

Und ich?

Eine Ausstellung zur Massenkultur

Was haben ausgetretene Stoffturnschuhe mit den Comics eines dänischen Architekturkollektivs zu tun? Was sagt es über den Bewusstseinszustand einer Gesellschaft aus, wenn in den Vorgärten Buddhafiguren die Gartenzwerge verdrängen? Und wie formieren sich Emotionen, wenn sie mit grimmigen, weinenden und küssenden Icons über Smartphones vermittelt werden?

„Und ich? Eine Ausstellung zum Thema Massenkultur“ regt mit Beispielen aus Kunst, Architektur und Alltagspraxis dazu an, einen neuen – und durchaus wertschätzenden – Blick auf die gegenwärtige Massenkultur zu richten. Statt den meist negativ konnotierten Begriff der Masse ein weiteres Mal zu denunzieren und die üblichen Assoziationen wie Standardisierung, Normierung und Anonymität zu bedienen, zeigt die Ausstellung, wie Massenkultur eben auch Teilhabe ermöglicht, wie sie Vorstellungen von Individualität entwirft und für jede Demokratie ganz offensichtlich unverzichtbar ist.

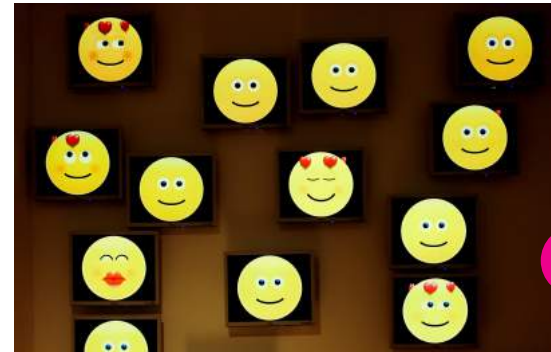
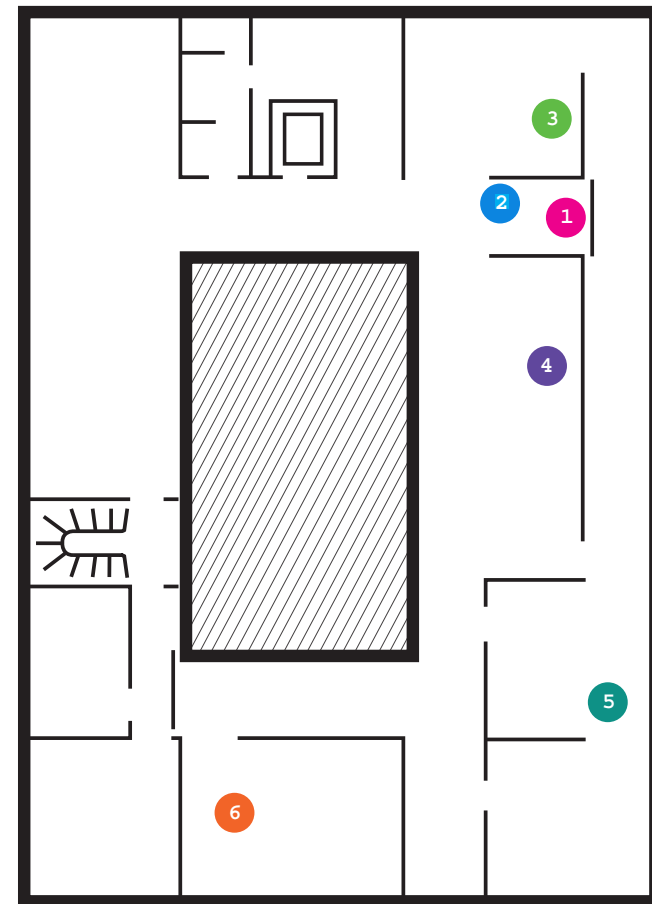
Die Ausstellung erkundet fünf Themenfelder, um der Frage des Ichs in der Masse nachzugehen. Die Videoprojektion *Sieben bis Zehn Millionen* von Stefan Panhans etwa bietet einen rasanten, verstörenden Einblick in gegenwärtige konsumistische Selbstreflexionen. Daneben bekennt sich das dänische Architekturkollektiv BIG mit seinem Slogan „Yes is More“ auf mitreißende Weise zu einer positiv und futuristisch aufgeladenen Massenkultur, in der Nachhaltigkeit und Hedonismus nicht länger als Widerspruch gelten müssen.

Den drei Aspekten der Kommunikation, Mode und Selbstsorge geht die Ausstellung in Form von partizipativen Projekten auf den Grund. So erweist sich der global

verbreitete Stoffschuh, der Chuck von Converse, als Ausdruck individueller Selbstgestaltung. Auch die massenhafte Nutzung von Emoticons wird als Phänomen der atmosphärischen Codierung von Kommunikation erfahrbar. Und schließlich wird gezeigt, wie spirituelle Praktiken aus Fernost, wie Therapie und Wellnesskultur millionenfach einen Weg zum eigenen Ich eröffnen.

