Gillmor den falschen Eindruck vermitteln können, dass alle einer Meinung sind. Menschen, die im Bereich der Kultur aktiv sind, haben häufig eine ausgesprochen politische (linke) Ausrichtung. Algorithmen tragen zur Bildung von Filterblasen Gleichdenkender bei (bzw. stellen sie überhaupt erst her). Häufig erreicht eine Diskussion nur mehr oder weniger ähnliche Meinungen, wesentlich unterschiedliche hingegen nicht. Ein anschauliches Beispiel hierfür ist die aktuelle US-Präsidentenwahl. Die Medien kündigten durchweg einen anderen als den dann eingetretenen Wahlausgang an. Dieser war eine Überraschung, ein völliger Schock. Der sichere Eindruck, dass die Mehrheit „unserer Meinung ist“, wurde auch durch Algorithmen geschaffen.

Gedruckte Kulturzeitschriften haben im Unterschied zur informativen Tagespresse auch im Zeitalter der Online-Medien gute Zukunftsperspektiven. Die Leseerfahrung auf dem Papier, der wohlgedachte kuratierte Inhalt, die Zeitschrift als Designerobjekt, die Zeitschrift als Ausstellung und zugleich als Ausstellungsgegenstand – all dies sind die Vorteile gedruckter Kulturpublikationen. Wegen dieser Eigenschaften stehen Printmedien auf dem Gebiet der Kultur in letzter Zeit sogar im Trend, worauf anhand der steigenden Zahl neuer Publikationen, Bücher und Kunstmesen zu schließen ist.<sup>6</sup>

Printmedien sind vor Kuratoren in Form von Algorithmen sozialer Netzwerke sicher. Obwohl die meisten Zeitschriften auch ihre Internetkanäle besitzen, ist die gedruckte Zeitschrift – mit ihrem Anfang und Ende, mit ihrer Zeitlichkeit und physischen Begrenztheit (im Unterschied zum Internet, das keine räumlichen Grenzen hat) – ein „kuratorisches“ umfassendes redaktionelles Werk von höherer Relevanz. Der gesamte Inhalt einer gedruckten Zeitschrift kann redaktionell ausgewählt werden,

während die Schaltflächen zum Anklicken, die der Internetbenutzer beim Lesen eines redaktionell kuratierten Inhalts zur Verfügung bekommt, vom Redakteur nicht vorhergesehen werden können. Die Unterschiede zwischen Printmedien und dem Internet auf dem Gebiet der Kulturzeitschriften fassen die Redakteure des Online-Magazins Triple Canopy<sup>7</sup> wie folgt zusammen:

„Bei der Druckzeitschrift geschieht alles in diskreten Räumen – der Inhalt und das Design entstehen in der Redaktion, anschließend werden die Materialien zur Druckerei übertragen, dann wird die Zeitschrift an die Vertrieber und die Post übergeben. Alle, die jemals in Redaktionen von Printmedien gearbeitet haben, kennen diesen Moment, in dem die Frage des Vertriebs bzw. des Absatzes in der Redaktion Oberhand gewinnt: den Zeitpunkt der Wahl der Titelseite – denn gerade die Titelseite zieht Zufallskunden an. Der Inhalt der Zeitschrift wird nach anderen Kriterien gewählt, nicht mit dem primären Ziel der Verkaufsförderung. Bei Online-Publikationen ist dieser Moment ständig präsent. Webbrowser stellen Inhalte potenziellen Lesern nur dann vor, wenn sie sie selbst wählen. Aus unserer Sicht haben Druckzeitschriften noch immer genug Handlungsspielraum, um in Opposition zu treten, innovativ zu sein, outside zu bleiben. Sie bieten eine Sphäre zum freien Handeln, die nicht ganz den Regeln des Marketings und Vertriebs unterworfen ist. Für Online-Magazine gibt es keinen Outside-Raum. An dessen Stelle gibt es im Internet Datenanalysen, Protokolle, Feedbacks.«<sup>8</sup>

Zur Erreichung einer Unabhängigkeit von Browsern und folglich von Werbetreibenden sind Druckerzeugnisse das bessere Medium. Obwohl auch diese in begrenztem Umfang der Werbung dienen können, ist dies auf dem Papier klar ersichtlich. Werbung ist klar gekennzeichnet (Schleichwerbung ist verboten und nach dem slowenischen Mediengesetz strafbar). Die Lesezeit ist nicht messbar. Der Leser hat die Möglichkeit, mit der gedruckten Zeitschrift allein zu sein, im Internet ist der Leser nie allein. Immer wählt jemand (oder etwas) für den Leser diejenigen Inhalte aus, die er sich am meisten wünscht, und serviert sie ihm. Die Sicherheit und Intimität des analogen Lesers ist wesentlich höher. Deshalb ist die Entscheidung für eine gedruckte Kulturzeitschrift auch im Jahr 2016 sinnvoll.

1 – fokuspokus.si/

2 – mediactive.com/book/

3 – Dan Gillmor, Mediactive, Dan Gillmor, 2010, s. 36

4 – Dan Gillmor, Lenart Kuči, Gespräch, Sobotna Priloga, 16. 5. 2016

5 – Dan Gillmor, Lenart Kuči, Gespräch, Sobotna Priloga, 16. 5. 2016

6 – The Magazine, Edited by Gwen Allen, Whitechapel Gallery London, the MIT press Cambridge, Massachusetts, 2016, s.14

7 – www.canopycanopycanopy.com

8 – The Magazine, Edited by Gwen Allen, Whitechapel Gallery London, the MIT press Cambridge, Massachusetts, 2016, s. 179

# 3. OUTSIDER IM KONTEXT DES STUDIENPROGRAMMES

## »ECM«

***In diesem Kapitel versuche ich, das Magazin Outsider durch die Prinzipien »education, curating und management« zu behandeln. Outsider entstand während meiner Studienzeit und ist eigentlich die praktische Antwort auf meine erworbenen theoretischen Kenntnisse.***

Die erste Ausgabe des Magazins Outsider erschien im Mai 2015, in meinem 2. Studiensemester, als Versuch der Realisierung meiner Studienüberlegungen in der Praxis. Im Mai 2015 lancierten wir auch die Website [www.outsider.si](http://www.outsider.si). Im November 2016 gibt es bereits 7 Ausgaben in der slowenischen Sprache (die 8. Ausgabe ist noch im Entstehen) und eine Website, die 40.000 Klicks monatlich erreicht.

Outsider ist eine internationale Zeitschrift über Kultur, Architektur und interessante Persönlichkeiten. Sie erscheint in slowenischer und in deutscher Sprache und vereint die **gedruckte Zeitschrift**, die 4x jährlich auf je 192 Seiten erscheint, die 1x jährlich im Zeitungsformat in hohen Auflagen erscheinende urbane **kostenlose Zeitschrift** sowie die **Website**.

Outsider entstand mit der Absicht, eine Plattform für Reflexionen, Kritiken, Interviews und Meinungen über das Geschehen im Bereich der Kultur zu schaffen. Der Schwerpunkt liegt auf der Raumkultur, womit Architektur, Raumschaffung und raumbildende gesellschaftliche Bewegungen gemeint sind. Raum wird einerseits als physikalische Dimension verstanden, andererseits aber als gesellschaftlicher bzw. öffentlicher Ort, als Milieu, das von Menschen geschaffen wird mit ihrer Mentalität, ihren Diskussionen, Veranstaltungen und Trends.

Raum ist ein Wert, dessen wir uns in Slowenien nicht bewusst genug sind. Es gibt einige Zeitschriften über Architektur, die nur für Fachleute gedacht sind. Uns interessiert jedoch ein breiteres Publikum. Wir wollen das Bewusstsein verbreiten, dass die Umwelt, in der wir leben, von uns allen abhängig ist. Da man nicht über Architektur reden kann, ohne über die Menschen zu reden, ist die Zeitschrift Outsider ein Geflecht vieler verschiedener Inhalte: von Kunst über Design bis hin zu Wirtschaft und Soziologie.

Wir wollen die Maßstäbe höher setzen, wir wollen die Menschen zum Aktivsein und zur kritischen Raumerfassung auffordern.

Der Name Outsider fasst die Unabhängigkeit unserer Redaktion zusammen. Hinter uns steht keine politische Partei oder staatliche Institution. Das ermöglicht uns Selbstständigkeit und Glaubwürdigkeit. Wir suchten einen Namen für den internationalen Austausch von Inhalten über Kultur, denn neben der slowenischen entsteht bei uns auch die deutschsprachige Aus-

gabe. Dadurch exportieren wir slowenische Kultur und erzielen gleichzeitig einen aktiven Meinungsaustausch. Uns interessieren Menschen, die unseren Kulturraum aus der Distanz betrachten. Genauso sind unsere Kolumnisten, Outsider, die überall auf der Welt leben.

Outsider bezeichnet auch die Sicht von außen, anders, unbeschwert, eine Sicht jenseits der geltenden Rahmen, *outside mainstream* Meinungen. Es bedeutet auch unsere Arbeitsweise, die neben theoretischen Überlegungen auch auf einem Großteil von Improvisation und Inspiration beruht – wir versuchen außerhalb der »richtigen« Wege zu wirken. Wir wollen unsere eigenen finden. In dem ähneln wir einigen anderen erfolgreichen Magazinen im Bereich der Kultur. Im Interview mit Hans Ulrich Obrist meinte Anton Vidokle, der Redakteur des Internetportals e-flux, auf die Frage, warum Medien über Kultur geschaffen wurden: Wir begannen ohne eine genaue Strategie oder Geschäftsplan. *Wir begannen das zu machen, was uns persönlich interessierte. Mit Liebe zur Improvisation und Kommunikation.*

Und genau darin findet sich auch Outsider wieder.

**Die Zeitschrift** ist für einen weiten Leserkreis bestimmt.

Zugleich haben wir eine Zeitschrift konzipiert, die wir selbst gern gelesen hätten, die es aber damals noch nicht gab.

Outsider entwickelt und ändert sich von Ausgabe zu Ausgabe – es geht um ein offenes Experimentierfeld ohne endgültige Ziele, außer dem, jedes Mal zu überraschen und mit jeder Ausgabe einen weiteren Leserkreis zu erreichen.

**Internet: [outsider.si](http://outsider.si)**

Die Inhalte in der Zeitschrift und im Internet sind unterschiedlich. In der Zeitschrift findet man völlig andere Inhalte, umfangreichere und mit einem anderen Rhythmus. Mit der Website möchten wir all diejenigen Leser ansprechen, die die Zeitschrift noch nicht kennen.

Die Dynamik der Internets und die des Druckes sind verschieden. Das Web ermöglicht schnelle Reaktionen und Interaktionen der Leser. Dafür verträgt es nicht so gut Artikel, die von uns mehr Konzentration verlangen. Die Zeitschrift hat einen Anfang und ein Ende, während man im Internet immer weiterlesen kann, ohne jemals ans Ende zu gelangen.

Das Internet dient als erweitertes Feld, *expanded field* der Zeitschrift.

Die **kostenlose Zeitschrift** erscheint einmal im Jahr und dient als Werkzeug zum Gewinnen von neuem Leserpublikum, sie wird auch an solchen Orten distribuiert, die nicht gerade typisch für Kulturpublizistik sind (z. B. Shopping-Center, Sportplätze ...)

# 3.1 EDUCATION

## Education – Versuch einer Definition

Unter dem Begriff education verstehe ich als Redakteurin alle Prinzipien der Motivierung der »Lernenden« bzw. des Publikums zum Überdenken bestimmter allgemein akzeptierter Konventionen oder eigener Standpunkte. *Education* ist der Prozess des Recherchierens, des Nachdenkens, der Fragestellung und des Sammelns von Informationen mit der Absicht, sich mit den verschiedenen Bedeutungen oder Tatsachen vertraut zu machen. *Education* erfasst auch den Prozess des Lernens (*learning*) und des Ver-Lehrens (*un-learning*), also das bewusste Bezweifeln der allgemein akzeptierten gesellschaftlichen Dogmen. *Education* verfügt also nicht nur über die Funktion der Reproduktion von Wissen. Hier geht es um einen unvorhersehbaren und offenen Prozess, der das Wertesystem des Benotens übersteigt. Ziel ist es, dass die Lernenden aktiv werden, ohne dass die Lehrer ihnen Aktivitäten aufdrängen.

