

Inside the cute Cube.

Ein Besuch der Ausstellung *#cute. Inseln der Glückseligkeit?* im NRW-Forum Düsseldorf (9.10.2020–18.04.2021)

Hannah Zipfel

»Im Kunstgewerbe ist Schmuck, bildlich gesprochen, Süßspeise, Dessert, Konfekt, Nachtisch, von dem man nicht allein leben kann. Jedes Übermaß davon macht nur dicke Bäuche, keine straffen Muskeln« (Pazaurek 1912: 267). Als Reaktion auf die zunehmende Surrogatkultur und deren neue technische Möglichkeiten, insbesondere in der chemischen Industrie im ausgehenden 19. Jahrhundert, verschreibt sich Museumsdirektor und Werkbundmitglied Gustav Edmund Pazaurek ganz der preußischen Geschmackserziehung: »Leben ist Kampf; auch auf ästhetischem Gebiete« (ebd.: 1). Um den »labilen Geschmacksurteilen ein festes Rückgrat« (ebd.: 15) zu schaffen, empfiehlt Pazaurek die »ständige Angliederung einer Folterkammer an jedes Arbeitsmuseum«. Versündigungen gegen den guten Geschmack sollen darin »dem ästhetischen Dickhäuter [...] in übersichtlichen Gruppen und mit den entsprechenden Erläuterungsaufschriften« (ebd.: 402f.) vorgeführt werden. Auch das Königliche Landesgewerbemuseum zu Stuttgart verfügt ab 1909 über eine umfangreiche Sammlung von Exponaten, die in einer interessanten Systematik Platz finden: neben der »sehr gefährlichen, weil ansteckenden Krankheit der Ornamentwut« finden sich hier Beispiele für »Hemdsärmelkultur«, »Dekorübergreif« oder »Technik-Pimpeleien«, allesamt »Ausartungen der Bästelei« (Pazaurek 1909: 181f.), die für Pazaurek das Negativ zu der im Werkbund propagierten *Guten Form* darstellen, welche hier »selbstverständlich ganz weg[fällt]« (ebd.: 182). Die geradezu niedlich anmutenden Formulierungen sollen nicht über die, zumindest aus heutiger Sicht, problematische Dimension des Projekts hinwegtäuschen, das Pazaurek mit großem Ernst vorantrieb. Denn unter Rückgriff auf vitalistisches Vokabular sollte hier das »Unkraut des Ungeschmacks, das sich ohne unser Zutun in entsetzlicher Fruchtbarkeit vermehrt, alle schönen Keime erdrückt, ihnen Platz, Luft und Licht raubt« (Pazaurek 1912: 1), mit möglichst drastischen Mitteln bekämpft werden.

Ein Großteil der Exponate, die gut hundert Jahre nach der Veröffentlichung von Pazaureks Pamphlet in einer Ausstellung mit dem Titel *#cute. Inseln der Glückseligkeit?* gezeigt werden, ließe sich nahtlos in die »Abteilung der Geschmacksverirrungen« einordnen (ebd.: 14), scheinen doch Kategorien wie »abnorme Formen (Dekorfehler)« oder »übertriebene Oberflächenbehandlung« ganz besonders für niedliche bzw. süße Objekte zu gelten, die außerdem in enger Nachbarschaft zu dem von Pazaurek verhassten »Kitsch, namentlich auch: Nippes, Galanteriewaren« stehen (ebd.: 350).



Abb. 1.: Ausstellungsansicht #cute. Inseln der Glückseligkeit? AES+F, 2008 © NRW-Forum 2020, Foto Katja Illner.

