

## Theorie 5.4 VTI Kultur – Konsum – Kunst

### Angebot für

Bisheriges Studienmodell > Design > Bachelor Design > Trends & Identity > 5. Semester

Nummer und Typ	BDE-BDE-T-VS-5004.22H.001 / Moduldurchführung
Modul	Theorie 5. Semester VTI
Veranstalter	Departement Design
Leitung	Dr. phil. Francis Müller Johannes Hedinger
Zeit	Mo 26. September 2022 bis Mo 12. Dezember 2022 / 15 - 17 Uhr
ECTS	3 Credits
Voraussetzungen	Kulturtheoretische, historische und soziologische Grundlagen
Lehrform	Zu Beginn der Lehrveranstaltung wird anhand des Programms festgelegt, welche Studierenden welche Texte präsentieren werden. An jedem Seminartag präsentieren sie diese in Form eines Inputreferats und danach werden gemeinsam mögliche Hypothesen für ihre Seminararbeit erarbeitet. Die Einführungstexte wiederum müssen von allen gelesen werden. Die Abfassung der Seminararbeit erfolgt individuell auf der Basis der gemeinsam geleisteten Vorarbeit.
Zielgruppen	Vertiefungsspezifisches Modul VTI, 5. Semester
Lernziele / Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- grundlegende kulturelle Zusammenhänge mithilfe eines begrifflichen Instrumentariums aus Kulturwissenschaften, Kulturanthropologie, Kunsttheorie und Kunstphilosophie beschreiben,</li> <li>- einige theoretische Positionen der Kulturanthropologie, Kulturwissenschaften und Kunstwissenschaft benennen</li> <li>- Konsum- und Kunstphänomene theoretisch verorten, aktuelle Kunstdebatten und Konsumententwicklungen kritisch beschreiben</li> </ul>
Inhalte	Die Veranstaltung "Kultur – Konsum – Kunst" ist der Versuch, theoretische Ansätze der Kulturanthropologie, der Kunstphilosophie und Kunsttheorie mit ökonomischen Ansätzen zu verbinden. Was auf den ersten Blick weit voneinander entfernt scheint, das Kulturelle und das Ökonomische, offenbart bei genauerem Hinsehen überraschende Parallelitäten: Strategien der Kunst werden auch von der Wirtschaft vereinnahmt und angeeignet. Unter dem Begriff der kulturellen Aneignung versteht man in der Kulturanthropologie Mikro-Praktiken, bei denen Dingen neue symbolische Bedeutungen zugeschrieben werden. Unter Cultural Hacking wird das Eindringen in Systeme und deren Neu-/Umcodierungen bezeichnet, ein kritisches oder oft auch subversives Spiel mit kulturellen Codes, Botschaften, Werten oder Werken. Dieses Detournement führt oft zu neuen und überraschenden Orientierungen, Innovationen, Produkten und potentiellen Märkte. Die kunsttheoretischen Schriften von Groys und Ullrich versuchen ihrerseits eine Brücke (zurück?) zur Ökonomie und Gesellschaft zu schlagen. Ziel der Veranstaltung ist es, einerseits zu einem Verständnis von Kultur, ihren verschiedenen wissenschaftlichen Verständnismöglichkeiten und insbesondere auch ihrem Verhältnis Markt- und Konsumphänomenen zu gelangen, das für die weitere Forschungs- und Entwicklungsarbeit im Design als Grundlage fungieren kann, andererseits eine Einführung in Begrifflichkeiten, Herangehensweisen und Methoden der Brand- und Kommunikationsforschung, Kulturanthropologie, Kunsttheorie und Kunstphilosophie.
Bibliographie /	Folgt zu Beginn der Veranstaltung

## Literatur

Leistungsnachweis /  
Testatanforderung

Präsenz: 80% Anwesenheit, aktive Mitarbeit

Lektüre: Alle Teilnehmenden müssen alle Einführungstexte zu allen Veranstaltungen vorgängig lesen. Das Inputreferat muss von allen Studierenden einmal im Verlauf des Seminars geleistet werden. Ein Inputreferat dauert 15 bis 20 Minuten und umfasst (ganz knapp) eine Biographie des Autors/der Autorin, eine Beschreibung der wichtigsten Denk- und Theorie-Ansätze, präsentiert die zentralen Publikationen und stellt einen ersten Bezug zum Thema der daran anschliessenden Lektüre her, konzentriert sich also auf den gemeinsam zu lesenden Text im besonderen.

Die Seminararbeit umfasst einen Text von mindestens 15 000 Zeichen und maximal 20 000 Zeichen (inkl. Leerzeichen). Die Arbeit wird digital und ausgedruckt im Format A4 abgegeben. Dazu kommen ein Titelblatt mit Titel, Autor und Inhalt, ein Quellenverzeichnis und eine Eigenständigkeitserklärung.

Die Seminararbeit erfüllt die Ansprüche einer wissenschaftlichen Arbeit. Sie beruht auf einer fundierten Recherche und einer vertiefenden, innovativen Auseinandersetzung der/des Studierenden mit dem Thema. Die Seminararbeit geht über den Rahmen einer herkömmlichen Recherche hinaus, indem sie eine eigene These entwickelt und diese reflektiert und kritisch würdigt. Beurteilt werden Thema und Fragestellung, Recherche, Literatur und Umgang mit Quellen, theoretische Verortung, Struktur und formale Aspekte sowie Argumentation und Reflexion.

Abgabe: bis Weihnachten.

Termine

Das Seminar findet jeweils montags vom 27. September bis 13. Dezember 2021 statt.

Bewertungsform

Noten von A - F