»Educational turn« ist eine Tendenz, präsent seit der späten Neunziger, dass verschiedene Methoden von Arten und Strukturen des Lehrens, und alternative pädagogische Praxen als Kurator- und Kunstpraxen auftreten. Der Fokus ist nicht „das Erlernen“, sondern der Prozess des Erkennens und des Gebrauchs von Diskurs und pädagogischen Methoden auf und außerhalb der Ausstellung. Hauptziel der Kuratoren und Künstler auf dem Gebiet des »educational turn« ist das Schaffen von Arten für die offene Verbreitung bzw. Austausch von Wissen, nicht bürokratisch und mehr flexibel und demokratisch.<sup>2</sup>

Nora Sternfeld, Professorin, Pädagogin und Kuratorin, erörtert im Essay *Unglamorous Tasks*<sup>1</sup> eine emanzipative Methode der *education* vor dem Hintergrund eines so genannten »educational turn«.

Unter anderem beschreibt sie auf der Basis von Brechts Werk *Die Mutter* die Bedeutung des *interested education*, das die Lernenden als aktive, denkende Subjekte anspricht, die im Lern-/ Lehrprozess dem Lehrer gleichwertig sind. Sternfeld zeigt am Beispiel von Brechts Drama das Prinzip *learning by teaching, teaching by learning*; in »Die Mutter« lernen die Arbeiter das Schreiben und die Lehrerin die Bedeutung des Klassenkampfes, des *class struggle*.<sup>3</sup>

Die gewöhnlichen Lehrmethoden schaffen eine autoritäre Distanz zwischen Lehrer und Lernenden, die nicht nur Wissensunterschiede als Folge hat, sondern auch die Macht des Lehrers, diese Distanz zu gestalten.<sup>4</sup>

Brecht hat im Drama »Die Mutter« das Verhältnis zwischen Aktivität und Passivität im Lernprozess umgedreht. Die Lernenden sind mindestens genauso aktiv wie ihre Lehrer in diesem zeitgleichen, in beide Richtungen gehenden Prozess: Lehren durch Lernen und Lernen durch Lehren (*learning by teaching and teaching by learning*).<sup>2</sup>

Anstatt der passiven Aufnahme neuer Kenntnisse muss der Lernende aktiv an Debatten teilnehmen, die der Lehrer fördert.

Ranciè schlägt eine emanzipierte Bildung vor, die nicht auf der Autorität des Lehrers basiert, sondern auf seiner bewussten »Ignoranz« und auf der Herstellung von bzw. dem Hinweisen auf einige gemeinsame Punkte oder interessante Vergleiche. Anstatt der arroganten Rolle des allwissenden Wissensvermittlers suggeriert Ranciè, dass der Lehrer nicht einfach die Endlösungen verraten, sondern lieber *Anhaltspunkte* schaffen soll, die den Lernenden dazu verhelfen können, allein die Lösung herauszufinden.<sup>4</sup>

Eine solche Suche nach Gemeinsamkeiten zwischen verschiedenen Wissensbereichen, zwischen Lernenden und Lehrenden, Wissen und Unwissen, Bekanntem und Neuem finde ich auch wichtig für die Zeitschrift. Wir versuchen in der Redaktion im Einklang mit diesen Richtlinien interessante Reflexionspunkte anzubieten, Ausgangspunkte, die das Interesse und Engagement des Lesers wecken sollen.

Kristina Lee Podesva, Redakteurin der ehemaligen kanadischen Zeitschrift *Fillip*, fasst die Eigenschaften der Bildung im Einklang mit dem »educational turn« in 10 Punkten zusammen.<sup>5</sup> All diese Punkte kann auch ich mit dem Magazin vergleichen. Kristina Lee Podesva hat den »educational turn« folgendermaßen zusammengefasst:

1. Die Struktur des Lehrens ist ein soziales Medium (*A school structure that operates as a social medium*) – auch das Magazin ist ein soziales Medium, das auf dem Austausch zwischen Autoren und Lesern basiert.

2. Die Notwendigkeit der Mitarbeit – auch beim Magazin wird auf Mitarbeit gebaut; sowohl in der Redaktion, unter den Autoren, als auch zwischen den Autoren und den Lesern. Leser, die im Magazin Fragen finden, gemeinsames Fragen und gemeinsames Suchen nach Antworten – das ist der Hauptzweck der Zeitschrift (letztendlich ermöglichen Leser mit Abonnements auch die Existenz des Magazins – Austausch besteht auch auf dieser Ebene).

3. Wesentlich ist hier der Prozess, nicht das Objekt als Endergebnis. Das Magazin ist eine niemals zu Ende gebrachte Diskussion. Obwohl das physische Erscheinungsbild des Magazins ein Objekt ist, bedeutet dies noch nicht, dass die darin veröffentlichten Ideen ein Ende der Diskussionen bedeuten. Sie sind eher Ausgangspunkte für weitere Überlegungen.

4. Ort des Geschehens ist offener Raum oder die Natur. Beim Magazin ist der Kontakt weniger direkt als physischer Kontakt, außer auf Treffen und Diskussionen, doch über soziale Netzwerke ist der Kontakt dauernd sehr intensiv. Das physische Magazin kann eine Debatte außerhalb der institutionellen Räume in beliebige Räume, Cafés usw. übertragen.

5. Die Kontinuität des Lernens/Prozesses. Das Magazin ist die Plattform zum Meinungsaustausch im ständigen Prozess des Überdenkens.

6. Kostenloser Bildungsraum. Das Magazin ist ein sozialer Raum, der das gegenseitige Mitwirken fördert – ohne zusätzliche direkte Bezahlung (außer des symbolischen Abonnements).

7. Das post-hierarchische Modell, nach dem es keinen Lehrer gibt, sondern nur Mitarbeiter – dasselbe gilt beim Magazin, auch moderne Magazine wirken wie eine Gemeinschaft gleichwertiger Autoren, die der Redakteur vor allem leitet, mögliche andere Sichtweisen hervorhebt, ohne dabei ein autoritärer »Leiter« zu sein.

8. Die Tendenz zum Experimentieren und zu verschiedenen Arten des Entdeckens und Erwerbens von Wissen – ähnlich wie beim Magazin verschiedene Inhalte und Ausdrucksweisen gesucht werden (Foren, Debatten, Interviews, Kolumnen, Meinungen, Reflexionen, Untersuchen der Möglichkeiten von Interkommunikation ...).

9. Das Bewusstsein der Instrumentalisierung der Akademie (*An awareness of the instrumentalization of the academy*). – Das Magazin *Outsider* ist vollkommen unabhängig (daher auch sein Name – *Outsider*, zu verstehen als »außerhalb der Institutionen«).

10. Virtueller Raum für Debatten und Ideenaustausch – über soziale Netzwerke und das Internet<sup>6</sup> versucht ihn auch das Magazin *Outsider* zu schaffen.



## Outsider und das Potenzial für education

Bildung ist das Werkzeug der Veränderung der Gesellschaft.

Im Lernprozess müssen wir uns immer wieder aufs Neue fragen, was für eine Position wir einnehmen, welche Ansichten wir vertreten, obwohl wir auf diese Fragen nicht unbedingt definitive Antworten haben. Einige Magazine, zum Beispiel Modemagazine, sind so orientiert, dass sie mit Hilfe von eindeutigen Antworten Trends setzen, gestalten und diktieren:

Barbara Kruger schreibt im Text *Word Up!* über das Wesen des Magazins, dass es *»eine Sammlung von visuellen und textuellen Diskursen ist, die unsere Kultur benennen und definieren«*. Zeitschriften sind Sammlungen von Kommentaren der Zeit. *»Fernsehen und Computer sind laufende Kommentare ohne Ende. Zeitschriften jedoch sind etwas anderes. Anstatt mit der angeblichen Veralterung des Drucks belastet zu sein, bleiben sie entschlossen wirksam; wie Soldaten im Kampf um das Schaffen eines Kulturlebens. Sie können uns sagen, was cool ist und was nicht, wer mit wem zusammen ist und wer nicht. Sie können Blicke schmälern oder erweitern, Zeit totschiessen, sowohl Nichtigkeiten als auch Sublimitäten verkaufen, den Geschmack vorschreiben, Konsens schaffen, Macht ge- und missbrauchen sowie Worte verändern.«* Die Zeitschrift *Outsider* nimmt einen gegensätzlichen Standpunkt ein – ihr Zweck ist nicht zu berichten, was *»cool«* ist und *»was nicht«*. *Outsider* ist keine Marketingzeitung, ihr Zweck ist nicht zu diktieren, was gut ist, sondern eher das Überdenken – ist das, was als *»cool«* gilt, wirklich dessen wert – oder gibt es vielleicht noch etwas, das wir übersehen haben?

*Outsider* ist ein praktisches Beispiel von *learning by teaching* und *teaching by learning*. Wir wollen Bereiche öffnen zum Diskutieren, Überprüfen und Recherchieren. Wir laden die besten Experten der thematischen Bereiche, die wir behandeln, zum Schreiben ein. Die Arbeit eines Redakteurs ist hier mehr das Leiten, Auswählen, Kuratieren, um verschiedene Ansichten eines bestimmten Themas abwechslungsreich vorstellen zu können. Dabei stellen wir gleichzeitig Fragen und sammeln und vergleichen verschiedene Antwortmöglichkeiten. Das Wesentliche liegt nicht immer in der Weitergebung von endgültigen Antworten, sondern mehr in der Stellung von Fragen und der Ermunterung zum Nachdenken.

Unsere Redaktionspolitik liegt nicht darin, die endgültigen Antworten auf die Fragen des Leitthemas zu liefern, sondern darin, eine Plattform zur Diskussion über das Thema zu erstellen.

## Internationaler Meinungs-austausch

Bei der Zeitschrift *Outsider* spielt auch die internationale Orientierung eine wichtige Rolle. Uns interessiert der Kultur-austausch auf europäischem Niveau, vorerst hauptsächlich zwischen Slowenien und Österreich. Wir wollen eine Brücke schaffen zum Austausch von Meinungen, Ansichten und Kritiken.

## Beteiligung des Publikums: öffentliche Diskussionen und Veranstaltungen

Jede Neuerscheinung wird von einer öffentlichen Veranstaltung begleitet, die den Lesern der Zeitschrift gewidmet wird. Die Themen dieser Treffen sind den Leitthemen der einzelnen Ausgaben gewidmet. Wir veranstalten Gespräche am runden Tisch und öffentliche Diskussionen. Wir sind bemüht, eine so entspannte, kommunikative und offene Atmosphäre wie möglich für den Zweck des Meinungs-austauschs zu schaffen. Die Veranstaltungen finden in der Fakultät für Architektur statt sowie in Bibliotheken und Nachtclubs. Für das Jahr 2017 ist bei jeder neuen Ausgabe der Zeitschrift auch eine thematische Kunstausstellung in einem öffentlichen Raum geplant, außerhalb der Institutionen, Gallerien oder Museen.

Diese Zusammentreffen sind sehr wertvoll für den direkten Kontakt zu Lesern, die dort lebhaft und ehrlich das Magazin kommentieren und mit Vorschlägen, Kommentaren und Kritiken offener Themen mitwirken können.

## Die Leser

Im Oktober 2016, nach anderthalb Jahren Erscheinen der Zeitschrift *Outsider*, haben wir unter unseren Abonnenten eine Meinungsumfrage gemacht – uns interessierte die Leserstruktur. Es stellte sich heraus, dass 45% der Leser Architekten sind, 20% Designer, 25% aus dem Bereich der Humanistik und 10% andere. 80% der Leser sind im Alter zwischen 25 und 45 Jahren.

