

Mit festen Beinen auf zwei Sockeln Interkultureller Dialog im NRW-Forum Kultur und Wirtschaft

Werner Lippert, Co-Direktor des NRW-Forums Kultur und Wirtschaft, Düsseldorf

Von Beginn an suchte das NRW-Forum bewusst Ausstellungsthemen, die aus dem angestammten Kanon der Kunstmuseen ausbrachen und dem Haus eine Alleinstellung versprachen – einerseits auf den Inhalt selber und andererseits natürlich auch auf die Kommunikation mit Zielgruppen abzielend. Am Anfang nannten wir dieses thematische Dach die „Schnittmenge“ – etwa zwischen Kunst und Kommerz, Mode und Fotografie, Musikclips und Videokunst. Heute nennt man es „Konvergenz“. Das ist das zugrunde liegende Konzept für das Ausstellungsprogramm des NRW-Forums.

Konvergenz steht seit den 90er-Jahren als Oberbegriff (ursprünglich aus der Innovations- und Medientheorie stammend) für das Zusammenwachsen ehemals getrennter Bereiche. Die Verschmelzung von Fernsehen und Internet wird hier ebenso angesprochen wie die sich auflösenden Grenzen zwischen Malerei und Fotografie. Konvergenztendenzen lassen sich aber auch in anderen Disziplinen beobachten, etwa in der Architektur, wo Fassaden zu Trägern für bewegte Bilder werden. Oder in der Mode, etwa, wenn in den Cat Walks von Alexander McQueen – wie in seiner Ausstellung im NRW-Forum zu sehen – Theater, Performance und Mode zusammenwachsen, oder wenn bei Hussein Chalayan Theater und Skulptur einander durchdringen.

Der Begriff „Konvergenz“ meint in seinen unterschiedlichen Ausprägungen das Zusammenwachsen wirtschaftlicher Geschäftsmodelle, die Durchdringung medialer Angebote wie auch das Zusammenwachsen von Darstellungsformen in ästhetischer Hinsicht. Konvergenz ist eine Entwicklung, die Wirtschaft und Ästhetik in den kommenden Jahren weiterhin prägen und verändern wird.

Das NRW-Forum hat in seinen Ausstellungen viele Beispiele für die Konvergenz ästhetischer Gattungen gezeigt und die unterschiedlichen „Grenzgänge“ der Kunstgattungen in andere Gattungsbereiche hinein erlebbar gemacht. Und dabei haben wir häufig mit Themen gearbeitet, die im musealen Umfeld noch nicht akzeptiert und gängig waren, zum Beispiel die Modedefotografie.

Während das Ausstellungsprogramm des NRW-Forums dem tradierten Museumsverständnis vorwegeilte und -eilt, richtet sich der Fokus des Programms auf Bereiche der Kultur, die die Aufmerksamkeit der Medien genießen: Fotografie, Video, Mode, Design und Architektur sind einem Massenpublikum durch die tägliche Medienpräsenz bekannt, bevor sie ihm durch museale Präsentationen erschlossen werden. Wie der Medientheoretiker Georg Franck in seiner „Ökonomie der Aufmerksamkeit“ aufgezeigt hat, sammelt sich in jenen Themenbereichen ein hohes Maß an gesellschaftlicher Aufmerksamkeit. Der Zugang zu diesen Gegenstandsbereichen der modernen Kultur fällt einem nicht explizit kunstsinnigen Publikum erheblich leichter, zumal es dort die Protagonisten des Starkultes und international bekannte Celebrities wiederfindet. Dazu zählen natürlich auch die im NRW-Forum ausgestellten Fotografen und Modeschöpfer wie Peter Lindbergh, Herb Ritts, Helmut Newton, Vivienne Westwood, Mario Testino und ihr Umfeld, zu denen etwa Stars und Models wie Tina Turner und Claudia Schiffer gehören. In den Allianzen der modernen Gesellschaft entsteht so eine „Aufmerksamkeitskultur“ die sich an der modernen Mediengesellschaft ausrichtet und sich selbstreferenziell verstärkt. Auch damit erreichen wir bereits heute Zielgruppen, die stark medienorientiert sind.

