

Symposium der "ARGE Kulturelle Dynamiken"
FOR SALE: KOMMODIFIZIERUNG IN DER GEGENWARTSKULTUR
9. – 10. Jänner 2020
Sky-Lounge der Universität Wien
Oskar-Morgenstern-Platz 1, 1010 Wien

ABSTRACTS

Ulrich H.J. Körtner | Wien

**„Hat alles seinen Preis? Die Vermarktung des menschlichen Körpers aus medizinethischer
und theologischer Sicht“**

In der Tradition Immanuel Kants wird die Würde des Menschen mit seiner Selbstzwecklichkeit begründet, die es verbietet, ihn total zu instrumentalisieren oder als Ware zu behandeln. Da der Mensch nicht nur einen Leib hat, sondern auch Leib ist, steht die Kommerzialisierung oder Kommodifizierung des menschlichen Körpers und seiner Teile im Widerspruch zur kantischen Tradition. Auch im Medizinrecht gibt es entsprechende Verbote. Allerdings sind diese keineswegs unumstritten. Utilitaristische Positionen stellen ihre Triftigkeit in Frage, etwa wenn es darum geht, der Organknappheit in der Transplantationsmedizin durch finanzielle Anreize Abhilfe zu schaffen. Überhaupt klaffen moralischer Anspruch und gesellschaftliche Wirklichkeit auseinander, wenn man sich einige Rechenbeispiele vor Augen führt, die der Journalist Jörn Klare 2010 zusammengestellt hat. Ein afrikanisches Adoptivkind kostete damals mit allen erforderlichen Papieren etwa 20.000 Euro. Addiert man in unseren Breitengraden das Schmerzensgeld für alle Körperteile, ergibt sich die stattliche Summe von 1,7 Millionen Euro. Spitzensportler dagegen sind ungleich teurer, wenn man an die Ablösesummen für Profifußballer und die für sie gezahlten Versicherungssummen denkt. Christiano Ronaldos Beine waren damals bei Real Madrid mit je 90 Millionen Euro versichert, und für den Fußballstar Lionel Messi vom FC Barcelona betrug die Ablösesumme 150 Millionen Euro. Daß der Mensch, wie Immanuel Kant argumentiert, keinen Preis oder Tauschwert, sondern Würde und das heißt einen unendlichen Wert besitzt, klingt nicht nur in Anbetracht solcher exorbitanten Summen wie fromme Lyrik, sondern auch, wenn man bedenkt, daß eine Frau in Albanien für lächerliche 800 Euro, eine Niere in Indien für 300 Euro zu haben ist. Vor diesem Hintergrund diskutiert der Vortrag Begründung, Anspruch, Wirklichkeit und Folgen des Verbots der Kommerzialisierung des menschlichen Körpers aus medizinethischer und theologischer Sicht.

Wolfgang Rathert | Berlin/München

„Musik – nichts als Geschäft und Unwahrheit? Ein (Rück-)Blick auf die Kritische Theorie des Warencharakters der Musik“

In der Kritischen Theorie Adornos und seiner Nachfolger, darunter Hans G Helms, spielt die Verdinglichung von Musik als Ware eine zentrale Rolle. Musik als begriffslose und zudem im 19. Jahrhundert zur Kunstreligion und Weltentsagungskunst aufgestiegene Kunstform erscheint paradoxerweise einerseits dadurch einer gesellschaftlichen Funktionalisierung entzogen wie sie ihr andererseits umso schutzloser ausgeliefert ist. Die Kritische Theorie pendelt daher zwischen einer negativen Dialektik, die von der Musik einen radikalen Rückzug von einer schlechten gesellschaftlichen Praxis fordert, und einer Utopie, die darauf hofft, dass der Warencharakter von Musik durch andersartige musikalische Konzepte und Reflexion überwunden werden. Der Vortrag geht der Frage nach, ob Adornos und Helms' Theorien des Warencharakters der Musik, die sie weitgehend an der amerikanischen Populärmusik entwickelt haben, diese universelle Gültigkeit beanspruchen können oder als historisch bereits abgesunkene im Zeitalter digitaler Wertschöpfungsketten in der Musik modifiziert oder aufgehoben werden müssen.

