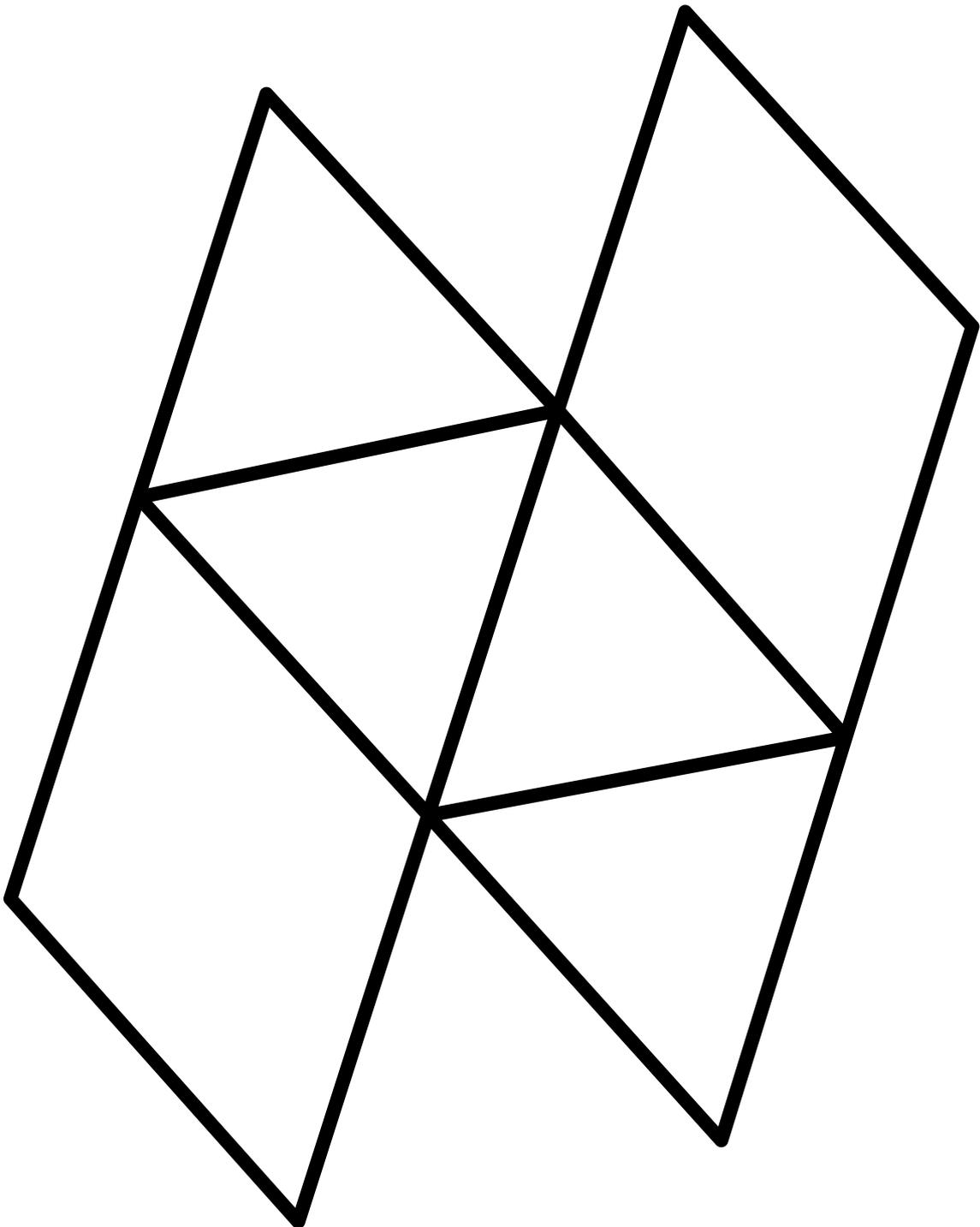


# KUNST & MÄRKTE: ENTFREMDDUNG ODER EMANZIPATION?

Universität St.Gallen  
17.-18. November 2016



# KUNST & MÄRKTE: ENTFREMUNG ODER EMANZIPATION?

17.–18. November 2016, Universität St.Gallen

In der soziologischen Analyse der Kunst spielt der Markt eine ambivalente Rolle. Für manche Autoren führt der Markt zu einer Vermarktlichung, wenn nicht gar Instrumentalisierung der Kunst. In einer solchen Perspektive kann die Sozialfigur des *artiste maudit*, der nichts verkauft und dennoch weiter Kunst schafft, zur Inkarnation des authentischen Kunstschaffenden werden. Für die Vertreter der Frankfurter Schule stellt die «Kulturindustrie» ein ökonomisches System der Produktion und Zirkulation standardisierter Produkte dar, das darauf zielt, künstlich erzeugte Bedürfnisse zu befriedigen und die Rezipienten gleichzuschalten. In den «Art Worlds» eines Howard Becker, charakterisiert durch ästhetische Konventionen und Kooperation zwischen den Akteuren, scheint wenig Raum für ökonomische Konkurrenz und die Zwänge des Marktes vorgesehen. Pierre Bourdieu unterscheidet zwei Subfelder der Kunst und bringt jenes der eingeschränkten und relativ autonomen Produktion in Gegensatz zum Subfeld erweiterter und heteronomer Produktion, beherrscht durch Marktlogik und Kommerz. In dieser Perspektive kann Kunst der Tendenz nach nur frei sein, wenn sie sich dem Markt entzieht, und durch Subventionen und eine Kulturpolitik im Dienste der Autonomie der Kunst flankiert wird.