Die Ausstellungen des NRW-Forums richten sich zwar auf diese Allianzen aus, jedoch ist das Ziel der Ausstellungen stets, ästhetische Strategien offenzulegen, Interdependenzen aufzuzeigen, die Herkunft visueller Codes zu offenbaren und dem Betrachter eine „visuelle Kompetenz“ zu vermitteln, um sich in diesem Meer von Zeichen sicher zu bewegen. Dabei werden oft auch neue Wege der Präsentation gewählt: etwa ein Wald aus 100 Monitoren, um die Interdependenzen von Musik – Werbung – Kunst im Video erlebbar werden zu lassen.

Oder die Präsentation der einflussreichsten Bilder der Fotografiegeschichte als Hörspiele auf CD-Playern, um den globalen Bilderkosmos als „Bilder im Kopf“ entstehen zu lassen. So werden neue Zielgruppen für die Kulturvermittlung gewonnen und alte auf neue Weise angesprochen.

Das NRW-Forum Kultur und Wirtschaft stellt also seinem Auftrag entsprechend Ausstellungen vor, die Alltagsphänomene auf ihre kulturellen Implikationen hin hinterfragen. Dazu zählt in unseren Augen auch als Thema die Ausbildung neuer kultureller Identitäten in der Folge der Migration in die Bundesrepublik Deutschland.

Migranten haben unterschiedliche Gründe für ihre Einwanderung. Oft war nur eine Einwanderung auf Zeit geplant – jedoch fanden die meisten eine Heimat auf Dauer. Das gilt vor allem für ihre Kinder und Kindeskiner, denn viele von ihnen haben inzwischen einen deutschen Pass, sie sprechen zwei Sprachen und sind in zwei Kulturen zu Hause. Die Berufsbilder haben sich gewandelt: Zunehmend erobern sich die Kinder der eingewanderten Migranten neue Arbeitsfelder. Sie gründen Werbeagenturen und Zeitschriften, statt als Änderungsschneider versuchen sie sich als Modedesigner und sind im Marketing erfolgreich.

Zwar besteht häufig noch ein Bildungsgefälle, noch immer herrschen Barrieren sprachlicher und emotionaler Art. Dennoch ist ein Prozess der Akkulturation deutlich erkennbar. In der Öffentlichkeit wird die zweite und dritte Generation inzwischen durch erfolgreiche Kulturschaffende repräsentiert. Sie sind Redakteure, Sänger, Regisseure, Schriftsteller und Künstler, die in Deutschland leben und arbeiten. Von einer Ausnahmeerscheinung lässt sich schon lange nicht mehr sprechen. Vielmehr sind sie Teil einer kulturellen Bewegung, die sich in ähnlicher Form in den 80er-Jahren schon in anderen europäischen Ländern etablierte. In Frankreich waren es die „beurs“, die eingewanderten Araber, und in Großbritannien die pakistanischen und indischen Migranten, die mit Energie und großen Potenzialen die Kulturszene bereicherten.

„Wir sitzen nicht zwischen den Stühlen, sondern stehen mit festen Beinen auf zwei Sockeln“, sagte der Schauspieler Mehmet Kurtulus, ein deutscher Schauspieler türkischer Herkunft, selbstbewusst in einem Interview. Dieses Statement mag für viele andere seiner Generation ebenfalls Geltung haben.

Eine andere Bewegung tut ein Übriges: Viele „Deutsch-Geborene“ suchen ihr berufliches Glück im Ausland und kehren mit neuen Eindrücken und kulturellen Begegnungen zurück. Die Personalstruktur zahlreicher Unternehmen in Deutschland wird internationaler und interkultureller. Der Import von Kulturerzeugnissen aus den Migrationsländern wird zunehmend vielfältiger: Gastländer der Buchmesse Frankfurt sind unter anderem die Türkei, Indien oder Arabien; Filmreihen stellen in kommunalen Kinos und Filmmuseen zeitgenössische Filme aus allen Ländern der Welt vor.