Bettina Steinbrügge | Hamburg

**„Siegerkunst und Institutionskritik
In den Untiefen eines sich wandelnden Feldes“**

Die Kunst war seit dem 19. Jh. das Reservat der bürgerlichen Ideale, die den Praxistest nie bestanden hatten und genau deshalb in der Kunst ihre Blüte entfalten sollten. Die Kunst machte sich zur Utopie der Gesellschaft, brach mit den Zwängen dieser und wurde autonom. In der zeitgenössischen, kapitalistischen, vollends der Verwertungslogik unterworfenen Gesellschaft, hat sich diese Aufgabe der Kunst verflüchtigt, was massive Auswirkungen auf die künstlerische Produktion, die künstlerische Ausbildung, die kuratorische Praxis sowie allen weiteren Institutionen des Kunstfeldes, wie Galerien und Ausstellungshäusern und nicht zuletzt auf die Erwartungen und das Verhalten der Besucher*innen hat.

In den letzten Jahren hat sich der Eindruck verfestigt, dass Kunst vor allen Dingen eine Sache des Geldes sei, und dass die Refeudalisierung des Feldes zügig voranschreite. Die Preise explodierten und wurden zum Qualitätsmerkmal stilisiert, die Biennalen ähneln zunehmend den Laufstegen internationaler Modehäuser, Galerien werden zu globalen Konglomeraten von Kunstverkauf, Luxushotels und Restaurants, und Museen verschreiben sich der Ideologie des Großevents mit Partygarantie. In der künstlerischen Produktion sind, wie Wolfgang Ullrich schreibt, die „‘Role Models‘ für junge Künstler*innen nicht mehr van Gogh oder Picasso, sondern jemand wie Olafur Eliasson, der immer nah dran ist an dem, was in den Medien und im Betrieb, auf dem Markt und bei Kurator*innen verhandelt wird, und dem es zudem gelingt, sein Werk dahingehend zu gestalten.“

Der Vortrag gibt einen Einblick in die tiefgreifenden Veränderungen, die die Kommodifizierung der Kunst mit sich gebracht hat um dabei aber auch einen Blick auf die stärker werdenden Gegenbewegungen werfen, die eine aktualisierte Institutionskritik hervorgebracht haben.

Ulrich Ermann | Graz

„Geographien der Kommodifizierung:

Zur performativen Herstellung von Raum und Natur durch Ernährung und Konsum“

Bei der Vermarktung und dem Konsum alltäglicher Lebensmittel finden Enträumlichungen und Verräumlichungen statt, die mit der Trennung von Waren von ihrem Produktionskontext und der (Neu-)Herstellung von Verbindungen zwischen Konsumwelten und Produktionswelten einhergehen. Es werden Märkte für standardisierte und homogenisierte Waren realisiert. Gleichzeitig werden der Anonymität der Warenwelt jedoch personalisierte Marketingstrategien und Kennzeichnungssysteme entgegengesetzt. Am Beispiel der Ware „Milch“ und anderer Lebensmittel wird gezeigt, wie sich Waren und Märkte bei der Vermarktung, beim Kauf und beim Konsum performativ konstituieren: Vorstellungen über „gute“ Ernährung, wirtschaftliche und politische Interessen im Hinblick auf Landwirtschaft, Industrie, Gesundheit und Konsum erzeugen Märkte mit Waren, deren Beschaffenheit und deren Produktionsstandorte und Konsumorte scheinbar „natürlich“ sind. Tatsächlich sind die sozialen und technologischen Grundlagen dieses Marktes und alles, was mit ihm verbunden ist (z.B. Kühe, Molkereien, Supermärkte usw.) eng miteinander verflochten und verändern im Rahmen von Prozessen der Kommodifizierung nicht nur den Markt selbst, sondern auch die mit ihm verbundenen Räume und die „Natur“, d.h. die Produktionsstrukturen, die Tiere, die Transportwege, die Produkte, die konsumierenden Menschen und deren Imaginationen von guter Ernährung und von der Herkunft von Lebensmitteln.

José Igor Prieto Arranz | Palma de Mallorca

“The past for sale: Commodification and the ‘historical turn’ in British and Spanish literature”

The commodification of the past, key to the so-called ‘economics of nostalgia’, has given rise to an emerging interdisciplinary research field, perhaps most visibly inquiring into the concept of heritage within the area of tourism studies but also widening its scope to cover the way in which popular culture has appropriated history and offers it for mass consumption. Thus, a substantial body of research has focused on the historical film, which has largely engaged historians and cultural, film and media studies scholars in a debate, mostly on the debasement of history resulting from the commodification of the past in popular media. Interestingly, this debate largely fails to address the fact that the historical film results from the historical novel, which is currently experiencing an extraordinary

revival, to such an extent that critics have officially announced a 'historical turn' in British literature—and perhaps this concept should be extended to cover other national literatures like Spain's in which the commercial and critical success of historical fiction is being replicated. Most importantly, this debate crucially ignores an absolutely essential question, namely why (the commodification of) the past is such an important part of our present. In this light, this paper will inquire into the nature of historical fiction (what makes a novel 'historical'?) before providing an overview of those factors that made it successful in the 19th century, then contributed to its demise throughout most of the 20th century, and finally brought about its resurrection at the turn of the new Millennium. This will lead to epistemological considerations, and evidence will be presented pointing to the gradual consolidation of a new cultural sensibility in which nostalgia is a key ingredient, thus naturally resulting in the commodification of the past.

