

Tomas Kačerauskas

Kreative Gesellschaft

Eine interdisziplinäre Analyse

Aus dem Litauischen übersetzt vom Autor

F Frank & Timme
Verlag für wissenschaftliche Literatur

INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort zur 1. litauischen Auflage	11
Vorwort zur 2. litauischen Auflage	15
Vorwort zur deutschen Ausgabe	17
Danksagung	19
Abkürzungsverzeichnis	21
Einführung	23
I. Verständnisse von Schöpfung und Kultur	45
1 Begriffe und Verständnisse der kreativen Gesellschaft	45
1.1 Begriffe und Verständnisse von Schöpfung	46
1.2 Philosophische und kulturologische Begriffe der kreativen Gesellschaft	50
1.3 Soziologische und kommunikative Begriffe der kreativen Gesellschaft	59
1.4 Ökonomie- und Managementbegriffe der kreativen Gesellschaft	68
2 Kreative Gesellschaft: Forschungsmethoden und Probleme	77
2.1 Forschungsmethoden der kreativen Gesellschaft	78
2.2 Probleme der kreativen Gesellschaft	83
3 Verständnisse der Kultur	90
3.1 Ursprünge der Kulturverständnisse	90
3.2 Entwicklung der Kulturstudien in Litauen	94
3.3 Kulturelle Unterschiede	96

II. Kulturindustrie und Kreativindustrien	99
4 Kritik an der Kulturindustrie und Probleme der Kreativindustrien	99
4.1 Kritik an der Kulturindustrie	101
4.2 Kreativindustrien: Konzepte und Probleme	108
4.3 Ökonomische Grundlagen der Kreativindustrien	111
5 Vergleichende Analyse von Auflistungen der Kreativindustrien	116
5.1 Regierungsaufstellungen	117
5.2 Liste der Kreativindustrien von Howkins	133
6 Kreative Klasse	140
6.1 Problemfelder und Schwierigkeiten bei der Definition der kreativen Klasse	141
6.2 Merkmale der kreativen Klasse	147
6.3 Ziele der kreativen Klasse	156
6.4 Die Klassen der Gesellschaft aus kreativer Sicht	161
III. Management der Kreativität und kreative Lebenskunst	177
7 Kreativ- und Sozialkapital	177
7.1 Vertikale und horizontale soziale Verbindungen	178
7.2 Ideologie, Globalität und die Krise des Sozialkapitals	180
8 Kreativitätsmanagement	184
8.1 Gestalten der Kontrolle und des Managements in einer medialen Gesellschaft	187
8.2 Merkmale des Managements von Kreativen	191
9 Lebenskunst in kreativen Umwelten	206
9.1 Arbeit, Einkommen und Lebenskunst	208
9.2 Rhythmus von Kreativität und Sexualität	211

9.3	Die Kunst des kreativen Lebens und das Prinzip der Ungewissheit	213
9.4	Arbeitsbeziehungen von Kreativen	217
IV.	Kreative Ökologie, kreative Ethik und kreative Geographie ...	221
10	Kreative Ökologie	221
10.1	Kreativität als eine Form der Gewalt	224
10.2	Ausdehnung der Kreativregionen	229
11	Kreativitätsethik	237
11.1	Ethik und Sozialkapital	240
11.2	Kreativitätsethik: Die Grenzen des Andersseins	248
12	Kartographie der Kreativität	252
12.1	Karten und Regionen	253
12.2	Kultureller Regionalismus: Kreativ- und Wertaspekte	256
12.3	Metakarte der Kreativität	260
V.	Kreativer Regionalismus und kreativer Urbanismus	263
13	Kreative Regionen	263
13.1	Ort und Umwelt der Schöpfung	265
13.2	Globalität und Lokalität: Schöpfung und Sport	267
13.3	Politik der Kreativregionen und Medienregionen	272
14	Kreative Stadt: Mythen und Utopien	277
14.1	Der urbane Raum aus kreativer Sicht	278
14.2	Stadt, Dorf und Medien	282
14.3	Die perfekte kreative Stadt	286
15	Ist die Stadt eine kreative Umwelt?	290
15.1	Kosmopolitische und globale Stadt	291
15.2	„Junge“ und „gemischte“ Stadt, städtische Unterhaltung	295
15.3	Die Stadt und die kreative Klasse	298

