

„Street Art – Kunst oder Design?“

Mit dem Projekt „Street Art“ beteiligt sich **Die Medienakademie WAM** an der Transversale. Durch subversive Aktionen im urbanen Raum soll die Öffentlichkeit zum Nachdenken angeregt werden.

Ansprechen wollen wir Künstler, Designer, Studenten, die breite Öffentlichkeit . . .

Fr, 13.02.2009 20.00 Uhr **Nacht- und Nebelaktion „Street Art“**
Transversale im „Kunstquadrat“
Im WestfalenForum, HansasträÙe

Sa, 14.02.2009 11.00 Uhr **Ausstellungseröffnung "Street Art"**
bis
So, 08.03.2009 **Mark Gmehling**
freier Künstler, Illustrator und Dozent
Im WestfalenForum , HansasträÙe

Mi, 11.03.2009 18.00 Uhr **Vortrag "Street Art"**
Mark Gmehling
freier Künstler, Illustrator und Dozent
Ort: WAM Die Medienakademie
Bornstr. 241, 44145 Dortmund

Im Anschluss an den Vortrag:
Präsentation der Projektdokumentation
- Nacht- und Nebelaktion „Street Art“ 13.2. -
in Form eines **Kurzfilms** der Film- und
Fernsehwirte der WAM

Informationen und Anmeldungen:
Christiane Jasper
0231-861 008 0 jasper@wam.de

Kontakt:

WAM Die Medienakademie, Christiane Jasper, Bornstraße 241-243,
44145 Dortmund, Tel: 0231-861 008 0

jasper@wam.de

www.wam.de

Mark Gmehling

Mark Gmehling aka „macling“ ist Streetartist der ersten Stunde, seine Wurzeln liegen in der Graffiti-Szene der späten 80er Jahre. Im Laufe seines Studiums der bildenden Kunst entwickelte er seine Aktionen weiter, das enge Korsett des „Graffiti“ ist ihm, wie auch vielen anderen Künstlern dieser Szene, zu eng geworden, so entwickelte sich innovatives Graffiti zu sog. „Streetart“.



Um sich als Künstler optimal in Szene setzen zu können studierte Macling im Anschluss an sein Kunst-Studium Kommunikationsdesign und arbeitete in einigen großen Werbeagenturen, um im Jahr 2004 wieder zu seiner ursprünglichen Leidenschaft als freier Künstler zurückzukehren.

Heute arbeitet er als freier Illustrator und doziert an der WAM im Fach Kommunikationsdesign und Grundlagen der Gestaltung.

Was ist Streetart

Der urbane Raum wird zunehmend zur reinen Projektionsfläche kommerzieller Zeichen und verliert damit seine Bedeutung als Kommunikationsraum seiner Bürger.

„Inwiefern ist der sog. Öffentliche Raum überhaupt noch ein öffentlicher, also ein von Öffentlichkeit geprägter Raum?“

(Eine Frage die schon Friedrich Hundertwasser aufwarf und für die eigenverantwortliche Außengestaltung von Hausfassaden durch ihre Mieter plädierte:

Jeder Mieter sollte den Fassadenbereich, den er aus dem Fenster-lehnend erreichen konnte nach seinen Vorlieben gestalten.)

Der illegitime Aktionsraum „Stadt“ ist das Revier der Streetartists, wie auch Graffiti sind die Aktionen oder Werke der Streetartists als subversive

Geschenke an die Öffentlichkeit zu verstehen. Wie auch Graffiti hat Streetart keinerlei kommerzielle Hintergedanken.

Den Akteuren kommt es darauf an mit der Öffentlichkeit in Kontakt zu treten, Wahrnehmungsweisen aus der Bahn zu werfen, zu unterhalten, zu kommentieren, nachdenklich zumachen. Streetart richtet sich dabei auch nicht an potenzielle Kunden, weswegen sie nicht zuletzt wirkungsvoll ist.

Gegenüber Graffiti lässt sich Streetart nicht mehr auf Grund einer bestimmten, benutzten Technik als solche bezeichnen, dafür sind die Ausprägungen zu verschieden, die Entdeckung neuer Anwendungstechniken ist selber eine Disziplin der Street Art.

In jüngster Zeit wird Streetart von Unternehmen als Werbemittel aufgegriffen um ihren Produkten ein jugendkulturelles Image zu geben.

Am weitesten verbreitet ist dabei das Anbringen von Werbeaufklebern, welches ursprünglich aus der Stickerkunst-Szene hervorgegangen ist.

Beispielbilder „Streetart“



Beispielbilder „Street Art“

