

Open Space Berichtsblatt

Emergence of Projects

„Star werden oder out sein?“

Strategien zum (Über-)Leben in der Ich-Aktien-Gesellschaft“

26.Juni 2004

**Thema: Ist „Understatement“ out? oder
Wie viel Selbstinszenierung ist nötig, wichtig, gut?**

Diskussionspunkte:

- Understatement = nicht mehr scheinen wollen als sein
- Inszenierung hat sich verändert. Früher authentisch, heute professionell
- Reizüberflutung. Für die mediale Wahrnehmung ist Inszenierung nötig
- Ästhetische Verschiebung und ästhetische Differenz
-
- Rolle der Werbung: Es werden nicht mehr einfach nur Produkte verkauft, sondern Ideen, Lifestyle, Gefühle, Labels
- Warum werden Labels gekauft? - Weil die Marke sympathisch ist.
- Was macht die Marke sympathisch? - Sie spricht an.
- Wie wird man auf sie aufmerksam? - Man sieht sie....

- Emanzipation läuft auch über Konsum

- Inszenierung, die nicht gelingt, ist peinlich
- Understatement ist auch eine Art von Inszenierung. Man kokettiert damit („Ich hab's nicht mehr notwendig“)
- Understatement hat die Dimension, sich zurückzunehmen, aber auch die Dimension, sich selbst nicht wertzuschätzen. Der Umkehrschluss gilt allerdings nicht

- Was tu ich dann, wenn ich mich inszeniere?
- Ein Begriff, der der Selbstinszenierung die Schärfe nimmt: Professionalität.
- Was tu ich mit meiner Rolle?
- Es ist wichtig zu sehen, dass es eine Rolle ist, die ich zu erfüllen habe. Wie auf einer Bühne.
- Es geht darum, den Rollentypus adäquat zu erfüllen
- Was gehört zur Professionalität? Was braucht es für das, was man macht? Das ist die Eich-Achse. Sein zu dürfen, was man ist.
- Die Leute, die wirklich gut sind, sind die angenehmsten.
- Nicht-Professionalität wird ideologisch bemäntelt – mit „Ich bin so ein bescheidener Mensch“ oder durch Abwertung des Anderen

Einladende:

Herta Reif-Elson

Weitere TeilnehmerInnen:

Lena Reif
Gottfried Brandner
Monika Leutgeb
Erich Kolenaty
Axel Fussi
Lisa Est
Desislava Terzieva
Ilse Chlan
Helga Köcher