Glücklicherweise sind normative Setzungen derlei Art in der Gegenwart weitestgehend verabschiedet, wie Kategorien des ›guten schlechten Geschmacks‹, namentlich auch: Camp, Trash oder hochpreisige Kitsch-Art, bezeugen. Unter letztere Kategorie fallen beispielsweise zwei Werke des Künstlerpaares Pierre et Gilles, die sich mit beliebten Tropen der *gay culture* (süße Matrosen und Schoßhündchen) in den bunten Reigen von #cute einfügen. Knapp 60 internationale Positionen der Gegenwartskunst (etwa von Jill Greenberg, Aya Kakeda oder Juergen Teller) und zahlreiche Gegenstände der Alltags- und Konsumkultur, von Einhörnern über flauschige Furbys bis hin zu süßen Tierbaby-Memes, fluten hier ein Gebäude mit Zuckerguss, das durchaus Pazaureks Zeitgeist atmet: Ursprünglich für die größte Messe der Weimarer Republik, die *Große Ausstellung Düsseldorf 1926 für Gesundheitspflege, soziale Fürsorge und Leibesübungen (GeSoLei)*, erbaut und zur Zeit des Nationalsozialismus als Reichsmuseum für Gesellschafts- und Wirtschaftskunde betrieben, beherbergt der monumentale, streng symmetrisch angeordnete Gebäudekomplex am Düsseldorfer Rheinufer seit 2014 das NRW-Forum, ein Gegenwartsmuseum mit Schwerpunkt auf Popkultur und digitale Bildwelten.

Bereits in der Bandbreite der in der Ausstellung gezeigten Exponate spiegelt sich eine zentrale These der Kulturwissenschaftlerin Sianne Ngai wider, nach der sich das Süße flächendeckend innerhalb der gegenwärtigen Konsum- und Mediengesellschaft ausbreitet (vgl. Ngai 2012). Als leicht zu konsumierende Warenästhetik verweisen niedliche Phänomene demnach geradezu paradigmatisch auf *Konsum*, und damit auf eine zentrale Strukturkategorie spätkapitalistischer Gesellschaften.

Wie der titelgebende Hashtag verdeutlicht, bezieht sich die Ausstellung mit dem Adjektiv *cute* (übersetzt mit ›süß‹, ›niedlich‹ oder ›putzig‹ – die Begriffe werden in diesem Text weitestgehend synonym verwendet) zudem auf eine ästhetische Kategorie, in der ein recht standardisiertes Formenrepertoire (u.a. Flausch, Kindchenschema, Blobform) in Wechselwirkung mit einer bestimmten ästhetischen Erfahrung steht. Die ambivalenten Gefühle, die mit dieser Erfahrung des Süßen einhergehen können, stehen ganz im Mittelpunkt des Vermittlungskonzeptes der von Katja Gunkel, Jana Müller,

Birgit Richard, Niklas von Reischach und Harry Wolff kuratierten Ausstellung, die im Rahmen des von der Volkswagenstiftung geförderten interdisziplinären Verbundprojekts *Gegenwartsästhetik – Kategorien für eine Kunst und Natur in der Entfremdung* stattfand.¹ In unterschiedlichen paradigmatischen Gebieten des Süßen, die an späterer Stelle noch vertieft werden, konnten die Ausstellungsbesucher*innen hier die Kippmomenten der Kategorie teilweise am eigenen Leib erfahren.

You're so cute I just can't handle it!