Statt die Ressentiments gegenüber der Massenkultur zu bedienen, lädt die Ausstellung mit dazu ein, die Praktiken der gegenwärtigen Massenkultur zu reflektieren, ihren Beitrag zur Herstellung des Gemeinwesen zu erkunden und die Bedeutung der Massenkultur für heutige Ich-Entwürfe unvoreingenommen in den Blick zu nehmen.

Lageplan



KissKiss :-*

Emoticons: die Gefühlssprache der digitalen Medien

Schon in den Anfängen der digitalen Kommunikation – genauer 1982 – führte der US-amerikanische Informatiker Scott Elliot Fahlman das Kürzel :-) für ein lachendes Gesicht in den fernschriftlichen Austausch unter Kollegen ein. 2011 wurde von Unicode 6.0 das Spektrum der Gefühlslagen in Form grafischer Icons beträchtlich erweitert. Heute sind die Emoticons aus der digitalen Kommunikation kaum mehr wegzudenken. Sie dienen als nonverbale Ersatz-Semantik, mittels derer man sich im Zeitalter des mobilen Internets weltweit verständigt.

Die bunten Icons vermitteln oder entwerfen womöglich auch Stimmungen und Gefühle und lassen zugleich das Geschriebene bunter und poetischer erscheinen. Längst gehören sie nicht mehr nur ins Repertoire von Smartphone-Messages unter Teenagern und Computer-Nerds. Sogar in offiziellen geschäftlichen Emails sind sie mittlerweile probate Mittel, um Missverständnissen vorzubeugen.

Welchen Einfluss aber hat es auf Gefühle, wenn sie mit vorgefertigten Icons zum Ausdruck gebracht werden? Sind Begriffe wie „Seele“ und „Sinn“, wie der Medientheoretiker Friedrich Kittler postulierte, nur eine Erfindung der Goethe-Zeit? Und bringen Emoticons nun eine neue Form des Gefühlslebens hervor?



BangBang

Hendrik Vogel,
Digital Sound-Compilation, 2014,
Soundinstallation, 8'00"

Welche Emotionen wecken die Klänge digitaler Kommunikation? In seiner Mehrkanalinstallation aus uns vertrauten akustischen Signalen geht der Münchner DJ Hendrik Vogel (1982) dieser Frage nach. Das Geräusch einer eintreffenden Nachricht von WhatsApp, ein Anruf bei Skype, ein einfaches Handyklingeln und der Besetztton verdichten sich nach und nach zu einem mehrschichtigen Klangteppich.

Der Einfluss dieser, der digitalen Kommunikationswelt entnommenen, Töne auf die menschliche Wahrnehmung scheint erschreckend: Gleich dem Pawlowschen Hund gehorchen wir den global verbreiteten Signalfunktionen, die in uns bestimmte Gemütszustände hervorrufen können. Auf den WhatsApp-Ton folgt meist der schnelle Griff zum Smartphone und der Sound beim Hochfahren des Windows-Computers weckt ein Gefühl der freudigen Erwartung. Die Möglichkeit jederzeit über das mobile Internet weltweit kommunizieren zu können, ist zu einem Massenphänomen geworden – vom brasilianischen Urwald bis zum Polarkreis und in den Steppen Afrikas erklingen die gleichen Töne und erwecken womöglich ähnliche Empfindungen.



ChuckaChucka

Converse & Du!
Massenware als Inbegriff der Individualisierung

Ausgetretene Stoffturnschuhe, verdreht vom letzten Festival, ein aufklaffendes Loch an der Ferse und verschiedenfarbige Schnürsenkel – die Chucks von Converse sind längst zum Inbild individueller Aneignungsprozesse von Massenware geworden. Auf paradoxe Weise motiviert erst die massenhaft produzierte Konfektionsware von der Stange den modernen Menschen dazu, sich individuell zu kleiden und sich damit von der Masse unterscheiden zu wollen.

Dies gelingt jedoch nur, wenn zugleich Anschlüsse kommuniziert werden. Gerade die anschlussfähige Individualisierung erweist sich als entscheidende Triebfeder der gegenwärtigen Massengesellschaft.

Dieses Wechselspiel von Differenz und Angleichung offenbart sich in kaum einem modischen Artikel so klar, wie in den einfachen, ja nahezu banalen Schuhen von Converse. Hier treffen sich die höchste Kunst weltweiter Industriestandards und das je eigene Moment individueller Aneignungsakte. 800 Millionen Paar Converse Schuhe wurden bis heute weltweit verkauft und machen den 1921 gemeinsam mit dem amerikanischen Basketballer Chuck Taylor weiterentwickelten Schuh damit zum meist getragenen Schuh der Welt.

