



*Symposium der ARGE „Kulturelle Dynamiken“
der Österreichischen Forschungsgemeinschaft*

For Sale: Kommodifizierung in der Gegenwartskultur

09. – 10. Jänner 2020

Sky-Lounge der Universität Wien

Oskar-Morgenstern-Platz 1, 1090 Wien

Donnerstag, 09. Jänner 2020

13.00 – 19.30 Uhr

13:00

Einleitung

Sabine Coelsch-Foisner | Salzburg

13:15 – 14:30

Ulrich H.J. Körtner | Wien

»Hat alles seinen Preis? Die Vermarktung des menschlichen Körpers aus medizinethischer und theologischer Sicht«

14:30 – 15:00

Kaffeepause

15:00 – 17:30

Wolfgang Rathert | München

»Musik – nichts als Geschäft und Unwahrheit?

Hans G Helms und seine Theorie des Warencharakters der Musik heute«

Bettina Steinbrügge | Hamburg

»Siegerkunst und Institutionskritik. In den Untiefen eines sich wandelnden Feldes«

17:30 – 18:00

Kaffeepause

18:00 – 19:30

Sabine Coelsch-Foisner | Salzburg

im Gespräch mit

dem Autor Ferdinand Schmalz | Wien/Graz
dem Komponisten Gordon Kampe | Hamburg

Freitag, 10. Jänner 2020

09.00 – 15.00 Uhr

09:00 – 11:30

Ulrich Ermann | Graz

»Geographien der Kommodifizierung: Zur performativen Herstellung von Raum und Natur durch Ernährung und Konsum«

José Igor Prieto Arranz | Palma de Mallorca

»The past for sale: Commodification and the ›historical turn‹ in British and Spanish literature«

11:30 – 12:00

Kaffeepause

12:00 – 14:30

Christoph Kirsch | Salzburg

»Take a Selfie: Selbstbezüglichkeit in der Digitalisierung von Allem«

Guido Kucsko | Wien

»Kunst ohne Artefakte und Artefakte ohne Künstler – ein urheberrechtlicher Blick auf Concept Art und AI Art«

14:30 – 15:00

Resümee

Die Referent/innen:

Univ.-Prof. Dr. Ulrich ERMANN

Department of Geography and Regional Science / Universität Graz

Prof. Dr. Gordon KAMPE

Komponist / Hochschule für Musik und Theater Hamburg

Univ.-Prof. Dr.Ing. Christoph KIRSCH

Department of Computer Sciences / Universität Salzburg

Univ.-Prof. Dr. DDr. h.c. Ulrich H.J. KÖRTNER

*Institut für Systematische Theologie und Religionswissenschaft
der Evangelisch-Theologischen Fakultät / Institut für Ethik und Recht
in der Medizin / Universität Wien*

Hon.-Prof. Dr. Guido KUCSKO

Schönherr Rechtsanwälte Gmbh / Wien

Ferdinand SCHMALZ

Autor / Wien/Graz

Prof. Bettina STEINBRÜGGE

Kunstverein Hamburg / Hochschule für Bildende Künste Hamburg

Univ.-Prof. Dr. Wolfgang RATHERT

Institut für Musikwissenschaft / Ludwig-Maximilians-Universität München

Dr. José Igor PRIETO ARRANZ

*Direktorium Doctoral School (EDUIB) / Universitat de les Illes Balears,
Palma de Mallorca*

Pro Referat sind 45 Min., pro Diskussion eines Vortrags 30 Min. vorgesehen

ARGE- und Tagungsleitung:

Univ.-Prof. Dr. Sabine COELSCH-FOISNER

Fachbereich Anglistik und Amerikanistik, Universität Salzburg

ARGE-Mitglieder:

Univ.-Prof. DDr. Mariacarla GADEBUSCH BONDIO

Institute for Medical Humanities, Universität Bonn

Univ.-Prof. DDr. Franz GMAINER-PRANZI

*Zentrum Theologie Interkulturell und Studium der Religionen,
Universität Salzburg*

Univ.-Prof. Dr. Karin HARRASSER

*Institut für Bildende Kunst und Kulturwissenschaften,
Kunstuniversität Linz*

Univ.-Prof. Dr. Timo HEIMERDINGER

*Institut für Geschichtswissenschaften und Europäische Ethnologie,
Universität Innsbruck*

Mag. Dr. Christopher HERZOG

Fachbereich Anglistik und Amerikanistik, Universität Salzburg

Univ.-Prof. Dr. Roland INNERHOFER

Institut für Germanistik, Universität Wien

Univ.-Prof. Dr.Dr.h.c.mult Jürgen MITTELSTRASS

Fachbereich Philosophie, Universität Konstanz

Mag. Dr. Ingrid PFANDL-BUCHEGGER

Institut für Anglistik und Amerikanistik, Universität Graz

Anmeldung:

Österreichische Forschungsgemeinschaft | 1092 Wien | Berggasse 25/I

Tel. (01) / 319 57 70 | Fax (01) / 319 57 70 20

oefg@oefg.at | www.oefg.at

Motivation

Das siebte Symposium der ARGE *Kulturelle Dynamiken* untersucht die Ausdehnung populärer Kommerzsysteme auf den gesamten Kulturbetrieb, wie Artefakte der gewerblichen Produktvermarktung unterliegen (museale Einrichtungen als ›emotionale Produkte‹, Adaptierung von Bestsellercovern auf kanonisierte Literatur, Klassik CD-Covers in populärer Aufmachung, neue Konzertformate). Analysiert werden sollen der Begriff der Kulturbörse und der Neoliberalisierung des Kunstbetriebs, z.B. im Hinblick auf Einschaltquoten, Rankings und Voting-Verfahren populärer Shows oder medial groß aufgezogener Wettbewerbe.

