



Was ist Kunstvermittlung? Geschichte – Theorie – Praxis

von Ulli Seegers (Hrsg.)

Düsseldorf 2017

ISBN: 978-3-95758-034-4

Band 3 der Reihe:
kunst_market_vermittlung

Preis: 39,80 €

Softcover, 170 Seiten

Der Begriff der Kunstvermittlung ist einem steten Wandel unterworfen. Traditionell in der Museumspädagogik verortet, ist auch der Kunsthandel mit der Aufgabe der Vermittlung konfrontiert. Während sich die sogenannte kritische Kunstvermittlung als eigenständige Praxis mit übergeordneten kulturpolitischen Zielen versteht, gilt im zeitgenössischen Museumsdiskurs der Paradigmenwechsel zur Besucherorientierung als vollzogen. Insbesondere der institutionellen Vermittlungsaufgabe wird in einer zunehmend pluralistischen Gesellschaft und aufgrund der wirtschaftlichen Notwendigkeit, neue Besuchergruppen zu erschließen, ein nachhaltiger Bedeutungszuwachs zuteil. Dieser wird begleitet von einer erhöhten Aufmerksamkeit für die Kunst- und Kulturvermittlung in Medien und Öffentlichkeit sowie Bildungspolitik und Hochschulwesen. So müssen Museen verstärkt Forderungen nach lebenslangem Lernen, (inter-)kultureller Bildung und barrierefreier Partizipation gerecht werden. Im Kunsthandel ist die Kunstvermittlung Teil der Strategie, wie Kunstwerke kommerziell an private Sammler und Institutionen abgesetzt werden können. Dabei strahlt auch die Vermittlung in Galerien und Auktionshäusern über den reinen Käuferkreis hinaus und erfüllt mit ihrer öffentlichen Zugänglichkeit eine grundlegende kulturelle Funktion.

Der Sammelband bietet ein umfangreiches und aktuelles Kompendium, das sowohl die Komplexität als auch die Unschärfe des Begriffs der Kunstvermittlung in Theorie und Praxis exemplarisch widerspiegelt.

Weitere Informationen zu diesem Titel und zum gesamten Verlagsprogramm unter www.dupress.de. Bestellungen bitte an info@dupress.de.