Mit der Meinungsumfrage haben wir uns davon überzeugt, dass es uns, obwohl wir Artikel über Raumkultur veröffentlichen, gelungen ist, auch zahlreiche Leser anzusprechen, die keine Architekten sind. Das Verbinden von verschiedenen Menschen ist eine der wichtigsten Bedeutungen des Begriffs *education*, die wir bei *Outsider* versuchen zu promovieren.

Am Ende ihres Essays *»Unglamorous Tasks«*<sup>2</sup> paraphrasiert Nora Sternfeld den Autor Derrida: *»Only if it is possible for nothing productive to occur can something productive occur.«* So ein fakultatives positiv gegenüberstehendes Umfeld können die-jenigen Magazine schaffen, die ohne Forderungen und Erwartungen Fragen stellen und unvorhergesehene Themen öffnen.

1 – Lázár, Eszter (nd) "Educational Turn", Curatorial dictionary

<http://tranzit.org/curatorialdictionary/index.php/dictionary/educational-turn>

2 – Nora Sternfeld, *Unglamorous Tasks – what can education learn from its political traditions*, e-flux, journal, no.14, March 2010

[www.e-flux.com/journal/14/61302/unglamorous-tasks-what-can-education-learn-from-its-political-traditions/](http://www.e-flux.com/journal/14/61302/unglamorous-tasks-what-can-education-learn-from-its-political-traditions/)

3 – Bertolt Brecht, *The Mother*, trans. Lee Baxandall (New York: Grove Press, 1994), S.76–77.

4 – Jacques Rancière, *The Ignorant Schoolmaster: Five Lessons in Intellectual Emancipation*, (Stanford University Press, 2008.)

5 – Kristina Lee Podesva, *A Pedagogical Turn: Brief Notes on Education as Art*, Fillip 6— Summer 2007

1. A school structure that operates as a social medium.

2. A dependence on collaborative production.

3. A tendency toward process (versus object) based production.

4. An aleatory or open nature.

5. An ongoing and potentially endless temporality.

6. A free space for learning.

7. A post-hierarchical learning environment where there are no teachers, just co-participants.

8. A preference for exploratory, experimental, and multi-disciplinary approaches to knowledge production.

9. An awareness of the instrumentalization of the academy.

10. A virtual space for the communication and distribution of ideas.

6 – [www.outsider.si](http://www.outsider.si)

7 – *Artforum*, vol. 32, no.1 (New York, September 1993) 183–4

## 3.2 OUTSIDER UND CURATING

*Meine Hypothese, die ich in dieser Arbeit zu beweisen versuche, ist die, dass die Arbeit eines Redakteurs in so manchen Dingen der Arbeit des Kurators ähnlich ist. Der Kurator wurde in den letzten Jahrzehnten zum aktiven Partner beim Entwerfen und der Verwirklichung von Ausstellungen und der Redakteur ist nicht mehr nur Leser und Selektor von Texten, sondern immer mehr auch Kurator der Inhalte. Ich versuche zu zeigen, wie wir das Kuratieren und das Editieren bei der Zeitschrift Outsider miteinander verbinden und verflechten.*

### Kuratieren und kuratorische Wende (curatorial turn)

Es ist interessant, über die Etymologie des Kuratierens zu reflektieren. Das Wort stammt aus dem lateinischen Wort *curare* und bedeutet sorgen für. In den Zeiten der Römer war die Sorge den öffentlichen Bädern gewidmet. Im Mittelalter beschrieb der Begriff einen Priester, der für die Seelen sorgte. Später, im 18. Jahrhundert, bedeutete er die Sorge für Kunstsammlungen und Artefakte.

Beim modernen Kuratieren geht es um ein Zusammenwirken all dieser Bedeutungen.

»Heutzutage bedeutet Kuratieren als Beruf mindestens vier verschiedene Sachen: es bedeutet die Wartung, den Schutz des künstlerischen Erbes. Es bedeutet das Selektionieren neuer Werke. Es bedeutet das Verbinden der Modernität mit der Geschichte der Kunst. Es bedeutet auch das Präsentieren, das Einordnen oder das Arrangieren eines Werks. Es geht aber noch um mehr. Vor dem Jahre 1800 gab es nur wenige Besucher von Ausstellungen. Heute sind es bereits Millionen. Ausstellungen sind ein Massenmedium und ein Ritual. Der Kurator konzipiert sie so, dass sie zu einzigartigen Abenteuern werden und nicht nur Illustrationen oder in einen Raum gestellte Bücher.«<sup>1</sup> Doch der moderne Kurator beschränkt sich nicht auf das Leiten und Kuratieren von Ausstellungen in Galerien. So wie die Kunst ihre Grenzen überschritten hat, hat auch der Kurator einen weiteren Raum bekommen. Sein Arbeitsbereich hat sich auf den Bereich des öffentlichen Raums erweitert. Zugleich verließ der Begriff des Kurators/der Kuratorin bzw. des Kuratierens die engen Grenzen des Kunstfeldes, sodass er sich inzwischen in allen Bereichen der Kulturproduktion wiederfinden lässt.<sup>3</sup> »Die Grenzen zwischen den einzelnen Fachgebieten verwischen: die Grenzen zwischen Kunst, Wissenschaft, Rechtswissenschaft und Politik verwischen. Der Kurator ist Inspizient (stage manager) dieser neuen Welt geworden.«<sup>4</sup>

Der Kurator/die Kuratorin ist eine Figur im Kunstfeld, die in den letzten beiden Jahrzehnten an Autorität gewonnen hat. Nicht mehr fest an einem Museum angestellt, sondern Initiator und Autor projektbasierter Präsentationen an verschiedenen Institutionen, ist die Figur des Kurators/der Kuratorin zugleich mit der Herausbildung der thematischen Gruppenausstellung verbunden, in der Kunstwerke, Alltagsobjekte und Dokumente als gleichberechtigte Exponate ein thesenhaftes, kuratorisches Konzept verdeutlichen sollen.<sup>5</sup> Der Kurator ist derjenige, der die Ausstellung initiiert und gemeinsam mit ausgewählten Auto-

ren, ihren Kunstwerken, ihrer Einbindung in den Raum, einen spezifischen Kontext gestaltet.

Beatrice von Bismarck spricht über "the curatorial" als eine moderne künstlerische Praxis, die bewusst das Organisieren von Ausstellungen übertrifft. Es geht um eine wahre Methode des Schaffens, des Übermittels und des Reflektierens von Erfahrung und Wissen. Diese Wende vom Organisieren von Ausstellungen bis hin zum Produzieren von Wissen verbindet zwei Bereiche, die beide traditionell den Museen nahe sind, unterschiedlich genug im Bezug auf symbolisches Kapital und Diskussionen; das Kuratieren und die Bildung. Beide Praxen haben sich in letzter Zeit derart modernisiert, dass sie die autoritative Position durch eine offenere ausgetauscht haben. Anstatt der Übergabe von klaren Botschaften und Erkenntnissen haben nun beide Praxen ein gemeinsames Ziel in der Öffnung von Fragen, dem Fördern von Reflexionen und der Motivierung des Publikums zur Aktivität.<sup>4</sup> Auch das Magazin versucht mit dem Konfrontieren verschiedener Betrachtungsweisen eines bestimmten Themas zur Fragestellung und zum Überdenken der eindeutigen Antworten auf ein gewisses Thema anzuhalten. Sowohl Redakteur als auch Kurator gestalten aktiv die inhaltliche Konzeption und die Dramaturgie des Inhalts der Ausstellung bzw. des Magazins.

### Kreieren eines ideellen und mentalen Kontexts – die Verbindung der Arbeit des Redakteurs und des Kurators

Ein Kulturmagazin, das einem bestimmten Thema gewidmet ist, kann mit einer künstlerischen Aktion oder einer Ausstellung verglichen werden und die Arbeit eines Redakteurs mit der Arbeit eines Kurators. Der Redakteur/Kurator ist der Kontextschaffer. Er verbindet verschiedene Autoren und ihre Texte, zusammen mit Fotos und graphischer Gestaltung, ordnet sie sinnvoll in den Inhalt des Magazins ein, mit dem Ziel, einen spezifischen Kontext zu schaffen. Die Kreativität des Kurators liegt im Schaffen eines Kontexts. Anstatt mit Kunstwerken, Alltagsobjekten und Dokumenten operiert ein Redakteur mit Texten, die diese Werke einordnen, in einen Dialog setzen oder mit ihnen polemisieren. Der Kontext ist der Meinungsraum, der Diskussionen und Fragen auslöst und zum Überdenken von bestimmten Thesen anhält. Der Redakteur ist beim Schaffen des Kontexts bis zu einem gewissen Maß unabhängig – er selbst wählt die Autoren und die Ausstattung aus, die er in den Inhalt einordnet. Das Entstehen des Inhalts ist jedoch ein gemeinsamer Prozess des Mitwirkens aller Mitarbeiter des Magazins. Die Mitarbeiter sind autonome Schöpfer und der Kurator/Redakteur ihr »Partner, Gesprächspartner, Vermittler und Berater.«<sup>6</sup>

Daher kann der Redakteur–Kurator niemals genau den endgültigen Kontext/Inhalt der Zeitschrift prognostizieren, er kann lediglich die Richtung, die »Atmosphäre«, die Haupt-Pointe vorsehen.

»Zugleich kann der/die Kurator/in am Autonomiestatus partizipieren, der bislang einzig Künstlern/Künstlerinnen vorbehalten war. In einem längst globalisierten Kunstbetrieb kann die Figur des Kurators/der Kuratorin jedoch nicht mehr von sich aus als einzige individuelle Bedeutungsstifterin fungieren, sodass sie heute zunehmend auf Teamarbeit und andere Formen kollektiver Kooperationen angewiesen ist.«<sup>7</sup>

Auch beim Editieren/Kuratieren eines Magazins geht es auf ähnliche Art um Zusammenarbeit, die auf dem gemeinsamen Prozess des Erforschens eines bestimmten Themas basiert. Der Redakteur kann den inhaltlichen ideellen Kontext mitlenken, der im Prozess von den Mitarbeitern des Magazins gestaltet wird, doch die endgültige Botschaft oder Frage kann der Leser selbst individuell gestalten. Mit seiner Lesensart, mit der Auswahl der

Reihenfolge, in der er die Artikel liest, durch sein Verständnis und kritisches Lesen wird die Aussage aktiv vom Leser gebildet. Das Wesen des Magazins ist vor allem, dass dem Leser andere Betrachtungsweisen zur Verfügung gestellt werden als die, die ihm bereits vertraut, bekannt und erwartet sind.

Der Redakteur kann mehr oder weniger autonom in seiner Beziehung zum Verlag sein, der die Zeitschrift oder das Magazin publiziert. Ähnlich ist es in der Beziehung des Kurators zur Institution. Museen oder Galerien mit ihrer Orientierung, Geschichte und Bedeutung können als Institution der Macht wirken. Der Kurator kann bei seiner Arbeit im Rahmen der Institution einen Teil seiner Autonomie verlieren. Doch Museen ändern sich, sie sind mittlerweile keine autoritären Institutionen mehr, sondern immer mehr auch Raum für Diskurs.