Aus touristischer, kulturökonomischer, geschichtlicher und sozialanthropologischer Sicht ist die Veränderung der Lebensstruktur durch Kommodifizierung regionaler/nationaler Eigenschaften (Brauchtum, Tracht) zu untersuchen. Esoterik und Spiritualität als erwerbliche Produkte sind im Kontext von Religionsforschung, Geschichts- und Musikwissenschaft zu beleuchten; um die Kommerzialisierung des Körpers in Medizin, Sport, Schönheitsindustrie, Fitness und Wellness besser zu verstehen, bedarf es der Zusammenarbeit einer ganzen Reihe von Disziplinen. Der Körper ist zum boomenden Kommerzartikel avanciert. Wie verhalten sich spektakuläre Prognosen vom Rohstoff und Warenlager Mensch zur tatsächlichen Forschung und Praxis in den Naturwissenschaften (Transplantationsmedizin, Reproduktionsmedizin, Leihmütter, Genforschung, etc.)? Welche Ängste und Hoffnungen liegen dem Geschäft mit Gesundheit, Jugend und Schönheit zugrunde? Wie wird das Ideal des gesunden Körpers kommerzialisiert (*health data, quantified self*)? Die Privatisierung von Öffentlichkeit und natürlichen Ressourcen (z.B. Wasser, genetisch verändertes Saatgut, etc.) erlangt im Zuge ihrer kommerziellen Nutzung eine existenzielle Brisanz, die für kulturtheoretische Fragen geöffnet werden soll.

In enger Verbindung mit dem Drang, Vergangenes zu bewahren, steht die Digitalisierung aber auch die Fetischisierung von Geschichte: Beispiele liefert die Versteigerung historischer Alltagsgegenstände (ein rezentes Beispiel: Reitunterhose Kaiser Franz-Josefs; Handtaschen von Margaret Thatcher und Hüte von Lady Di). Hier münden wiederum Fragen der Memorialisierung und der Delokalisierung herein, zum Beispiel mit dem käuflichen Erwerb historischer Gegenstände (Trümmer der Concorde als Souvenirs, Reste der Berliner Mauer in Schmuck gefasst oder als Gebrauchsgegenstände umfunktioniert), welche die Museumsbesucher aus dem Museumsshop mit nach Hause nehmen. Gleicht nicht die Jagd auf Souvenirs der Jagd nach Trophäen und Raritäten, die zur Entwicklung der frühneuzeitlichen Wunderkammern führte?

Auf diesen Fragen aufbauend will das Symposium unter dem Motto »For Sale« die Verschränkungen von Kommodifizierung, aktuellen Praktiken und lebensweltlichen Erfahrungen in der Gegenwartskultur aufzeigen.

The seventh symposium of the ARGE *Kulturelle Dynamiken* interrogates the expansion of popular commercial systems into the entire cultural sector, and the commercialisation and marketing of artefacts (e.g. museal institutions as ›emotional products‹, adaptations of canonical literature to bestseller formats, classical CD covers in popular layout, new concert formats). The term ›cultural exchange‹ and the neo-liberalisation of the art industry shall be analysed, for example, in terms of ratings, rankings and voting practices of popular shows or medially blown-up, large-scale competitions.

From the point of view of tourism, cultural economy, history or social anthropology, societal changes through commodification of regional/national characteristics (traditions, local costumes) will be examined. Esotericism and spirituality as purchasable products will be discussed in the context of religious studies, history, and musicology. The collaboration of a range of disciplines is required in order to gain a better understanding of the commercialisation of the body in medicine, sports, the beauty industry, or fitness and wellness. The body has been promoted to a booming commodity. How do spectacular predictions of the human as a resource relate to actual research and practices in the natural sciences (e.g. transplantation medicine, reproductive technologies, surrogate motherhood, genetic research, etc.)? What are the fears and hopes driving the business involving health, youth and beauty? What are the mechanisms underlying the increasing commercialisation of the ideal of a healthy body (*e.g. health data, quantified self*)? The privatisation of public goods and natural resources (e.g. water, genetically modified seeds, etc.) acquires an existential relevance due to their commercial use, and needs to be critically interrogated by cultural theory.

Closely aligned with the need to preserve the past, digitalisation fetishizes history: a case in point would be the auctioning of historical everyday objects (a recent example: Margaret Thatcher's handbags, Lady Di's hats). At these crossroads, questions of memorialisation and de-localisation converge, as in the commercial acquisition of historical items (e.g. wreckage of the Concorde as souvenirs, remnants of the Berlin Wall turned into jewellery or articles of daily use) that museum visitors can take away from a museum shop. Doesn't the hunt for souvenirs resemble the pursuit of trophies and rarities that resulted in the development of the Early Modern Cabinet of curiosities?

Building on these questions, the symposium, whose motto is »For Sale«, aims at demonstrating the entanglements of commodification, current practices and everyday life experiences in contemporary culture.