Vor diesem Hintergrund ist ein interkultureller Dialog eine gesellschaftliche Notwendigkeit. Teilweise stärker als in den Bereichen „Kunst und Kultur“, etwa in der Wirtschaft, ist der interkulturelle Dialog ein anerkanntes und wirkungsvolles Verfahren (Diversity Management, interkulturelle Kompetenz etc.) Interkultureller Dialog findet nicht zwischen unterschiedlichen „Kulturgemeinschaften“ statt – sondern zwischen Individuen. Den Kunst- und Kulturinstitutionen kommt eine besondere Rolle zu: Kunst und Kultur (jenseits eines restaurativen Kulturbegriffs) sind substanziell auf interkulturellen Dialog angelegt – und fördern kritisches, mehrdimensionales Denken und Handeln. Der „ästhetische Raum“ ermöglicht eine Vielfalt von Erfahrungen, Interpretationsmöglichkeiten, Fragen und Anknüpfungspunkte für individuelle Wertvorstellungen. Kunst bietet idealerweise hinreichend Spielraum, um unterschiedliche kulturelle „Codes“ zu erfahren und einen souveränen Umgang mit ihnen zu entdecken

Zur Pragmatik: Zeitgemäße Kunst- und Kulturinstitutionen

- § haben den politischen Auftrag, sich umfassend an weite Teile der Bevölkerung zu richten
- § und sie erleben zunehmend die ökonomische Notwendigkeit, sich ihr Publikum zu suchen.

Migrantinnen und Migranten fühlten sich bisher kaum von den Angeboten vieler Kunst- und Kultureinrichtungen angesprochen. Demgegenüber steht aber eine hohe Kulturaffinität bei Migranten: Die Sinus-Studie zeigt, dass sie nicht weniger Interesse an Kulturangeboten haben als der Rest der Bevölkerung.

Die Konsequenz für Kunst- und Kulturinstitutionen muss also – in Worten internationaler und erfolgreicher, insbesondere britischer Vorbilder – lauten:

- § Audience Development

Hier soll ein Zitat auf besonders schöne Weise den Begriff umschreiben: “The objective of audience development is to create a love affair between people and art“, behauptet B.G. Morison.

- § und Community Outreach.

Tatsächlich können Kultureinrichtungen im interkulturellen Dialog eine besondere Stellung einnehmen, weil sie außerhalb der Schule (und ohne die üblichen Leistungsstandards) mit der ästhetischen Matrix von Fotografien, Gemälden oder Objekten ein Lernen auf einer sinnlichen und zugleich emotionalen Ebene ermöglichen. Kunst und Kultur bieten Freiräume auch für widersprüchliche Gedanken, Gefühle und Konflikte. Durch die Begegnung mit Kunst können Jugendliche erfahren, dass es viele Perspektiven und Wege gibt, sich mit Themen zu befassen, sich in einem Thema zu verorten: konkret etwa, dass es in der eigenen Klasse viele unterschiedliche Meinungen gibt zu Liebe, Beziehungen, Partnerschaft, oder zu Patriarchat und Matriarchat, die das Frauenbild in Gesellschaft und Medien prägen. All dies kann man auch in den Bildern von Künstlern, in Fotografien oder in Videoclips und den Medien erkennen und dekodieren.

Dabei werden viele Jugendliche – mit und ohne Migrationshintergrund – die Erfahrung machen, dass sie zu bestimmten Fragen die gleiche Meinung haben, egal welcher Nationalität oder Herkunft sie sind. Aber wenn nicht die Herkunft die Einstellung bestimmt – was dann? Wenn neben den wichtigen Aspekten des interkulturellen Dialogs auch Kulturwissen vermittelt wird, also Kenntnisse über bildende Kunst, Architektur oder Design, so ist das durchaus wichtig für ein tieferes Verständnis von Deutschland, also dem Land in dem sie leben.