»Die Museen entfernen sich vom Konzept der autoritären Institutionen. Diese Bewegung geschieht in Richtung Motivation der Besucher zur Mitarbeit und Mitgestaltung. Die Besucher haben die Möglichkeit, selbst die Botschaft der Ausstellung zu gestalten.«<sup>5</sup>

Paul O'Neill spricht im Text *The Curatorial Turn* über die Wende im modernen Kuratieren von geschlossener Praxis zum offenen Diskurs. Menschen, die einst Kritiker waren, sind nun Kuratoren. Sie befassen sich mit zahlreichen Aktivitäten – sie sind Mediatoren, Produzenten und Neokritiker. Es ist möglich, dass die wichtigsten Texte aus dem Bereich der Kunst in den letzten zehn Jahren nicht in Artikeln in Kulturzeitschriften erschienen sind, sondern in Katalogen und anderen Begleitmaterialien auf Ausstellungen, in Galerien und Art-Centres. Die Kuratoren sind kreativer und aktiver im kreativen Prozess der Kunst geworden. Sie geben dem Kunstwerk eine neue Bedeutung und Wertsteigerung.<sup>6</sup> (*The Curatorial Turn: From Practice to Discourse*).<sup>8</sup>

Der künstlerische Katalog als Begleitmaterial zur Ausstellung kann die Form eines Magazins einnehmen. Ähnlich wie die Ausstellung selbst kann der Katalog eine Sammlung von verschiedenen Artefakten und Meinungen darstellen. Der Unterschied zwischen einem Katalog und einem Magazin liegt vor allem in der Distribuierung – dadurch, dass er den Raum des Museums oder der Galerie überschreitet, nähert er sich dem Magazin. Auch im inhaltlichen Kontext des Magazins kann der Redakteur/Kurator dem Text einen Mehrwert schaffen. Es ist sehr wichtig, wie ein Text in einen Inhalt eingefügt wird – was vor und nach dem Artikel veröffentlicht wird. Die Struktur des Magazins übermittelt die Geschichte und lenkt die Dramaturgie des Inhalts.

Bei der Ausstellung *FÜR GARDEROBE WIRD NICHT GEHAFTET. Widerständiges in Mode und Produktion*<sup>9</sup>, die im Rahmen des Programms »ecm« entstanden war, haben wir den Katalog wie ein die Ausstellung begleitendes Magazin gestaltet. Neben den Betrachtungsweisen der Ausstellung sind im Magazin Artikel, die zusätzlich die Sicht des Themas der Ausstellung beleuchten und erweitern. Das Magazin entstand in Mitarbeit mit 21 KuratorInnen, die »anhand einer Auswahl künstlerischer, diskursiver und kunsthistorischer Beiträge die Fragen reflektieren: Wie wird Mode produziert? Wie produziert Mode uns? Was tun?«<sup>10</sup>

Der Ausstellungskatalog nahm die Gestalt und Struktur eines »Fashionmagazins« an und steuerte dadurch zusätzlich zur inhaltlichen Vielfalt der Ausstellung bei. Zugleich hat er mit den veröffentlichten Beiträgen einen verlängerten Diskursraum ermöglicht, einen zusätzlichen Teil des Begleitprogramms der Debatten und Veranstaltungen im öffentlichen Raum, das die Ausstellung begleitete. Weil das Magazin in gedruckter Form ist, kann es auch heute noch physisch im Raum präsent sein, in einer Galerie, unter Menschen; wann immer es auftaucht, motiviert es erneut Überlegungen zur Mode. Es ist eine Erweiterung,

die dem Raum und der Zeit der Ausstellung neue Dimensionen verleiht. Auf der Ausstellung diente es als »Katalog«, außerhalb des Ausstellungsraums dagegen als Magazin.

Im Journalismus bedeutet das Wort Kurator einen Betreuer und Selektor bereits vorhandener Inhalte. Mit dem Aufkommen von Web-Blogs erschien der Kurator, der bereits vorhandene Inhalte in einen gemeinsamen Internet-Schauplatz – auf einer »homepage« – sammelte. Das Kuratieren impliziert traditionell im Unterschied zum Editieren (editing) die Bewegung von der Produktion neuer Inhalte zum Selektionieren und Arrangieren schon bestehender Inhalte. Der Kurator, in der traditionellen Stammbedeutung, wählt unter bereits bestehenden Werken aus, um eine neue Sammlung mit einer sinnvollen Verbindung zu gewährleisten. In diesem Sinne kann das Kuratieren der Inhalte heutzutage problematisch sein, wenn es der Logik des Marktes unterworfen ist – und der Kurator nur solche Inhalte wählt, für die er glaubt, dass sie gutes Marktpotenzial aufweisen. Zudem geht, wenn wir uns bei der Bedeutung des Kuratierens lediglich auf die des Wählens unter bereits bestehenden Texten beschränken, die wertvolle Funktion des Redakteurs verloren. Die Aufgabe des Redakteurs ist es, Autoren, die er selbst ausgewählt hat, Texte zu bestellen in Bezug auf die Thematik, für die er glaubt, dass die Texte sie gut darstellen werden. Er arbeitet mit den Autoren zusammen im Prozess der Entstehung des Artikels, er leitet sie und kommentiert das Geschriebene, verhilft zu größerer Wichtigkeit, einem besseren Stil und zur Lösung eventueller Dilemmas. Es ändert sich jedoch auch die moderne Rolle des Kurators im Museum oder in der Galerie – auch er ist nicht mehr autoritärer Selektor, sondern eher »Sparringpartner« der Künstler, denen er hilft. Hier spricht man über die Wende des Kuratierens beim Schaffensprozess, nicht nur bei der Promovierung des Endprodukts. Die Funktion des Kurators und die Aufgaben des Redakteurs nähern sich an.<sup>11</sup>

1– Hans Ulrich Obrist: the art of curation, Guardian, 24.3.2014 <https://www.theguardian.com/artanddesign/2014/mar/23/hans-ulrich-obrist-art-curator>

2 – Texte zur Kunst, HEFT NR.86 / JUNE 2012 „THE CURATORS“, Vorwort, Sven Beckstette, S. 4

3 – Texte zur Kunst, HEFT NR.86 / JUNE 2012 „THE CURATORS“, Vorwort, Sven Beckstette, S. 4

4 – Texte zur Kunst, HEFT NR.86 / JUNE 2012 „THE CURATORS“, Heinz Bude: The curator as a meta-artist; the case of HUO, S.108

5 – Cultures of the Curatorial, Beatrice von Bismarck, Jörn Schafaff, Thomas Weski (Eds.), Copublished with Kulturen des Kuratorischen, Hochschule für Grafik und Buchkunst Leipzig, 2012

6 – Hans Ulrich Obrist: the art of curation, Guardian, 24.3.2014 <https://www.theguardian.com/artanddesign/2014/mar/23/hans-ulrich-obrist-art-curator>

7 – Paul O'NEILL, *The Curatorial Turn: From Practice to Discourse*, in: Judith Rugg et al. (Hg.), *Issues in Curating Contemporary Art and Performance*, Chicago 2007, S. 13

8 – Paul O'NEILL, *The Curatorial Turn: From Practice to Discourse*, in: Judith Rugg et al. (Hg.), *Issues in Curating Contemporary Art and Performance*, Chicago 2007, S.15

9 *FÜR GARDEROBE WIRD NICHT GEHAFTET. Widerständiges in Mode und Produktion*

10 *FÜR GARDEROBE WIRD NICHT GEHAFTET. Widerständiges in Mode und Produktion*, S. 3

11 – Hans Ulrich Obrist: the art of curation, Guardian, 24.3.2014

# EDITIEREN UND »EDITORIAL TURN«

Das Wort editieren stammt vom lateinischen *edere*, es bedeutet *beschleunigen, in den Vordergrund drängen (to bring forth)* und bezieht sich auf das Kontrollieren und inhaltliche Kontrolle. In der modernen Redaktionspraxis ist der Redakteur vor allem diejenige Person, die den Autor durch die Entwicklung eines Texts begleitet. Er kann sowohl das Thema als auch den Autor wählen und dann nach möglichen Verbesserungen, Referenzen und zusätzlichen Ansichten suchen, die der Autor beim Schreiben berücksichtigen könnte.

Es bedeutet richtig verteilen, den Sinn hervorheben, die Bedeutung erkennen. Dinge – Worte, Sätze, Artikel, Kapitel in die richtige Reihenfolge bringen.

In der Zeit des Internet hat sich auch die Arbeit in der Redaktion verändert, genauso wie die Arbeit der Journalisten. Zur Jahrtausendwende erschienen massenhaft Internetblogs.

## Redaktionsarbeit als Kuratieren

Der Redakteur wird oft als *böser* Leser dargestellt – als derjenige, der den Texten gegenüber unnachlässig ist und immer Fehler sucht, damit er sie später beheben und die Endversionen der Texte verbessern kann. Ähnlich wie Obrist die Funktion des Kurators beschreibt, ist auch der moderne Redakteur im Verhältnis zum Autor eher *Spartingpartner*<sup>1</sup> als überlegener Richter.

## In der Praxis

Die Redaktionsarbeit kann in zwei gleichwertige Teile geteilt werden. Beide gleichen mehr oder weniger der Arbeit eines modernen Kurators: Der erste Teil der Redaktionsarbeit besteht für mich aus dem Kuratieren von Inhalten und der zweite aus der traditionellen redaktionellen Textleitung.

Die Redaktionsarbeit ist bei einem Magazin von wesentlicher Bedeutung. In künstlerisch oder kulturell orientierten Magazinen übernimmt der Redakteur seit den sechziger Jahren auch die Rolle des Inhaltskurators, und das Magazin wird zum breiten Diskussionsraum.<sup>2</sup> Genau im Kuratieren von Inhalten liegt der wichtigste kreative Moment des modernen Redakteurs und das Gebiet, auf dem der Redakteur zum Autoren wird. Wenn die Bearbeitung von Texten eine redaktionelle Konstante ist, die vor allem Belesenheit, Sorgfalt, Ordnung und Disziplin verlangt, kann die redaktionelle Funktion des Inhaltskuratierens freier und autorennah sein. Das Magazin kann ein weites Feld der Ausdrucksweise des Redakteurs-Kurators als Autor sein. Magazine können Kunstgalerien, ein Raum sein. Gwen Allen vergleicht im Buch *The Magazine* öfter den Raum eines Magazins mit dem Raum einer Zeitschrift. In diesem Buch befinden sich auch mehrere Texte anderer Autoren, die das Magazin als offener Galerieraum betrachten.

*Magazine sind Felder, auf denen Formulierungen aufgestellt sind, auf denen die Gedanken sich formen, die Gestalt sich äußert.*

*Magazine sind Foren, in denen die Beziehungen zwischen Kunst, Publikum und Theorie unentwegt untereinander verhandeln. Redaktionsausschüsse sind vergleichbar mit kleinen Akademien. Sie sind Brücken zwischen Schaffenden und Lesern, zwischen kleinen Interessengruppen und breiten öffentlichen Kreisen. Sie aktivieren und geben Material für den Gebrauch frei, das es so in der Mainstream-Welt der Ideen nicht zu finden gibt.<sup>3</sup>*

## Das Inhaltskuratieren und Outsider

Die Zeitschrift mit einem redaktionell ausgewählten (kuratierten) Inhalt kreiert einen Raum der Öffentlichkeit; einen Raum des aktiven Koexistierens von Menschen, des Austauschs von Ideen und des Kreierens von Veranstaltungen und Taten. Das Medium kann einen bestimmten Kontext schaffen, eine bestimmte Sensibilität sowohl der Leser als auch der Autoren, und mit diesem spezifischen Kontext im öffentlichen Raum auftreten. Dadurch ist der öffentliche Raum Mitgestalter als ein Raum der Vielfalt. In diesem Sinne ist der Redakteur auch Inhaltskurator.

Der Redakteur antwortet beim Konzipieren des Magazins auf dieselben Fragen wie ein Kurator beim Konzipieren einer Ausstellung. Ich fasse zusammen:<sup>4</sup>

Was ist der Kontext der Ausstellung? Wie wird sie sich auf den Veranstaltungsort und auf die aktuellen Ereignisse beziehen, die sie umrahmen?

Wie wirst du die Ausstellung konzeptuell umrahmen?

Wer ist dein Publikum?

Möchtest du lokale, nationale oder internationale Künstler miteinbeziehen?