In anderen Analysen hingegen ermöglicht der Markt eine Befreiung der Kunst aus der Knechtschaft von Religion und weltlicher Macht, dem Oktroi autoritärer Mäzene wie auch dem Staat. Norbert Elias beschreibt in seiner Soziologie Mozarts, wie der Komponist zu einer Zeit, als der Musikmarkt noch in seinen Anfängen stand, auf Subskriptionen und Konzerte zurückgriff, um der Diktatur der Fürsten zu entkommen – eine Widerständigkeit, die vielleicht paradoxerweise seine überbordende Kreativität, aber auch seinen frühen Tod mit erklären könnte. Bei Bourdieu eröffnete die historische Emergenz eines Marktes kultureller Güter in einer ersten Phase Möglichkeitsbedingungen einer Autonomisierung von Kunst, jener «verkehrten Ökonomie», die es z.B. einem Teil der literarischen Schöpfung erlaubte, sich selbst eigene Regeln zu geben – dies allerdings in hochgradig konkurrenzorientierten Feldern und mit dem immanenten Risiko, die erzeugten symbolischen Güter dann zunehmend ökonomischen Gesetzen ausgeliefert zu sehen.

Svetlana Alpers zeigt, wie Rembrandts Atelier auf der Grundlage der Arbeitsteilung ihm auf einem Markt, den er ja selbst maßgeblich mit hervorgebracht hatte, die Produktion seiner Kunst und seine Selbstdefinition als Schöpfer sicherte. Für Edgar Morin erzeugt die «industrielle Kultur» (insbesondere das Kino) universelle Werke und ein globales Publikum. In der «Ästhetischen Theo-

rie» Adornos hingegen ist der herrschende Produktionsmodus gleichermaßen am Ursprung sowohl der Entfremdung wie auch der Authentizität der Werke: die ihrem Kontext total unterworfenen Kunst, die es gleichzeitig schafft sich von ihm zu befreien, wäre hier die kritischste. Und gemäß dem pragmatistischen Ansatz Antoine Hennions stellen die vielfältigen – ökonomischen, technischen und gesellschaftlichen – Vermittlungen, die die Produktion und Rezeption von Kunst kennzeichnen, weniger Hindernisse denn sogar Bedingungen ihrer modernen Definition und Wahrnehmung als «L'art pour l'art» dar.

