

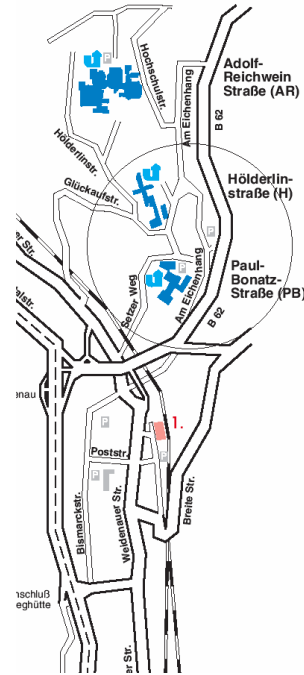
„Der Surrealismus soll dahingegangen sein? In Wahrheit ist er nur nicht mehr hier oder dort, er ist allenthalben. Er ist ein Phantom, das auf Schritt und Tritt vor einem aufleuchtet. Verdientermaßen hat er die Verwandlung in sich selbst erlebt, ist selbst surreal geworden.“ (Maurice Blanchot, 1949)

Die gleich nach dem ausgerufenen „Ende des Surrealismus“ von Adorno begonnene und von Bürger u.a. fortgesetzte Debatte über die Musealisierung der Avantgarde hat sich bestätigt – und doch auch wieder nicht. Die Musealisierung des Surrealismus schreitet voran. Aber vielleicht ist seine massenmediale Wirkung heute größer denn je, auch wenn er die von seinen Begründern proklamierte Revolution nicht auszulösen vermochte.

Es stellt sich die Frage, ob aus der zunächst gewünschten „Mythologie des Alltags“ (Breton, Aragon, Barthes) heraus der Surrealismus selbst zum Mythos geworden ist – oder gar zur Marke, zum Postkartenmotiv zwischen Kitsch und Kommerz. Zahlreichen Erscheinungen der aktuellen Medien- und Populärkultur werden surreale Aspekte zuerkannt, die seinen Erfolg befördern, seien es Ausstellungen zu Themen des historischen Surrealismus oder auch Film, Theater, Fotografie, Fernsehen, Werbung, Computerspiel, Netz- und Videokunst. Dabei verändert die ‚Surrealisierung‘, indem sie mediale Verunsicherung betreibt, die Struktur des Medienensembles selbst.

Den Gründen für die Aktualität und Metamorphose des Surrealismus soll in der gemeinsamen Diskussion und den Beiträgen nachgespürt werden. Aus mediengeschichtlicher Perspektive könnte danach gefragt werden, ob die Phänomene des ‚Medienumbruchs‘ (einer durch Fotografie, Film und andere Medien veränderten Wahrnehmung), die im Surrealismus zu Beginn des 20. Jahrhunderts ausgedrückt wurden, nun wieder aktuell sind, da es den neuesten digitalen ‚Medienumbruch‘ zu verarbeiten gilt. Hat der Surrealismus in seiner künstlerischen Praxis gegenwärtigen Bild-, Literatur- und Medientheorien Vorschub geleistet, die nun versuchen, den *iconic turn* einer digitalisierten Medienlandschaft zu erklären? Dabei wird auch die Frage diskutiert, wie sich die Beziehung zwischen Virtualität und Surrealität beschreiben lässt.

Handelt es sich nur um die gezielte Einsetzung von bekannten, eingängigen „surrealistischen Schockeffekten“, die als Werbeträger funktionieren? Dann hätten Benjamin mit der „technischen Reproduzierbarkeit des Kunstwerks“ und Bürger mit dem „Scheitern der Avantgarde“ recht behalten: Der revolutionäre Impetus, der schon im historischen Surrealismus ambivalent war, wäre heute von den Marktmechanismen assimiliert worden. Dagegen spricht eine auf künstlerischer und theoretischer Ebene kontinuierliche Auseinandersetzung mit dem Surrealismus, den man in Bezug auf aktuelle Erscheinungen neu definieren müsste. Besitzt der Surrealismus heute – mit all seinen Modifikationen und intermedialen Spielarten – ein Reflexionspotential, das mit Blick auf den aktuellen Medienumbruch neue Perspektiven eröffnet?



Universität Siegen
Kulturwissenschaftliches Forschungskolleg 615
MEDIENUMBRÜCHE
Artur-Woll-Haus
Am Eichenhang 50
57076 Siegen

Projekt B1 (M. Lommel/I. Maurer Queipo/N. Rißler-Pipka/V. Roloff)

Organisation/Information:
M. Lommel/I. Maurer Queipo/V. Roloff

0271-740-4447 oder 4957
roloff@romanistik.uni-siegen.de 0271-740-4447 oder 4957

Zwischen Kunst und Kommerz – zur Aktualität des Surrealismus Kolloquium



05.-06. November 2007

**Universität Siegen Artur-Woll-Haus
Raum AE-A 103**

**Kulturwissenschaftliches
Forschungskolleg
Medienumbrüche**

Projekt B1 – Intermedialität im europäischen Surrealismus

Montag, 05. November 2007

12.00 – 12.45 Uhr

Begrüßung und Einführung

12.45 – 13.30 Uhr

Jürgen Link:

Zur erotischen Faszination durch die nicht normale ‚**passante**‘ in und nach dem Surrealismus

Mittagspause (im Artur-Woll-Haus)

14.15 – 15.00 Uhr

Natascha Adamowsky:

Virtueller Surrealismus. Smarte Technologien und der Möglichkeitsraum der Erfahrungen

15.00 – 15.45 Uhr

Michael Wetzels:

Marcel **Duchamp** als Entdecker des Infra-Realismus und seine infra-medialen Konsequenzen

Kaffeepause

16.15 – 17.00 Uhr

Susanne Klengel:

Vom ‚**hasard objectif**‘ der Surrealisten zu den Koinzidenzen im Zeitalter der Globalisierung. Ein Versuch zur Poetik des Zufalls

17.00 – 17.45 Uhr

Rose-Maria Gropp

Balthus und der Surrealismus

ab 20.00 Uhr

Abendessen im „Netpher Hof“

Dienstag, 06. November 2007

9.30 – 10.15 Uhr

Ursula Link-Heer:

„Des Indes à la planète Mars“. Stationen des Mediumismus von Théodore de **Flournoy** über **Breton** zur postmodernen Identitätsstörung

10.15 – 11.00 Uhr

Jochen Venus:

Surrealismus und **Simulation**. Zur Wiederkehr surrealistischer Formen im digitalen Medienumbruch

Kaffeepause

11.15 – 12.00 Uhr

E. Voigts-Virchow

Surrealist Sell-Out – Chris **Cunningham**
Körper als Pop-Surrealismus

12.00 – 12.45 Uhr

Gregor Schuen:

Madonna und **Salvador** am Kreuze vereint.
Surrealismus und Pop

*Mittagessen
im „Ars Mundi“*

14.30 – 16.00 Uhr

Diskussionsrunde

Kaffeepause

16.15 – 17.00 Uhr

Andreas Trojan:

Zur Aktualität des literarischen Surrealismus: **Novalis**, Friederike **Mayröcker**, Anselm **Glück**

17.00 – 17.45

Monika Schmitz-Emans:

Ror **Wolfs** Ratgeberbücher als Reminiszenzen an die Collagen Max **Ernst**s

17.45 Uhr – 18.15

Abschlussdiskussion

ab 20.00 Uhr

Abendessen im „Netpher Hof“