Möchtest du aufstrebende Künstler einladen, Künstler der mittleren Laufbahn oder eine Kombination von beidem, für eine gemeinsame Ausstellung?

Wie hoch ist dein Budget?

Vielfalt ist nicht etwas, das uns einfach gegeben ist, sie muss stets angestrebt werden.

Die Funktion des Redakteurs besteht oftmals nur als Funktion des gleichgültigen Vorgesetzten, nicht aber als jemand, der sich mit den Journalisten befasst und eine Spezifik in der Öffentlichkeit schafft.

Die Zeitschrift gestaltet den öffentlichen Raum durch das Beharren bei ihrem aktiven Wirken. Die Menschen, die nicht am öffentlichen Leben teilnehmen wollten, wurden von den Griechen *idiotes* genannt, also diejenigen, die sich an ihr *idiom halten*, den Raum ihres Privatlebens. Heutzutage hat sich die Bedeutung des Wortes Idiot auf die selbstsüchtige Zurückgezogenheit des Einzelnen reduziert.

Andererseits dürfen wir uns jedoch nicht einbilden, dass unser Gedanke Berge versetzen wird, dass wir also mit nur einem Eingriff in die Öffentlichkeit schon die öffentliche Meinung ändern oder radikale gesellschaftliche Veränderungen erzielen

werden. Solche Sachen passieren nicht einfach über Nacht. Das Manager-Vokabular hat die Konzepte *sustainability*<sup>5</sup> und *raising awareness*<sup>5</sup> in allen Poren der Gesellschaft verbreitet, sie werden jedoch meistens nur darum gebraucht, weil es sich so gehört oder weil es obligatorisch ist. Geht es jedoch um den öffentlichen Raum zum Ausdrücken, müssen beide Begriffe ernst genommen werden. Nur die Nachhaltigkeit des Raums der Öffentlichkeit an sich und das Wecken des Bewusstseins über wichtige Themen in ihm werden uns jenseits des alltäglichen Nihilismus erhalten. Eine gewisse Gesellschaft ist so reich, über wie viele Räume sie für die verschiedenen Möglichkeiten des menschlichen Wirkens, Schaffens und Denkens verfügt.<sup>6</sup>

Outsider verbindet die gedruckte Zeitschrift, die Website, die kostenlose Zeitschrift und Veranstaltungen – öffentliche Diskussionen und Treffen, alles mit der Absicht, einen Raum zum Nachdenken, Debattieren und zum Meinungs austausch zu schaffen.

Der Zweck von Outsider ist es, durch den Fokus der Architektur jedes Mal das gewählte Thema zu erhellen, es in einen breiteren gesellschaftlichen Kontext einzubetten, mit dem Ziel, so viele Leser wie möglich zu erreichen und zu engagieren. Außerdem wollen wir auch Leser anziehen, die nicht Architekten von Beruf oder in kulturellen Berufen tätig sind. Unsere Leserschaft umfasst nicht nur Architekten, sondern einen breiteren Kreis. Um Leser außerhalb des Bereichs der Architektur zu erreichen, wählen wir breit angelegte Themen der einzelnen Ausgaben. Bisher sind Ausgaben erschienen mit den folgenden Themen: das Überschreiten von Grenzen, Mobilität, Bildung, Fantasie, Lokal-Globales, der Mittelmeerraum und Schönheit. Wir bereiten zur Zeit die 8. regelmäßige Ausgabe vor: Interviews zum Thema Kontraste. Hier werden Interviews mit den wichtigsten Vertretern der Gesellschaft veröffentlicht – Architekten, Designern, Wissenschaftlern, Innovatoren, Unternehmern – und Interviews mit Menschen von der anderen Seite der Gesellschaft, mit interessanten Menschen, die für ihre Existenz einen Weg weit weg vom Mainstream gewählt haben – Bewohnern von Ökodörfern, jungen Landwirten, unabhängigen Künstlern. Mit der Wahl eines breiten Spektrums wollen wir die Welt als ein Geflecht von verschiedenen Meinungen und Daseinsmöglichkeiten darstellen.

Man kann die Zeitschrift als eine offene Galerie betrachten, als einen Ausstellungsraum von Ideen, Ansichten und Standpunkten.<sup>7</sup> Der Redakteur ist derjenige, der zunächst aufmerksam das Entstehen von Texten verfolgt, die Auswahl der Autoren und des Themas trifft, und danach in Zusammenarbeit mit dem Autoren zu den bestmöglichen Endprodukten verhilft. Das Redaktionsteam und die Mitarbeiter haben die Idee des Inhaltskontexts und die Macht, die entstehenden Inhalte in ein breites, vielfältiges, interessantes und engagiertes Feld zu lenken. Deshalb ist der Redakteur zusammen mit allen Mitarbeitern verant-

wortlich dafür, wie hochwertig und ganzheitlich die Zeitschrift am Ende ausfallen wird. Alle Mitarbeiter sind verantwortlich dafür, ob die Inhalte überhaupt die Leser erreichen. Der Leser von heute ist ungeduldig und eher Voyeurismus als langsames vertieftes Lesen gewohnt. Doch das ist noch längst kein Grund dafür, dass die Medien den Lesern Inhalte ohne überlegte redaktionelle Kontrolle und Leitung des ganzen Teams von Schaffern anbieten. Wenn eine Zeitschrift nicht gelesen wird, trägt in erster Linie das Redaktionsteam die Schuld dafür, nicht die Leser.

Die letzten Jahre hat sich die Dynamik des Lesens sehr verändert, die Gewohnheit des Zeitungslensens beim Morgenkaffee wurde vom Lesen virtueller Inhalte verdrängt. Die Leser informieren sich nun im Internet, nicht mehr in gedruckten Medien. Soziale Netzwerke ermöglichen, dass die Leser ihre eigenen Inhaltskuratoren werden. Die Möglichkeit von *likes* und *shares* ist für gute Texte das Beste, was einem passieren kann, denn sie ermöglicht eine schnelle Verbreitung, was vor einigen Jahren noch unmöglich war. In der alten analogen Welt verbreitete sich Erfolg viel langsamer, doch mit Hilfe von Facebook oder Twitter kann ein guter Artikel viel schneller wesentlich mehr Leute erreichen als früher, wo man noch zum Kiosk musste, um sich die Zeitung zu holen.

Wie schon Walther Benjamin erklärte, verursacht das Aufkommen eines neuen Mediums selten den Untergang eines alten, sondern eher die Veränderung des bestehenden Mediums – es aktiviert ermutigende Überlegungen über die Bedeutung, die Fähigkeiten und die Begrenzungen des alten Mediums.

1 – Neda Pagon: V RED DAJANJE, O delu knjižnega urednika, Pogledi, let. 4, št. 1, 9. januar 2013

2 – Hans Ulrich Obrist: the art of curation, Guardian, 24. 3. 2014

3 – The Magazine, Edited by Gwen Allen, Whitechapel Gallery London, the MIT press Cambridge, Massachusetts, 2016, s. 12

4 – Georg Schollhammer im Editorial des Dokuments 12 magazines project, 2007

5 – www.belleslettres.eu/blog/idiot-idiotes.php

6 – Dan Gillmor, Mediactive, 2010, S. 60

7 – Walther Benjamin, Umetnina v času, ko jo je mogoče tehnično reproducirati, 1936



# Inhaltskuratieren am Beispiel der 7. Ausgabe der Zeitschrift Outsider – über Schönheit

»Die primäre Rolle eines Kurators ist es, Sammlungen von Kunstwerken zusammenzustellen oder auszuwählen, die um eine Idee oder ein Thema gruppiert sind.«<sup>8</sup> Dies gilt auch für den Redakteur.

Das **Inhaltskuratieren** beginnt mit der Auswahl des Themas. Der Outsider ist eine Zeitschrift über Kultur durch die Optik der Architektur. Weil wir einen breiten Leserkreis ansprechen wollen, genauso wie die Architektur einen viel weiteren Menschenkreis angeht als nur Architekten, werden gesellschaftliche Themen gewählt. Wenn wir zusammen mit dem Redaktionsausschuss das Thema aussuchen, versuchen wir die Aktualität des Themas zu berücksichtigen, die Möglichkeit, später darüber zu diskutieren, eine gute Verbindung zur Architektur, die Einbettung ins Umfeld, die Präsenz dieses Themas in der Gesellschaft. Zusätzlich zum Hauptthema wählen wir jedes Mal noch eine historische Persönlichkeit aus der Welt der Architektur, der wir eine Art Mini-Monografie widmen. Zum Thema Schönheit war dies der Architekt des Frühbarock, Andrea Palladio, der noch heutzutage aktuell ist wegen seiner zahlreichen Stil-Nachahmer. Das öffnet zahlreiche Themen – Tradition, die politische Macht der Architektur, die Marktausnutzung der Architektur, Schönheit und Kitsch, Original und Nachahmer.

Sobald das Hauptthema ausgewählt ist, versuchen wir in der Redaktion die einzelnen Gesichtspunkte auszusuchen, die wir erhellen wollen. Deshalb teilen wir den Inhalt der Zeitschrift gewöhnlich in 7 bis 8 Kapitel ein. Einige Kapitel haben allgemeinere kulturelle Inhalte, andere gehen mehr in Richtung Architektur. Eines der Kapitel wird gewöhnlich der Mitarbeit mit der Fakultät für Architektur gewidmet (re-serach), wo Studenten über das ausgewählte Thema reflektieren können.



Wir versuchen jedes Mal die Themen durch verschiedene Ansichten zu behandeln. Wir sind stets auf der Suche nach Autoren verschiedener Generationen, verschiedener beruflicher Milieus und Interessen, mit der Absicht, eine möglichst große Vielfalt zu erzielen und den Lesern einen weiten Horizont der Möglichkeiten zu öffnen, wie man ein Thema betrachten kann.

**Ähnlich wie man auf ein gewähltes Thema jedes Mal aufs Neue eine Ausstellung in einem Raum aufstellen würde, die aus den Werken ausgewählter Künstler zusammengestellt ist, wählen wir die Thematik der einzelnen Artikel aus. So sorgfältig, wie wir die Autoren der einzelnen Werke für die Ausstellung wählen würden, wählen wir bei der Zeitschrift Autoren, die wir zum Schreiben von Artikeln engagieren. Ähnlich wie bei Ausstellungen einzelne Inhaltsgruppen im gemeinsamen Raum organisiert werden, werden sie bei der Zeitschrift in einzelne Kapitel gesammelt. So wie in der Galerie der Kurator sorgfältig darauf achtet, dass das Image der Ausstellung sinnvoll ist, mit dem Inhalt übereinstimmt, klar und attraktiv für das Publikum ist, versuchen wir bei der Zeitschrift den Inhalt so zu gestalten, dass er so überzeugend wie möglich und schön für die Leseerfahrung ist.**

Das versuche ich am Beispiel des Themas Schönheit darzustellen, dem die 7. Ausgabe der Zeitschrift Outsider in der slowenischen Fassung gewidmet war.

## Auswahl des Themas

Die Auswahl des Themas Schönheit ist für eine Zeitschrift über Architektur ziemlich ungewöhnlich. Architektur wird in »ernsthaften« Debatten gewöhnlich nicht mit dieser Kategorie, die kein relevantes Kriterium zur Bewertung der architektonischen Qualitäten darstellt, bewertet. Schönheit bedeutet für jeden etwas anderes, oft ist sie mit den Normen des gesellschaftlichen, geographischen und zeitlichen Kontexts bedingt. Zugleich ist jedoch Schönheit die erste Kategorie, die in der Architektur von allen Leuten, die sich im Raum einer Architektur bewegen, bemerkt oder nicht bemerkt wird. Schönheit ist ein weites, offenes Feld der Ansichten und Meinungen und ist gleichzeitig am meisten bewertet, begehrenswert, gut durchdacht und meistgebraucht im Marketing. Sie betrifft die Themen der Kunst, der Architektur, der Gesellschaft, der Frauenrechte und des Feminismus, der Literatur, der Mode, des Textil und ist der meistverkaufte »Artikel«.