Zwischen Entfremdung und Emanzipation – was ist heute und was war historisch gesehen die Bedeutung des Marktes für die Kunst? Unter welchen Bedingungen und in welchen Konfigurationen wird der Markt in seinen verschiedenen Formen zu einem befreienden, wenn nicht gar konstitutiven Faktor von Kunst? In welchen Konstellationen hingegen wird er zum Hindernis für Kreativität und künstlerischen Ausdruck, zur Entfremdung? Finden sich Spezifika je nach Kunstgattung (zeitgenössische Kunst, Musik, Theater, Literatur, Film ...) oder je nach nationalem Kontext, politischem Klima, den Produktionssituationen oder je nach historischen Konfigurationen? Wie verhalten sich «Originalität», «Antikonformismus», «Authentizität», «Kritik» zu Marktkonstellationen? Und in welchem Masse wird die Debatte durch die Existenz von Internet und Digitalität, die ja die Grenzen zwischen Werk und Kontext, zwischen Produzent und Rezipient zu verwischen scheinen und jeden und jede in Käufer-Verkäufer verwandeln, grundlegend neu aufgegleist?

**Internationales Kolloquium, organisiert durch das  
Forschungskomitee Kunst- und Kultursoziologie  
(Foko-KUKUSO) der Schweizerischen Gesellschaft  
für Soziologie (SGS) und das Seminar für Soziologie  
der Universität St.Gallen (SfS-UNISG), Schweiz**

#### **Organisationskomitee:**

**Andrea GLAUSER (Universität Luzern)**

**Olivier MOESCHLER (Universität Lausanne)**

**Valérie ROLLE (London School of Economics)**

**Franz SCHULTHEIS,**

**Patricia HOLDER und**

**Thomas MAZZURANA (Universität St.Gallen)**

#### **Wissenschaftliches Komitee:**

**die obengenannten Personen und**

**Jens KASTNER (Akademie der bildenden Künste Wien)**

**Alain QUEMIN (Universität Paris VIII)**

**Ulf WUGGENIG (Leuphana Universität Lüneburg)**

THURSDAY 17.11.2016  
Militärkantine St.Gallen, Saal

14.00–14.15  
Welcoming address

14.15–15.30 **SESSION 1**  
**Reflexive Ambivalence. Self-Discourses of Artists and the Market**

- **Johannes M. Hedinger**  
(Zürcher Hochschule der Künste)  
The New Artist
- **Oleg Pronitschew**  
(Christian-Albrechts-Universität zu Kiel) Gelebte Werte. Jazz-/Populär-  
musikerInnen als mystifizierte Markt-  
subjekte
- **Linda Dürkop-Henseling**  
(Christian-Albrechts-Universität  
zu Kiel) Der Markt – ein lückenhafter  
Spiegel der Kunst

15.30–16.00  
Coffee break

16.00–16.45 **KEYNOTE 1**  
– **Ulf Wuggenig & Steffen Rudolph**  
(Leuphana Universität Lüneburg)  
Die relative Autonomie des Feldes  
der (zeitgenössischen) Kunst vor dem  
Hintergrund von Ökonomisierung  
und Finanzialisierung

16.45–18.15 **SESSION 2**  
**Authors in the Market. Artists between Aesthetics, Critique and Commerce**

- **Carolin Amlinger**  
(Johann Wolfgang Goethe-Universität  
Frankfurt am Main) Autoren im Markt.  
Produktionsbedingungen von Literatur  
im gegenwärtigen deutschen literari-  
schen Feld
- **Clara Lévy**  
(Université Paris-8) La littérature entre  
reconnaissance artistique et marché:  
Patrick Modiano, un Nobel à l'articu-  
lation de la légitimité et de la grande  
diffusion
- **Mathieu Feryn**  
(Université d'Avignon et des Pays de  
Vaucluse) La quête de reconnaissance  
des jazzmans français au service des  
arts et des marchés?
- **Robert Schäfer**  
(Universität Fribourg)  
Ästhetiktheoretische Hypothesen zur  
kulturindustriellen Gesellschaftskritik