Christoph Kirsch | Salzburg

„Take a Selfie: Selbstbezüglichkeit in der Digitalisierung von Allem“

Wie entsteht die Bedeutung dessen was wir auf dem Bildschirm einer Maschine sehen, die lediglich durch unvorstellbar rasante Manipulation einer enormen Anzahl von Nullen und Einsen, aber ohne jeglichen Verstand und jede Vernunft, unser Leben mittlerweile Tag und Nacht begleitet? Was sind die Grenzen dieser Maschine, die dennoch so grenzenlos erscheint? Ein zumindest intuitives Verständnis der Antworten zu diesen Fragen sind Grundlage einer zukünftigen Gesellschaft in der die Digitalisierung von Allem etwas ganz Natürliches ist, ähnlich wie heute das Verständnis elementarer Arithmetik. Die Entstehung von Bedeutung hat etwas inhärent selbstbezügliches so wie ein Wörterbuch, das die Bedeutung deutscher Wörter mit Hilfe der deutschen Sprache erklärt. Die Entstehung von Bedeutung am Computer funktioniert ähnlich mit dem Unterschied, dass die Auflösung der Selbstbezüglichkeit hier tatsächlich verstanden ist. Diese Auflösung und damit ein Verständnis der Entstehung von Bedeutung auf einer vermeintlich geistlosen Maschine ist Gegenstand des Vortrags.

Guido Kucsko | Wien

„Kunst ohne Artefakte und Artefakte ohne Künstler – ein urheberrechtlicher Blick auf Concept Art und AI Art“

Der Flaschentrockner von Duchamp wird als Ready Made und Ikone der Konzeptkunst unstrittig diesem Künstler als Kunstwerk zugeschrieben und hat einen fixen Platz im Kanon der Kunstgeschichte. Aber ist er auch urheberrechtlich geschützt? Und wie gehen wir mit der These um, dass bei Werken der Concept Art die bloße Idee genügt und es gar nicht ihrer Ausführung bedarf? Woran knüpfen wir den Urheberrechtsschutz, wenn es keine Artefakte mehr gibt? Diese Fragen sind ebenso wenig neu wie sie bislang ohne letztgültige Antwort geblieben sind.

Der Dank extrem gesteigener Rechner- und Speicherleistungen entstandene Hype um Artificial Intelligence, die mit hoch entwickelten Algorithmen und Zugriff auf enorme Datenmengen weitestgehend eigenständig Ergebnisse (und eben auch Kunstwerke) liefert, hat diese Diskussion neu entfacht.

Wieviel sachliches Substrat muss entstanden sein, wie sehr muss der Mensch auf das Ergebnis steuernden Einfluss genommen haben, und wieviel un gelenkten Zufall oder von Maschinen erbrachte Leistungsanteile wollen wir zulassen, um noch von einer "eigentümlichen geistigen Schöpfung" eines Menschen, und damit von einem urheberrechtlich geschützten Werk sprechen zu können?

Der EuGH hat jüngst erst wieder (C-469/17) betont: Damit ein Gegenstand als „Werk“ eingestuft werden kann, muss es sich bei dem betreffenden Objekt um ein Original in dem Sinne handeln, dass es eine eigene geistige Schöpfung seines Urhebers darstellt. Verlangt wird, dass der Urheber bei der Herstellung des Werks seine schöpferischen Fähigkeiten zum Ausdruck bringen konnte, indem er frei kreative Entscheidungen getroffen hat. Es ist zu fragen, ob der Urheber seinen schöpferischen Geist in origineller Weise zum Ausdruck gebracht hat. Die alleinigen geistigen Anstrengungen und die Sachkenntnis, die für die Leistung aufgewandt wurden, sind dabei unerheblich.

Wir sind daher aufgefordert, diese Leitsätze auf Werke der Concept Art und AI Art anzuwenden, um der Antwort auf die Frage nach deren urheberrechtlichen Schutz näher zu kommen.