

Call for Abstracts

„Populäre Düfte. Gerüche, Riechstoffe, olfaktorische Ästhetiken“

Panel zur 8. KWG-Jahrestagung: Populäre Kulturen / Popular Cultures

(Universität des Saarlandes / Saarbrücken, 27.-30.9.2023)

Organisator*innen: Dr. Lis Hansen (Hildesheim) / Dr. Dirk Hohnsträter (Hildesheim)

Zur 8. Jahrestagung der Kulturwissenschaftlichen Gesellschaft Populäre Kulturen / Popular Cultures laden wir zur Teilnahme an unserem Panel ein.

Der Geruchssinn galt lange Zeit als animalischer, insbesondere gegenüber dem Seh- und Hörsinn zweitrangiger und im Diskurs zu vernachlässigender Sinn. Gerüche und Düfte prägen jedoch unsere Weltwahrnehmung und sozialen Beziehungen auf grundlegende Weise. Darüber hinaus ist die olfaktorische Gestaltung der Subjekte und ihrer Lebenswelt mit Parfums und Duftstoffen ein wesentlicher Teil populärer Kulturen. Bereits ein Blick auf die enormen Verkaufszahlen bekannter Duftklassiker wie Chanel No. 5 macht dies deutlich.

In den Kulturwissenschaften wurden Gerüche gleichwohl erstaunlich wenig untersucht. Das Desiderat überrascht, sind doch olfaktorische Ausdrucksformen wie etwa Parfums nicht nur nach Thomas Heckens quantitativer Definition von Populärkultur etwas, das viele beachten – und damit ein wesentlicher Teil populärer Alltagskulturen, sondern auch ein kulturtheoretisch relevantes Sujet. Zum einen verweist die Verwendung von Parfums und parfümierter Produkte auf das kulturelle Selbstverständnis unterschiedlicher Gesellschaften. Zum anderen sind olfaktorische Ästhetiken und Praktiken eng mit individuellen und sozialen Wahrnehmungs- und Zuschreibungsformen verbunden. Parfums sind einerseits Ausdruck der individuellen Selbststilisierung, andererseits ein populäres Massenprodukt mit einem beachtlichen Verkaufsvolumen. Zudem stellen sie eine spannungsvolle Schnittstelle zwischen der ephemeren Wirkung molekularer Duftstoffe, ihrer materiellen Dimension (z.B. der Flakons und Etiketten), leibkörperlichen Praktiken sowie medial und sozio-ökonomisch informierten Konsumästhetiken dar. Dabei stellt sich nicht zuletzt die Frage, wie spezifisch olfaktorische Fiktionswerte in Kultur und Ästhetik erzeugt werden und wie diese wirken.

Das vorgeschlagene Panel möchte die vielseitigen materiellen, atmosphärischen, körperbezogenen, praxeologischen, sozialen und genderspezifischen Dimensionen olfaktorischer Kulturen und Ästhetiken am Beispiel des Parfums und der kulturellen Praktik des Parfümierens in den Blick nehmen.

Beiträge könnten sich z.B. mit folgenden Aspekten und Fragen beschäftigen:

- Das Wissen der Nase: Welche epistemologischen Dimensionen und Erkenntnisse vermitteln Gerüche?
- Die soziale Ordnung der Sinne: Welche Beziehungen bestehen zwischen der Verwendung von (welchen) Parfums und gesellschaftlichen Distinktionsprozessen?
- Duft und Geschlecht: Welche genderspezifischen Dimensionen zeigen sich an Duftstoffen und ihrer materiellen sowie konsumästhetischen Vermittlung (bspw. Flakons, Etiketten, Werbung)?
- Ästhetische Wahrnehmungs- und Darstellungsformen: Wie wird Duft in unterschiedlichen Medien präsentiert und vermittelt bzw. ‚olfaktorisch erzählt‘?
- Konsumästhetik: Welche spezifisch populärkulturellen Formen hedonistischer Praxis lassen sich beobachten?

Für die Teilnahme mit einem Vortrag (15-20 Min.) bitten wir bis zum 15. Januar 2023 um die Einsendung von Abstracts (max. 250 Wörter), die auf diese Fragestellungen eingehen; einschl. Titel, Kurzbiografie und institutioneller Verankerung an Dr. Lis Hansen (hansenl@uni-hildesheim.de) und Dr. Dirk Hohnsträter (hohnstra@uni-hildesheim.de).