Unter diesen Prämissen nimmt nun das NRW-Forum für Kultur und Wirtschaft die interkulturelle Arbeit auf, großzügig gefördert vom Land Nordrhein-Westfalen. Zunächst einmal liegt der Schwerpunkt auf „interkulturellen Führungen“ durch aktuelle Ausstellungen. Führungen, bei denen auch die Vielfalt unter den jugendlichen Migranten berücksichtigt wird. Denn hinter dem Schlagwort „Jugendliche mit Migrationshintergrund“ stehen ja Enkel der „Gastarbeiter“ ebenso wie Russlanddeutsche oder junge Flüchtlinge, die womöglich selbst Krieg, Folter oder Hunger erlebt haben. Zu ihrer Lebenswelt gehören auch Themen wie Islam, Rassismus, Heimat, Identitätsfindung, Aufenthaltsstatus in Deutschland etc. Daneben haben sie Themen, die alle Menschen zwischen 12 und 16 Jahren umtreiben: Probleme mit den Lebenswelten und kulturellen Vorstellungen der Eltern, mit Lehrern und der Schule, mit Beziehungen, Liebe, Musik, Kleidung, Clique etc.

Die Führungen werden für Gruppen angeboten. Von der Einführung in die interkulturelle Kompetenz und Diversity soll die gesamte Gruppe profitieren, es ist keine Veranstaltung für einzelne ethnische Gruppen. Die konkrete Erfahrung lässt sich nur in der konkreten Auseinandersetzung mit dem vermeintlich „Anderen“ machen.

Wir begreifen jugendliche Migranten nicht als eine defizitäre Gruppe, der etwa westliche Kultur nahegebracht werden soll. Die Begegnung mit ihnen findet auf Augenhöhe statt. Die Ausstellungen im NRW-Forum – zu Popkultur, Design, Mode, Architektur etc. – bieten sich an als Katalysator für einen interkulturellen Dialog. Auch die Überzeichnungen, Tabubrüche, Provokationen (und das Spiel damit), die die Ausstellungen des NRW-Forums auszeichnen, sind für den interkulturellen Dialog nicht hinderlich. Sie spielen in der Lebenswelt von Migranten ebenfalls – wenn auch manchmal mit anderem Gesicht – eine Rolle. Gekonnte Moderation muss hier Verbindungen und gemeinsame Erfahrungswelten finden und thematisieren. Am Phänomen „Nacktheit“ beispielsweise können Themen von Verschleierung in islamischen Ländern bis hin zu dem Gefühl der Schutzlosigkeit oder des Körperwahns besprochen werden.

Wir arbeiten dabei mit Kunstvermittlerinnen und Ausstellungsführern, die soziale und interkulturelle Kompetenz sowie Kenntnisse (teilweise aus eigener Erfahrung) der Lebenswirklichkeit von Migranten besitzen. Welche Bilderwelten umgeben sie, welche Codes nutzen sie, welche Mediengewohnheiten haben sie? Wie kann man sie „berühren“, wie können auch sie ihre Themen und Motive in der Ausstellung wiederfinden? Ganz nebenbei können sich Jugendliche mit Migrationshintergrund mitunter als „Experten“ erleben, wenn es etwa dazu kommt, über die Regeln der Verschleierung zu erzählen, über Feste, Rituale oder Kleidung.

Nach dem derzeitigen Stand der Diskussion und Forschung hat interkulturelle Kompetenz mit der Fähigkeit zur Selbstreflexion zu tun. Fragen sind hier beispielsweise: Wer bin ich? In welcher Situation verhalte ich mich eher „deutsch“, wann eher „türkisch“, „arabisch“ „muslimisch“? Fühle ich mich in dieser Gesellschaft akzeptiert oder gibt mir eher die Religion dieses Gefühl? Wie sind meine Chancen in Deutschland?

Anregung zur Selbstreflexion ist die Grundlage der interkulturellen Arbeit im NRW-Forum. Selbstbewusstsein und Toleranz sind die Grundbedingung für die Ausprägung individueller kultureller Identitäten.