Wenn die Historiker der Zukunft versuchen, die kulturelle Mentalität des Anfangs des 21. Jahrhunderts bezüglich der Kunst und Architektur festzulegen, wird es ihnen vielleicht noch am aussagekräftigsten erscheinen, dass der Beschäftigung mit der Schönheit nicht viel Aufmerksamkeit gewidmet wurde. Heutzutage scheint es, dass es nicht nur um die Abwesenheit der Standards der Bewertung der Schönheit bzw. um die Regeln zu ihrer Verwirklichung geht, sondern es besteht nicht einmal eine einheitliche Auffassung darüber, was Schönheit überhaupt ist oder warum sie ein wichtiger Teil der menschlichen Erfahrung sein sollte. Das Einzige, worüber sich scheinbar alle einig sind, ist, dass es dabei um etwas Kontroverses geht. Genau das sind die Gründe, warum wir die Schönheit als Thema gewählt haben.

## Schönheit und Architektur

Wenn die Form der Gegenstände, Räume und Gebäude die logische Folge ihrer Nutzbarkeit ist, ist Dekoration überflüssig. Wie Adolf Loos in seiner berühmten Schrift Ornament und Verbrechen behauptet, bedeutet das Dekorieren eine Verschwendung von Arbeitskräften, Mitteln und Materialien. Loos hat anhand von historischen Beispielen bewiesen, dass die Abschaffung von Ornamenten eine Folge der kulturellen Entwicklung ist. Seine Werke zeigen, dass er solche Architektur angestrebt hat, die nützlich ist und von sich aus schön, weswegen sie keine zusätzlichen Dekorationen benötigt, wie wir es sonst aus der Seziions- oder Barockarchitektur kennen.

Die Kritiken, dass die moderne Architektur wegen der übertriebenen Betonung der Funktion ein Ausdruck nackter Rationalität, Nützlichkeit und Technik ist sowie dass sie dadurch das Interesse an Kunst, Poetizität und den psychologischen Bedürfnissen der Menschen verliert, berufen sich gewöhnlich auf den Gedanken Le Corbusiers »das Haus ist eine Maschine zum Wohnen«. Le Corbusiers Begeisterung für Maschinen ist der Ausdruck seiner Bemühungen, auch in der Architektur die Perfektion der Ausführung zu erzielen, die durch die Präzision der industriellen Verarbeitung gewährleistet wird, was schon damals die Produktion von Fahrzeugen, Flugzeugen und Schiffen auszeichnete. In dem Buch, aus dem das Zitat stammt, hat er jedoch nur einige Seiten weiter geschrieben: »Architektur reicht über die Nützlichkeit hinaus ... Wenn ein Gegenstand seiner Nützlichkeit folgt, ist er nicht schön; er entspricht unseren Vorstellungen, was aber erst eine größere Zufriedenheit ermöglicht ... Architektur muss andere Ziele verfolgen, nicht nur Konstruktion vorzeigen und dem Zweck (der Verwendbarkeit, der Bequemlichkeit und der Zweckmäßigkeit) entsprechen. Architektur ist eine Kunst ...« Einige Seiten darauf folgt: »Man gebraucht Stein, Holz und Beton und macht aus diesen Materialien Häuser und Paläste. Das ist Bauen. Hier ist Einfallsreichtum am Werk. Doch auf einmal berührst du mein Herz, du gefällst mir, ich bin glücklich und sage ‚das ist schön‘. Das ist Architektur.«

Mit der Auswahl eines so allgemeinen Themas, das eine so starke emotive Ladung hat, ragt die Zeitschrift Outsider aus dem Bereich der erhabenen »fachlichen« Publizistik zu den Menschen heraus.

Wir versuchen uns jedoch jedes Mal dem breiteren Leserkreis zu nähern, ohne dabei bei der Qualität der Inhalte nachzulassen.

Wäre es hier gut Vergleiche zur Themenwahl von Ausstellungen zu machen? Vielleicht anhand von Zitaten von Interviews mit KuratorInnen?

## Auswahl der Verfasser und Autoren

Redaktionelle Arbeit beginnt, ähnlich wie das Kuratieren mit der Auswahl der Autoren anfängt, mit der Auswahl der Verfasser. Wir laden meist Personen zum Schreiben ein, die gewöhnlich keine ausgebildeten Journalisten sind, sondern sich auf einem Gebiet besonders gut auskennen – Fachleute oder Autoren. Jedes Mal laden wir bekannte und anerkannte Verfasser – Soziologen, Schriftsteller, Architekten, Wissenschaftler u. a. zur Mitarbeit ein und einige sehr junge Autoren, die zum ersten Mal die Gelegenheit haben, etwas zu veröffentlichen. Auf die Weise versuchen wir die Inhalte verschieden zu präsentieren und zugleich neue Autoren zu »erziehen«.

Zum Schreiben über Schönheit haben wir Autoren aus verschiedenen Bereichen der Kultur aufgefordert. Den Leitartikel verfasste der Dichter und Träger des wichtigsten nationalen Literaturpreises Miklavž Komelj. Weitere Texte stammen von einer jungen Dramaturgin, einem Architekten, einem Übersetzer und dem 106-jährigen italienischen Kenner von Kitsch,

Gillo Dorfles. Ein langes Essay über Schönheit haben wir dem blinden Fotografen und Philosophen Evgen Bavčar anvertraut, dem Autoren des Vorwortes zur slowenischen Übersetzung des Essays über Blindheit von José Saramago.



Die Kolumnisten gehören zu den kenntnisreichsten Schöpfern auf den verschiedensten Gebieten: eine Filmregisseurin aus New York, eine Publizistin aus Wien, ein Autor aus Bratislava, ein Designer, der auf dem Todespfad war, einer 800 Kilometer langen Transversale in den USA, und ein Fäkologe aus einem der Randgebiete Sloweniens.



Über Themen, die mit der Architektur verbunden sind, schreiben prominente Autoren aus dem theoretischen und praktischen Bereich der Architektur. Doch auch bei der Beschreibung der Architektur versuchen wir uns vom Schreibstil der üblichen Fachzeitschriften zu distanzieren. Wir zeigen Architektur mit Hilfe von Fotos der besten Autoren. Wir haben z. B. das Projekt Urban Yoga eingeführt, wo eine Yogistin mit ihrem Körper versucht, auf das Spüren von Architektur aufmerksam zu machen.



Gewöhnlich sind Zeitschriften aus dem Bereich der fachlichen Publizistik streng von der Alltagslektüre getrennt – und vom Dasein der breiteren Menschenmenge.

## Das Organisieren von Inhaltsgruppen

Eine Besonderheit des Outsiders ist die, dass inhaltlich verbundene Themen zu Kapiteln vereint werden. Dadurch nähert sich die Zeitschrift dem Buchformat. Die Zeitschrift verhält sich in den Händen der Leser wie ein Buch. Sie ist für längeres, vertieftes Lesen gedacht. Sie ermöglicht uns, dass wir aus dem Inhalt einzelne Themen nehmen und uns nur ihnen widmen. Kapitel wirken genauso wie einzelne thematische Räume in Galeri-

en. In der 7. Ausgabe zum Thema Schönheit hat die Zeitschrift 7 Kapitel: Grundlagen, Kanons, Architektur, Harmonien, Pax, Kolumnen und Andrea Palladio.



### Künstlerische Gestalt und Design

Wir versuchen unsere Leser anzusprechen und sie mit Hilfe einer Auswahl von künstlerischer Gestaltung der Inhalte zum Nachdenken zu motivieren.



Die Ausgabe des Outsider, die der Schönheit gewidmet ist, hat zwei Gesichter, zwei Covers. Auf einem ist das Gesicht von Palladio, dem eine kleine Monografie gewidmet ist – ein Kapitel, in dem wir über Schönheit sprechen durch die Übersicht der Architektur Palladios und ihren Einfluss bis auf den heutigen Tag. Wir versuchen sowohl über die besten Beispiele zu schreiben als auch zu offenbaren, warum die Menschen prunkvolle, farbenprächtige Architektur schaffen, die weder in unseren Raum noch in unsere Zeit passt. Von Palladio über Palladianismus bis hin zum Palladismus.



- 1– Hans Ulrich OBRIST, Kuratieren!, München 2014.
- 2 – The Magazine, Edited by Gwen Allen, Whitechapel Gallery London, the MIT press Cambridge, Massachusetts, 2016, s. 12
- 3 – Georg Schollhammer v Editorial, documenta 12 magazines project, 2007
- 4 – [www.gyst-ink.com/curating/](http://www.gyst-ink.com/curating/)
- 5 – Ekonomsko vrednotenje umetniških dogodkov: umetnost med trgov in državo, Avtor: Andrej Srakar, Univerza v Ljubljani, 2011, s.112
- 6 – Blaž Kosovel, Razpotja, 2016/2; O javnem interesu, s. 55
- 7 – The Magazine, Edited by Gwen Allen, Whitechapel Gallery London, the MIT press Cambridge, Massachusetts, 2016, s.96
- 8 – [www.on-curating.org/files/oc/dateverwaltung/oid%20Issues/ONCURATING\\_Issue9.pdf](http://www.on-curating.org/files/oc/dateverwaltung/oid%20Issues/ONCURATING_Issue9.pdf)



## 3.3 OUTSIDER UND MANAGEMENT

**Das Kultur- und Kunstmanagement umfasst: Planung, Organisation, Führung und Überwachung.<sup>1</sup> In Slowenien ist die Übersicht über das Management in der Kultur schlecht dokumentiert. Strategien für eine erfolgreiche, rationale, unternehmerische Handlungsweise in der Kultur existieren den verfügbaren Quellen zufolge im Grunde nicht. Die Kultur gilt als ein Bereich von nationaler Bedeutung, der aber von profitablen Branchen völlig getrennt ist.<sup>2</sup>**

So gilt die Kultur als ein Schaffensfeld, das nicht dem Gedanken an die Vermarktung unterworfen sein darf. Sie gilt als etwas, das nicht für die Masse bestimmt ist und dessen Inhalte nicht „kommerziell“ sind. Kultur ist Kunst, die eingehende Überlegung und Zeit erfordert sowie nur einen kleineren Teil der Bevölkerung anspricht.

Man könnte sogar die vorherrschende Meinung erwähnen, dass hohe Kultur elitär sei, während Massenverbreitung, „Kommerzialisierung“, aber auch Rentabilität und Zugänglichkeit Eigenschaften von „minderwertiger“ Kultur, von Popkultur seien. Und doch gibt es die gesamte Geschichte hindurch Werke, die sowohl den Massen als auch der Fachwelt gefallen. In der Literatur wird zum Beispiel behauptet, Shakespeare habe eine ganze Reihe von Helfern gehabt – Schriftsteller, die nach seinen „Skizzen“ bzw. Entwürfen schrieben. Shakespeares Unterschrift bedeute in Wirklichkeit, dass der Text von einem der rund 20 Arbeiter der „Shakespeare-Manufaktur für Theaterwerke“ verfasst worden sei, in der gute Schriftsteller im Sinne von Handwerkern Erzeugnisse für die Massen herstellten. Allerdings sind diese Werke so gut, dass sie selbst nach fünf Jahrhunderten als Literatur der Spitzenklasse gelten. *„Wir alle beklagen uns darüber, was die Leute heutzutage lesen, doch wenn man in die Geschichte blickt, sieht man, dass diejenigen Bücher, die gut waren, am meisten verkauft und gelesen wurden. Die französische Encyclopédie war ein Bestseller ihrer Zeit, Martin Luther erreichte außerordentlich hohe Auflagen, Tolstoi war ein Star, ebenso Dickens ...“<sup>3</sup>*

Tatsache ist, dass Kreativität, Innovations- und Überzeugungskraft nicht nur Eigenschaften vieler guter Kunstwerke, Ausstellungen und Zeitschriften sind, sondern auch in der heutigen Denkweise von Unternehmern zum Ausdruck kommen.