VI. Politik der Kreativität und Unterhaltung	303
16 Kreativität der Politik	303
16.1 Politik als berufliche Tätigkeit	304
16.2 Politik als kreative Tätigkeit	307
16.3 Politik und Medien	308
17 Politik der Kreativität	311
17.1 Politik der Kreativität und die glückliche Gesellschaft	312
17.2 Politik, Kreativität und Bildung	318
17.3 Institutionelle Hindernisse für Kreativität und die Politik der Unsterblichkeit	320
18 Unterhaltung aus kreativer Sicht	326
18.1 Unterhaltung als Ausflucht	326
18.2 Unterhaltung und Schöpfung	331
18.3 Glück und Unterhaltung	336
VII. Sozialität der Schöpfung	341
19 Kreativität der Unterhaltung	341
19.1 Die Ränder der Unterhaltungsregionen	342
19.2 Unterhaltung als Umgehung der Schöpfung	345
19.3 Sport als Unterhaltung: ein kreativer Aspekt	346
20 Soziale Aspekte der Schöpfung	350
20.1 Sozialität, Asozialität und soziale Ringe der Schöpfung	350
20.2 Soziale Mobilität und Medien	357
20.3 Ist eine wohlhabende Gesellschaft kreativ?	363
21 Die soziale Umwelt der Schöpfung	367
21.1 Auffälligkeit als kreatives Abenteuer	367
21.2 Wohlstandsumwelt und Glücksgesellschaft	369
21.3 Die soziale Struktur der Schöpfung	373

VIII. Technologien und kreative Identität	379
22 Technologien in der kreativen Gesellschaft	379
22.1 Technologien, Politik und Medien	380
22.2 Etymologie der Technologie, Lebenstechnik und Lebenskunst	384
22.3 Technologieindustrien, Technologieökologie und die Unterklasse der Technologen	389
23 Talent und (In-)Toleranz	395
23.1 Erscheinungsgestalten von Talent	396
23.2 Dialektik von Toleranz und Intoleranz	400
23.3 (In)Toleranz und kreative Kommunikation	404
24 Narrativität und kreative Identität	410
24.1 Kreative Rollen: Mobilität von Identitäten	411
24.2 Narrativität und Schwellen der Identität	414
IX. Empirismus der Kreativität	421
25 Schwierigkeiten bei der empirischen Untersuchung von Kreativität	421
25.1 Methodologische Probleme von Kreativitätsindikatoren	421
25.2 Boheme-Index	425
26 Indikatoren für die Kreativität der Gesellschaft	432
26.1 Hochtechnologien-Index und Innovations-Index	432
26.2 Gay-Index	440
26.3 Talent- und Schmelztiegel-Index	443
26.4 Integrative Kreativitätsindizes	448
27 Alternative Kreativitätsindizes	451
27.1 Indizes der Emigration und sexueller Minderheiten	452
27.2 Selbstmord-Index	458
27.3 Indizes von Wirtschaftswachstum, Sozialität und Urbanismus	460

X. Phänomenologie der Kreativität	465
28 Kreativer Dialog in einer kulturellen Umwelt	465
28.1 Kulturelle Umwelt der Identität und das Ethos der Schöpfung	466
28.2 Kreativer Dialog	472
29 Kreative Phänomene	475
29.1 Kreazialien und Nichtigkeit kreativer Phänomene	476
29.2 Bewusstsein der kreativen Gesellschaft	480
30 Kreative Regionen und Peripherien	485
30.1 Einklammerung, <i>epoché</i> und kreative Peripherien	486
30.2 Regionen der Kreativität und die Umwelt des kreativen Phänomens	490
Schlusswort	495
Bibliographie	497
Veröffentlichte Artikel zum Thema dieses Buches	497
Literatur	499
Filme	506
Musik- und Kunstwerke	506
Namensindex	507
Lateinische Begriffe und Ausdrücke	513
Griechische Begriffe und Ausdrücke	515