18.30  
Visit of the Militärkantine

20.00  
Dinner at the Militärkantine

FRIDAY 18.11.2016  
University of St.Gallen, Senatsraum

08.30–10.00 **SESSION 3**  
**Cultural workers.**

- **Anne-Sophie Radermecker**  
(Université libre de Bruxelles)  
Le nouveau connoisseurship à l'épreuve  
du marché. La réception de la produc-  
tion peinte de Pieter Brueg(h)el I et II  
par le marché des enchères publiques
- **Takemitsu Morikawa**  
(Universität Luzern)  
Kunst und Markt im frühneuzeitlichen  
Japan. Aus der Perspektive der  
Differenzierungs- und Individualisie-  
rungstheorie
- **Dave O'Brien** (Goldsmiths College,  
University of London)/  
**Mark Taylor** (University of Sheffield)/  
**Sam Friedman** (London School of  
Economics) Cultural Workers,  
Inequality and the Labour Market:  
Emancipation and Alienation  
Across the Generations
- **Éva Szereda**  
(Université de Neuchâtel)  
La perception de l'objet lors du  
processus d'aliénation par le musée

10.00–10.15  
Coffee break

10.15–11.00 **KEYNOTE 2**  
– **Alain Quemin**  
(Université Paris-8) Building a Ranking  
of Contemporary Art Galleries in Paris:  
a Sociological Approach

11.00–12.30 **SESSION 4**  
**Marketable Art. Galleries and Gallery Owners as Central Intermediaries**

- **Anna Uboldi**  
(Université de Milano Bicocca)  
Champ culturel et sens pratique du  
galeriste. Une recherche sur les inter-  
médiaires de l'art dans la ville de Milano
- **Michael Gautier**  
(Universität Bern)  
Das berufliche Selbstverständnis  
von Galeristen und Galeristinnen.  
Soziologische Analysen
- **Zahra Jahan-Bakhsh**  
(Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3)  
Market and Development of Middle-  
East Visual Art, Focusing on Dubai's  
Art Galleries (1985 – 2015)
- **Linzi Zhang**  
(University of Cambridge)  
Less Marketable Art? Contemporary  
Art and the Market in China

12.30–13.15  
Guided Art Tour on the University  
campus with Prof. Yvette Sánchez

13.15–14.00  
Lunch at the University  
campus restaurant

14.00–15.30 **SESSION 5**  
**Art and Capital.**

- **Franz Schultheis / Thomas Mazzurana**  
(Universität St.Gallen) Kunst und  
Kapital. Zur Ökonomie symbolischer  
Güter am Beispiel einer Ethnographie  
der Art Basel
- **Karin Wisse-Van den Boom**  
(Lasalle College of the Arts Singapore)  
How to Manage the Square Metres of  
Space at Art Stage Singapore?
- **Séverine Marguin**  
(Humboldt-Universität zu Berlin) Les  
artistes-collectifs: un acteur aux marges  
du champ global de l'art contemporain
- **Marisa Phandharakrajadej**  
(Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3)  
Le développement d'une portion  
du marché de l'art en Thaïlande: l'ex-  
périence du collectif autogéré  
«V64 Art Studio»

15.30–15.45  
Coffee break

15.45–16.30 **KEYNOTE 3**  
– **Nathalie Moureau**  
(Université Paul-Valéry – Montpellier 3)  
Index, Magic Index: Tell me who is  
the Most Valuable Artist

16.30–18.00 **SESSION 6**  
**Reductive Assessments. Rankings, Expertise, Potential**

- **Paul Buckermann**  
(Universität Luzern) Unangebrachte  
Reduktionen? Zum Blackboxing der  
autonomen Kunstwelt durch Rankings
- **Sarah Sparke**  
(University of the West of England  
Bristol) «But her Work is Terribly  
Commercial»: Positioning Discourses  
of Art and the Market
- **Eloi Flesch**  
(Université d'Avignon) La préconisation  
par similarité dans les intermédiations  
algorithmiques. Le cas du spectacle  
vivant
- **Denis Hänzi**  
(Technische Universität Darmstadt)  
Zum Regulativ der «Potenzialreali-  
sierung» in aktuellen Ausbildungs-  
und Arbeitsmärkten

18.30  
Visit of the Sitterwerk  
Registration required before November 7:  
artandmarket@unisg.ch