Besonders interessant ist diesbezüglich der Bereich der Architektur, dessen Wesen künstlerische Expression, Ingenieurwissen und Kenntnisse wirtschaftlicher Anforderungen beim Bau miteinander verbindet. Architektur zu bauen bedeutet, mit hohen finanziellen Mitteln umzugehen. Bei seinem Architekturen-

twurf kann der Architekt für dieselbe Gebäudefunktion unterschiedliche Lösungen vorschlagen, die wesentlich verschiedene finanzielle Investitionen erfordern. Die Qualität der Architektur ist häufig, nicht jedoch zwangsläufig mit der Höhe des zur Verfügung stehenden Geldes verbunden. Oft entschließen sich die Auftraggeber (überhaupt ist dies bei kleineren Projekten der Fall), „bei der Architektur zu sparen“, was bedeutet, dass sie den billigsten Architekten wählen. Obwohl ein besserer und teurer Architekt einen besseren und vielleicht sogar kostengünstigeren Bau entwerfen würde. In der Architektur kann die Einstellung, dass Architektur keine wirtschaftliche Kategorie sei, sowohl für den Auftraggeber als auch für alle anderen in den Bauprozess eingebundenen Personen sehr schädliche Folgen haben. In der Architektur – wenn man nicht eine rein konzeptuelle, auf dem Papier bleibende Architektur im Sinn hat – muss die Idee so entworfen sein, dass sie durch statische Adäquanz, funktionale Sinnhaftigkeit und finanzielle Tragfähigkeit Bestand hat.

Obwohl Kultur in der Regel nicht vorrangig aus finanziellen Motiven entsteht, muss sie doch auch finanziell sinnvoll sein. Kunstschaffende sollten für ihre Arbeit eine entsprechende Bezahlung erhalten. Sie benötigen auch andere Voraussetzungen für ihre Tätigkeit: ein Atelier bzw. einen Arbeitsraum, Werkmaterial, Mittel für permanente Fortbildung, Mittel für ihren Lebensunterhalt, für Versicherungen usw. Für den finanziellen Bedarf von Kunstschaffenden gilt also genau das Gleiche wie bei Angehörigen anderer Berufe.

Die Erstellung einer Zeitschrift, auch wenn sie auf Kultur fokussiert ist, stellt in dieser Hinsicht keine Ausnahme dar. Eine Zeitschrift muss die Leser erreichen, um den Zweck des Mediums zu erfüllen. Um sie zu erreichen, muss sie qualitativ hochwertig sein. Hierfür sind hohe Finanzmittel erforderlich.

Einer der grundlegenden Ausgangspunkte des Outsider-Konzeptes war die finanzielle Tragfähigkeit des Projektes. Dies bedeutet, dass die Zeitschrift mindestens so viele Einnahmen bringen muss, dass alle Mitarbeiter Honorare bekommen können. Dies umfasst sowohl Textautoren, Fotografen und Illustratoren als auch die redaktionelle Arbeit. Hohe Kosten fallen außerdem mit der Gestaltung der Zeitschrift, der Druckvorstufe und dem Druck sowie dem Vertrieb an die Leser an.

Das erste Treffen des Outsider-Redaktionsteams, als die Idee der Zeitschrift erst im Entstehen war, fand deshalb in den Räumen eines Vertriebsdienstes statt. Vor dem Druck der ersten Ausgabe wollten wir sicherstellen, dass die Zeitschrift an möglichst vielen Verkaufsstellen angeboten wird. Wir erreichten, dass bereits die erste Nummer der Zeitschrift an 420 Stellen in

ganz Slowenien verkauft wurde. Obwohl es sich um eine relativ hoch profilierte Kulturzeitschrift handelt, vereinbarten wir mit dem Vertreiber absichtlich ungewöhnliche Verkaufsstellen. Die meisten Outsider-Zeitschriften werden an Tankstellen verkauft. Die Zeitschrift ist auch in Shoppingcentern, Zeitungs- und Buchläden erhältlich. Mit der Präsenz an Orten, an denen sich Liebhaber hoher Kunst in der Regel nicht aufhalten, möchten wir über die Grenzen der Fachwelt hinausgehen. Einer der Zwecke der Zeitschrift besteht darin, diejenigen Menschen, die sich nicht täglich und bewusst mit Kultur befassen, zum Nachdenken über Raumkultur anzuregen und sie für deren Bedeutung sensibel zu machen.

Neben den erwähnten Verkaufsstellen haben wir nach nunmehr 7 erschienenen Nummern, eineinhalb Jahre nach der ersten Outsider-Ausgabe, bereits einen umfangreichen Abonnentstamm.

Als Ziel soll die Zeitschrift Outsider in den ersten drei Jahren ihres Bestehens eine ausreichend hohe Zahl von aktiven Lesern (welche die Zeitschrift auch kaufen) erreichen, um mit dem Erlös aus dem Verkauf die Produktionskosten der Zeitschrift zu decken.

Hierzu versuchen wir, auf möglichst innovative Weise Abonnenten zu gewinnen. Wir sind in folgenden sozialen Netzwerken aktiv: FB, Twitter und Instagram. Besonders erfolgreich hat sich Facebook als effizientes Mittel zur Gewinnung neuer Abonnenten erwiesen.

Neben der gedruckten Zeitschrift unterhalten wir die Website [www.outsider.si](http://www.outsider.si).

Ihr Zweck besteht darin, Leser als aktive Internetbenutzer anzusprechen und mit ihnen zu kommunizieren. Da Internetseiten nach einer anderen Dynamik als Printmedien gelesen werden, versuchen wir dem Internet angepasste Inhalte zu veröffentlichen, insbesondere aktuelle und kürzere Texte.

Das Internet hat sich als ein sehr nützliches Mittel zur Promotion der Zeitschrift Outsider erwiesen. Die meisten Leser greifen online auf sie zu beziehungsweise erfahren erstmals im Internet von ihr. Häufig nehmen sie an einer Diskussion im Internet teil und erwerben dann auch die Druckausgabe.

## **Werbung**

Die allermeisten Zeitschriften stützen sie neben den Einnahmen von den Lesern auch auf andere Finanzquellen. Ausgewählte Zeitschriften erhalten staatliche Subventionen, andere müssen sich anderweitig zurechtfinden – mit Sponsoring und Werbeeinnahmen.

Zwischen staatlichen Fördermitteln und Werbeeinnahmen zeigen sich gewisse Ähnlichkeiten. In beiden Fällen muss man den Geldgeber mit einem guten Inhalt und einer klaren Vision davon überzeugen, dass die Investition in das Projekt sinnvoll ist. In beiden Fällen muss man auch als Gegenleistung für die erhaltenen Mittel ein Produkt propagieren. Bei der Werbung ist das Produkt klar definiert. Unmissverständlich handelt es sich dabei um ein gutes Auto, ein schönes Haus, komfortable Möbel. Doch auch bei staatlichen Subventionen geht es um eine gewisse Art von Werbung. Allerdings ist es wesentlich schwieriger, das Produkt oder sogar die dahinterstehende Ideologie zu identifizieren.

Deshalb scheint die abwertende Bezeichnung „kommerziell“ häufig unberechtigt. Ich bin genau vom Gegenteil überzeugt: Sponsoren (Werbetreibende) zu überzeugen dürfte nämlich noch schwieriger sein als eine Kommission, die mehr oder auch weniger fachkompetent sein kann und die häufig über keine objektiven Kriterien verfügt. Für Unternehmen, die Werbeflächen in Zeitschriften kaufen, sind folgende Daten relevant: Auflage, Lesequote und Präsenz des Mediums, Relevanz (Qualität, Ansehen, guter Ruf), Leserstruktur und -typ (Bildungsgrad, Geschlecht, Alter, Interessen, Kaufkraft), Positionierung der Zeitschrift (wo sie zu finden ist). Interessanterweise ist für Werbetreibende neben allen aufgezählten Faktoren auch der *Inhalt* (die Story) bedeutsam. Was sind seine Spezifika, welche Ideen und Botschaften vermittelt er? Was teilt die Idee mit, die der Werbetreibende eventuell unterstützen wird?

Die Ausrichtung der Zeitschrift Outsider auf einen breiteren Kulturbereich aus der Perspektive der Architektur hat sich für den Verkauf von Werbeflächen als gute Position erwiesen.

Bei einem erfolgreichen Führungsmodell, das vorwiegend auf der Vermarktung von Werbeflächen basiert, ist die wechselseitige Kommunikation zwischen der inhaltlichen Redaktion und dem Marketingdienst von hoher Bedeutung. Natürlich gilt dies nur für nichtpolitische Inhalte. Die redaktionelle Autonomie ist unantastbar.

Der Marketingdienst muss über Architekturprojekte, die in der Zeitschrift als Beispiele guter Praxis vorgestellt werden, informiert sein. Die mitwirkenden Bauausführenden sind auf Grund des Inhalts an Werbung interessiert.

Da Outsider eine qualitativ hochwertige Zeitschrift ist, die sich auch an ein jüngeres Publikum richtet, werben in ihr auch Fakultäten und Hochschulen – unter anderem die Fakultät für Architektur der Universität Ljubljana.

### **Beteiligung des Publikums: Wettbewerb**

Die Inhalte, entweder auf Papier oder im Internet, erreichen vor allem Leser, die schon auf Grund ihrer Art, ihrer Affinitäten oder ihres Berufes eine Neigung zum Verfolgen von Kulturinhalten verspüren. Zu schnell kann es geschehen, dass eine Zeitschrift »die Überzeugten überzeugt«, dass sie also nur im Bereich des fachlichen Diskurses gut wirkt. Der Zweck der Zeitschrift Outsider ist genau diese Überschreitung der Grenzen zwischen einzelnen Kulturfeldern, ihre Verbindung.

Um das Publikum so viel wie möglich zu engagieren, haben wir beim Outsider offene Wettbewerbe veranstaltet. Ein Wettbewerb zieht immer Publikum an und lädt dazu ein, aktiv nachzudenken und Lösungen in Verbindung mit dem aktuellen Thema vorzuschlagen. Sehr erfolgreich war zum Beispiel der Wettbewerb »Renovierung des slowenischen Typenhauses – Haus für das 21. Jahrhundert«. Er wurde in zwei Phasen organisiert. Die erste war eine Art Einladung für alle Hauseigentümer, deren Häuser einer Renovierung bedürfen, ihr Objekt anzumelden. Das ausgewählte Haus diente als Grundlage für die Durchführung der zweiten Phase des Wettbewerbs – des fachlichen Architektur-Wettbewerbs für die architektonische Renovierung des Hauses.

Beide Wettbewerbsphasen fanden großen Anklang und sorgten für eine breite öffentliche Debatte, die sich in den sozialen Medien verbreitete.

Das ist eine der Arten, auf welche Outsider die fachlichen akademischen Sphären überschreitet und versucht, die Öffentlichkeit zum Nachdenken über ein bestimmtes Thema zu motivieren. Vor allem in diesem Sinne sehe ich die *education*-Bedeutung der Zeitschrift Outsider.

Obwohl nur eine einzige Lösung ausgewählt wird – diese wird als richtig erklärt, woraus zu schließen sein könnte, dass die übrigen Lösungen weniger richtig oder gar falsch sind, dass also nur eine einzige endgültige Lösung für die gestellte Frage besteht – geht es beim Wettbewerb vor allem um eine aktive Aufforderung zur Teilnahme. Wesentlich ist aber, dass der Wettbewerb eine öffentliche Diskussion auslöst. In die Diskussion wird auch dasjenige Publikum einbezogen, das nicht schon nach dem Trägheitsprinzip als interessiertes Publikum gilt. Doch handelt es sich bei Wettbewerben um eine öffentliche Suche nach Lösungen für eine aktuelle räumliche Problematik. Eine Siegerlösung muss deshalb ausgewählt werden, weil jedes Mal ein konkretes Raumproblem behandelt wird, welches mit der zum Gewinner erklärten Architekturlösung auch tatsächlich gelöst wird. Es werden jedoch alle Lösungen diskutiert und auch in einem öffentlichen Raum ausgestellt. Beispiel: Renovierung eines slowenischen Typenhauses (2016).

