

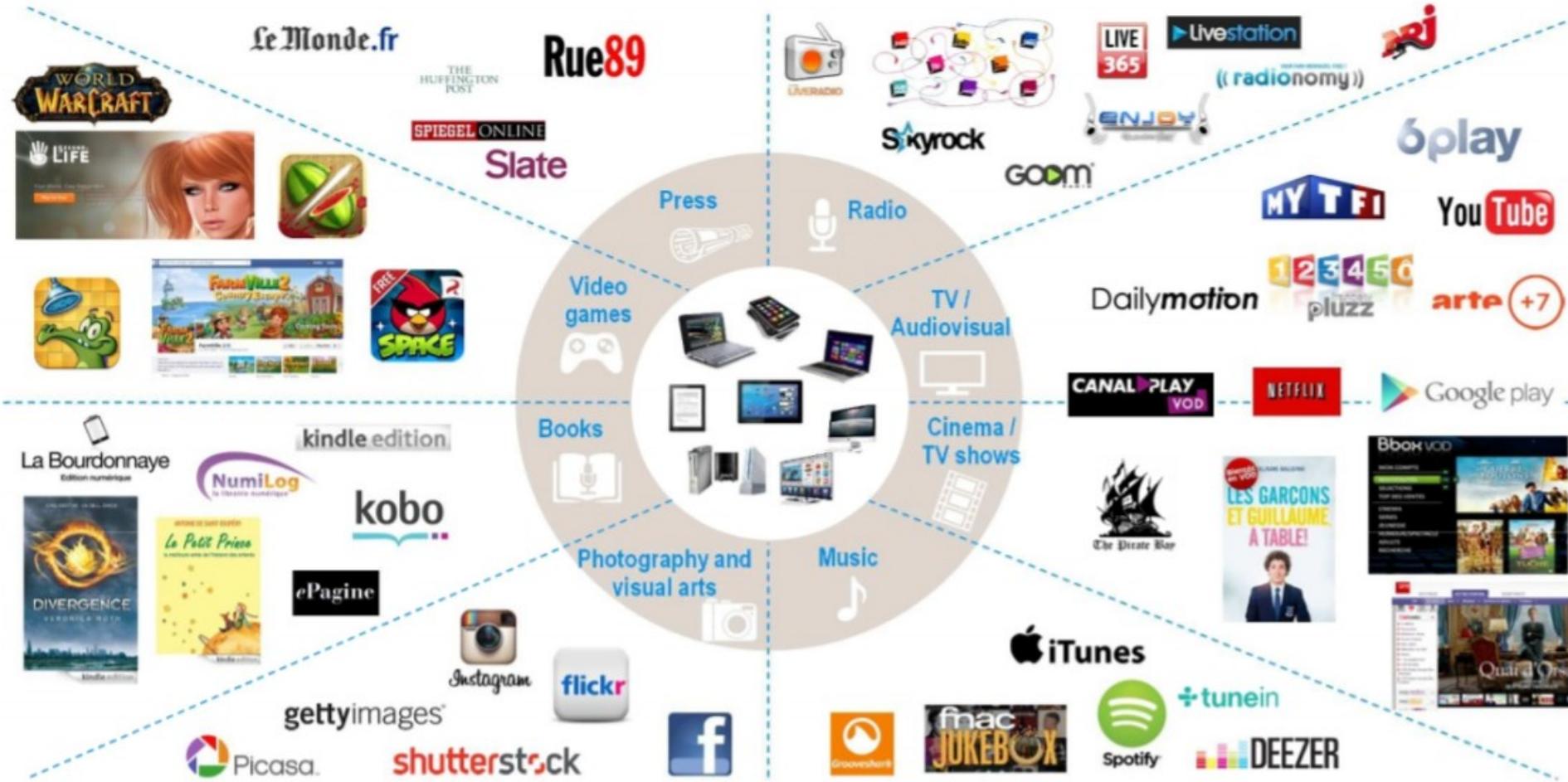
Kreativwirtschaft im digitalen Wandel

Entwicklungen der *creative industries*
nach Andreas Reckwitz

Gliederung

1. Einleitung
2. Vom Fordismus zum Postfordismus
3. Entstehung der *Creative Industries*
4. Affektiver Kapitalismus
5. Digitalisierung der *Creative Industries*
6. Diskussion

Cultural content offer panel available from a connected device



Berger, Roland 2015

1. Einleitung

- Andreas Reckwitz (2012):
„Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung“
- Ausgangspunkte:
 - Regime des Neuen
 - Prozess der Ästhetisierung
 - Kreativitätsdispositiv

2. Vom Fordismus zum Postfordismus

- Fordismus:
 - Betriebswirtschaftliche Rationalisierung des Produktionsprozesses
 - Innovation als organisierte Aufgabe
 - Standardisierte Massenproduktion
 - Massenkonsum

- Postfordismus:
 - *Economy of speed*: Ständig wechselnde Angebote
 - Flache Hierarchien, Projektarbeit, kommunikative Netzwerke
 - Arbeit mit Ideen und Information (Wissensökonomie)

(Reckwitz 2012: 133ff)

3. Creative Industries

- Produktionselemente der Kreativwirtschaft:
 1. *Permanente Innovation*
 2. *Zeichen-, Wahrnehmungs- und Affektkreation*
 3. *Kreative Arbeit*
 4. *Kreative Konsumenten*

(Reckwitz 2012: 133ff)

4. Affektiver Kapitalismus

- „Die Kreation von Neuem ist [...] ästhetische Arbeit, die sich nicht primär als Schöpfung von Originalen, sondern als Neuarrangement von Zeichen, sinnlichen Impulsen und Affekten versteht, das auf kulturelle Entwicklungen antwortet“ (Reckwitz 2012: 192)
- Ästhetische Arbeit – Technik und Kompetenz des Arrangierens von Sinneseindrücken
- Diese Designökonomie richtet sich nach den Wünschen der Konsument*innen

5. Digitalisierung der Kreativität

- Transformationen durch die Medienrevolution
 - Audiovisuelle Medien ermöglichen eine massenhafte Vervielfältigung und Konsum von Produkten.
 - Affektförderung wird ubiquitär, Reizsequenzen werden autonom. (Reckwitz 2012: 35f)
- *Doing generality* (soziale Logik des Allgemeinen)
 - *Computing*
 - *Computing meets media*
 - Kommunikative Vernetzung (Reckwitz 2017: 229ff)

5. Digitalisierung der Kreativität

- Singularisierung auf der Subjektebene
 - Drang nach Einzigartigkeit
 - Profilierungszwang (Regime des Neuen)
 - Komposition aus affektive Kultuformaten
- Singularisierung auf der Objektebene
 - Bedienung eines digitalen Publikums
 - *Data mining, opinion mining, sentiment analysis*

(Reckwitz 2017)

6. Diskussion

- Geht durch die Digitalisierung der Kreativwirtschaft ihr schöpferisch ästhetischer Kern verloren?
- Wie sind die Produktionsverhältnisse im affektiven Kapitalismus aufgeteilt? Welche Folgen ergeben sich daraus?

Literatur

Reckwitz, Andreas: Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung. Berlin: suhrkamp 2012.

Reckwitz, Andreas: Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne. Berlin: Suhrkamp 2017.

Söndermann, Michael: Digitalisierung in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Ausgewählte Positionen im Überblick. Köln: Büro für Kulturwirtschaftsförderung (BMWFi) 2017.