### **Führung und Kontrolle**

Eine der anspruchsvollsten Aufgaben ist wohl die Auswahl der Mitarbeiter. Das Verfassen von Texten ist ein seltenes Talent. Wenn es um kritisches Schreiben geht, muss dieses Talent auch einhergehen mit Courage und mit der Bereitschaft, sich in der Öffentlichkeit zu exponieren.

Zur wirksamen Führung ist eine effiziente Logistik von wesentlicher Bedeutung. Besonders zur Zeit des Redaktionsschlusses (3 Wochen vor dem Druck) müssen der Redakteur, der Gestalter und der Marketer extrem koordiniert handeln.

Die beste Art, eine effiziente Kommunikation herzustellen, ist eine gemeinsame Redaktion – also die Möglichkeit, dass der Redakteur, der Artdirector, der Gestalter und der Marketer gemeinsam am selben Ort anwesend sind. Obwohl die heutigen Kommunikationstechnologien vieles erleichtern können, ist der persönliche Kontakt dennoch unersetzlich.

Die Hauptfinanzierungsquelle sind unsere Leser. Dies ist auch der gerechteste Austausch – denn die Leser, an die sich die Zeitschrift richtet, unterstützen sie. Zum Abschluss dieses Kapitels sei ein Satz zitiert, der in diesen Tagen in der Zeitung The Guardian erschien: *Never has the world needed fearless independent media more* – genau dies gilt auch für Kulturzeitschriften. Nie benötigte die Welt gute Kulturzeitschriften so sehr wie heute. Sie ermöglichen eine Reflexion der Gesellschaft, regen eine ständige Hinterfragung etablierter Muster an und schaffen sowohl eine Gemeinschaft als auch einen öffentlichen Raum.

1 – Andrej Srakar: Ekonomsko vrednotenje umetniških dogodkov: umetnost med trgom in državo [Wirtschaftliche Bewertung künstlerischer Ereignisse: Kunst zwischen Markt und Staat], Universität Ljubljana, 2011, Seite 16.

2 – Andrej Srakar: Ekonomsko vrednotenje umetniških dogodkov: umetnost med trgom in državo [Wirtschaftliche Bewertung künstlerischer Ereignisse: Kunst zwischen Markt und Staat], Universität Ljubljana, 2011, Seite 16.



# ABSCHLUSS

***Ich versuchte darzustellen, dass die Arbeit des Kurators und die des Redakteurs sich nahestehen und verflechten. Beiden ist gemeinsam, dass sie einen mentalen und einen ideellen Kontext gestalten. Dieser Kontext dient als Ausgangspunkt für Meinungsaustausch, Diskussionen und das Überdenken unserer Weltanschauung.***

Am konkreten Beispiel der Zeitschrift Outsider reflektierte ich, wie sich das Editieren-Kuratieren des Magazins auf die Hauptthemen des Studienprogramms »ecm« bezieht: *education, curating, management*.

Das Magazin ist eine Plattform für education, für den Aufruf zum aktiven Überdenken der Gesellschaft auf öffentlichem Raum. Es ist ein Raum zum Meinungsaustausch: unter den Lesern selbst, zwischen den Lesern und den Schöpfern des Magazins, unter allen Mitarbeitern des Magazins, einschließlich der Autoren der Beiträge und des Redakteurs/Kurators. Es ist ein Raum für Erfindungskraft, für Provokation, für learning und de-learning.

Ähnlich wie Ausstellungen verschiedene Sammlungen einzelner Werke zu einem bestimmten (oder unbestimmten) Thema darstellen, sind Magazine Papiergalerien von Theorie und Praxis, von Fragen und möglichen Antworten, von Geschichten, zusammengesetzt aus vielen Kapiteln, die verschiedene Lese- und Sichtweisen zulassen.

Der Redakteur/Kurator ist ein aktiver Schöpfer, der aus verschiedenen Inhalten auf der Grundlage von Rhythmus, Gegensätzen und Dramaturgie einen schöpferischen Kontext schafft.

Ähnlich wie der moderne Kurator zugleich Produzent, Vermittler und Realisator ist, ist der Redakteur in modernen Ma-

gazinen, besonders in kleineren Magazinen, wie der Outsider, gleichzeitig auch Manager. Das bedeutet, dass er für eine größtmögliche Distribuierung und für den Anklang der produzierten Inhalte sorgt, für den Kontakt mit den Lesern und für den Meinungsaustausch. Er sorgt auch für Kontinuität und finanzielle Nachhaltigkeit des Projekts.

Diese Prinzipien haben wir mit den Mitarbeitern – in anderthalb Jahren waren es insgesamt mehr als 100 – in der Zeitschrift Outsider, die in der Zeit meines Studiums entstand, vereint.

Weil der Medienraum sich unter dem Einfluss von modernen Internettechnologien und Fähigkeiten von Grund auf verändert hat, habe ich diese Veränderungen in einem gesonderten Kapitel behandelt. Obwohl das Internet eine wesentlich größere Distribuierung der Inhalte für einen wesentlich kleineren Einsatz ermöglicht, ist der Druck noch immer ein neutrales Gebiet, sicher vor unbeherrschbaren Kuratoren von Internetsuchmaschinen.

Ich untersuchte einige Beispiele relevanter ausgewählter online- und/oder gedruckter Zeitschriften aus den Bereichen der Kultur, Architektur und Kunst, und klassifizierte die Zeitschrift Outsider angesichts ihrer Positionen. Beim Reflektieren der Zeitschriften benutzte ich, methodologisch gesehen, den Fragebogen (Beilage).

Mit der Gründung der Zeitschrift Outsider stellten wir mit unseren Mitarbeitern eine Plattform bereit, wo wir die zu Beginn festgelegten Hypothesen – die sich als richtig erwiesen haben – weiterhin testen, überdenken und überschreiten. Auf der Grundlage des Editierens/Kuratierens schaffen wir eine vielfältige Welt ohne endgültige Wahrheiten, jedoch voller inspirierender Fragen.

# BIBLIOGRAPHIE

## Gedruckt:

- Neda Pagon: V RED DAJANJE, O delu knjižnega urednika, Pogledi, let. 4, št. 1, 9. januar 2013
- The Magazine, Edited by Gwen Allen, Whitechapel Gallery London, the MIT press Cambridge, Massachusetts, 2016, s. 12
- Georg Schollhammer im Editorial des Dokuments 12 magazines project, 2007
- Dan Gillmor, Mediactive, 2010, s. 60
- Walther Benjamin, Umetrina v času, ko jo je mogoče tehnično reproducirati, 1936
- Künstlerische Forschung – Ein Handbuch; Denken/ Reflektieren; Jens Badura, Selma Dubach, S. 123-126
- Hans Ulrich OBRIST, Kuratieren!, München 2014.
- Quelle: Sanford Kwinter, "Concepts: The Architecture of hope; on Difficulty and Innovation", in: Harvard Design Magazine, No. 19 / Architecture as Conceptual Art? Blurring Disciplinary Boundries, 2003
- Paul O'NEIL L, The Curatorial Turn: From Practice to Discourse, in: Judith Rugg et al. (Hg.), Issues in Curating Contemporary Art and Performance, Chicago 2007, S. 11-28
- Paul BASU, Sharon MACDONALD (Hg.), Exhibition Experiments, Oxford 2007.
- Claire BISHOP, Radical Museology, London 2013.
- Beatrice von BISMARCK, Kuratorisches Handeln. Immaterielle Arbeit zwischen Kunst und Managementmodellen, in: Marion von Osten (Hg.), Norm der Abweichung, Zürich / Wien 2003, S. 81-98.
- Beatrice von BISMARCK, Jörn SCHAFFAFF, Thomas WESKI (Hg.), Cultures of the Curatorial, Berlin 2012.
- Beatrice von BISMARCK, Rike FRANK, Benjamin MEYER-KRAHMER, Jörn SCHAFFAFF, Thomas WESKI (Hg.), Cultures of the Curatorial 2. Timing: On the Temporal Dimension of Exhibiting, Berlin 2014.
- Neda Pagon: O delu knjižnega urednika; V red dajanje, Pogledi, let. 4, št. 1, 9. januar 2013
- The Magazine, Edited by Gwen Allen, Whitechapel Gallery London, the MIT press Cambridge, Massachusetts, 2016, s. 16
- The Magazine, Edited by Gwen Allen, Whitechapel Gallery London, the MIT press Cambridge, Massachusetts, 2016, s. 12
- Stuart Bailey, David Reinfurt, Agie Keefer, „The Serving Library Co., Inc. Statement of Intent (draft)“, 2011
- Hans Ulrich OBRIST, A Brief History of Curating, Zürich 2009.
- Walther Benjamin, Umetrina v času, ko jo je mogoče tehnično reproducirati, 1936
- Dan Gillmor; Gespräch, Sobotna Priloga, Lenart Kuči, may 2016
- Bertolt Brecht, The Mother, trans. Lee Baxandall (New York: Grove Press, 1994), S. 76-77.
- Jacques Rancière, The Ignorant Schoolmaster: Five Lessons in Intellectual Emancipation, (Stanford University Press, 2008.)
- Kristina Lee Podesva, A Pedagogical Turn: Brief Notes on Education as Art, Fillip 6 — Summer 2007
- Artforum, vol. 32, no. 1 (New York, September 1993) 183-4
- Georg Schollhammer v Editorial, documenta 12 magazines project, 2007
- Ekonomsko vrednotenje umetniških dogodkov: umetnost med trgovin in državo, Avtor: Andrej Srakar, Univerza v Ljubljani, 2011, s. 112
- Blaz Kosovel, Razpota, 2016/2; O javnem interesu, s. 55

## Online

- [www.on-curating.org/files/oc/dateverwaltung/old%20Issues/ONCURATING\\_1ssue9.pdf](http://www.on-curating.org/files/oc/dateverwaltung/old%20Issues/ONCURATING_1ssue9.pdf)
- Hans Ulrich Obrist: the art of curation, Guardian, 24.3.2014 <http://www.theguardian.com/artanddesign/2014/mar/23/hans-ulrich-obrist-art-curator>
- Lázár, Eszter (nd) "Educational Turn", Curatorial dictionary <http://tranzit.org/curatorialdictionary/index.php/dictionary/educational-turn>
- [www.belleslettres.eu/blog/idiot-idiotes.php](http://www.belleslettres.eu/blog/idiot-idiotes.php)
- <http://www.springerlin.at/de/-uber-springerlin>
- <https://frieze.com/faqs-frieze-magazine>
- Triple Canopy / The Binder and the Server, Art Journal, vol 70, no. 4 (New York, Winter 2011), S. 41 <https://www.textezurkunst.de>
- <http://www.e-flux.com/about>
- Dexter Sinister, nepodpisani uredniški »statement«, Dot Dot, št. 1 (New York 2001) <http://www.springerlin.at/de/>
- Bernard Nežmah: Časopisna zgodovina novinarstva na Slovenskem v letih 1797-1989, 2012
- FELIX BERNSTEIN: DER UNANGREIFBARE AUFSATZ - ZUM AMAZON-DISKURS DER HYBRIDLITERATUR, 11. Oktober 2016 (<https://www.textezurkunst.de/articles/amazon-discourse/>)
- [www.gyst-ink.com/curating/](http://www.gyst-ink.com/curating/)
- [www.outsider.si](http://www.outsider.si)

*di:'angewandte*

*ecm*  
educating  
curating  
managing

masterlehrgang für  
ausstellungstheorie & praxis  
an der universität für  
angewandte kunst wien