Eine gelungene Einführung leistete eine Arbeit der Künstlerin Rachel Maclean, die in Form eines kurzen unterhaltsamen Tutorials, das sonst eher von prädestinierten Spielwiesen niedlicher Symbolik wie YouTube bekannt ist, die starke Affizierung durch einen *cuteness overload* thematisiert. Die im Video zu sehende »lecture on the affects of cuteness« (Maclean o.J.), die von einer »academic Care Bear like creature« namens *Dr Cute* gehalten wird, läuft aus dem Ruder, als das Demonstrationsobjekt der Vorlesung, ein fluffiger Teddybär, zum Opfer einer brutalen Gewaltorgie wird. Denn trotz anfänglicher Verzückerung wird dem akademischen Glücksbärchi, hier dargestellt als ein leicht merkwürdiger Hybrid aus Mensch und Bär, die überbordende Niedlichkeit des Kuschtieres bald einfach *too much*; nach anfänglichen Streicheleinheiten wird der Teddy genussvoll in Stücke gerissen. Maclean bezieht sich in *Dr Cute* auf eine Konsumdynamik, die laut Sianne Ngai – gelinde gesagt – gemischte Gefühle hervorruft, wenn niedliche Produkte etwa nicht nur zur Distanzminimierung, sondern sogar zu übergriffigem Verhalten anstiften können. Haptische Eigenschaften und oftmals auch ein bewusst gewähltes mitleiderregendes oder versehrtes Äußeres verleiten laut Ngai im Zuge einer »erotisation of powerlessness« (Ngai 2012: 3) nicht selten zum Verformen, in krassen Fällen sogar zum Einverleiben (in der Werbung für niedliche Produkte oft auch ganz wörtlich durch Aufforderungen wie *squeeze me!* Oder *eat me!*). Eine stark schematisierte, oft hyperartifizielle Konsumästhetik wirft die Konsument*innen – und augenscheinlich auch *Dr Cute* – paradoxerweise auf archaische Triebe (und damit auf die eigene Biologie) zurück und hat außerdem das Potenzial, Dominanzhierarchien zu invertieren: Wenn kühlen Erwachsenenlippen beim Anblick des Süßen verzückter *baby talk* entlockt wird, kann die mimikryhafte Annäherung durchaus als Akt einer Selbsterniedrigung gelesen werden (vgl. Harris 2000: 8). In einer solchen, von Macht- und Libidodynamiken geprägten Erfahrung, kann ein *care*-Reflex in Aggressionen umschlagen; eine Ambivalenz, die sich in der ästhetischen Wertung *niedlich* äußert, in der nicht selten erst die spezifische Tonalität der Äußerung erkennen lässt, ob das Bezeichnete gerade überhaupt auf- oder abgewertet – und damit regelrecht *erniedrigt* – werden soll.

1 Als Mitarbeiterin des Verbundprojekts war ich gemeinsam mit Birgit Richard und Niklas von Reischach als Herausgeberin an dem Katalog zur Ausstellung beteiligt. Neben dieser Publikation liefert besonders eine umfangreiche Monografie von Katja Gunkel, Jana Müller und Birgit Richard aus dem Kurator*innenteam einen detaillierten Überblick über den aktuellen Status quo der *cuteness*-Forschung und regt dazu an, sich weiterführend mit dem Niedlichen vertraut zu machen. (Reischach/Richard/Zipfel 2020; Richard/Gunkel/Müller 2020).



Abb. 2.: Ausstellungsansicht #cute. *Inseln der Glückseligkeit?* Rachel Maclean, 2019 © NRW-Forum 2020, Foto Katja Illner.

Ngais und Harris' komplexe Überlegungen zur niedlichen Warenform gehen hier weit über die Manipulationsvorwürfe der Kulturindustriethese der Frankfurter Schule hinaus; nicht zuletzt, da dem informierten *mindset* der Gegenwart bewusst sein dürfte, dass niedliche Heilsversprechen – darauf deutet auch das Fragezeichen im arkadisch anmutenden Untertitel der Ausstellung hin – im Spätkapitalismus nicht ungebrochen zu haben sind. Die *Inseln der Glückseligkeit*, die in Zeiten der sozialen Distanznahme zunehmend im Digitalen angesiedelt sind, beziehen sich in der Ausstellung nämlich auf zentrale Topoi des Süßen, wie Geborgenheit, Intimität und Infantilität, die nicht nur unrealistisch erscheinen, sondern oftmals mit problematischen Projektionen weiblicher Unschuld und Reinheit verbunden sind. Ein besonderer ästhetischer Reiz liegt daher in Kippmomenten der Kategorie des Süßen zum Unheimlichen, Obskuren oder Fetischhaften, die in der Ausstellung nicht nur an prädestinierten Vertreter*innen des Süßen nachvollziehbar gemacht werden. So rücken neben naheliegenden Themenbereichen wie Adoleszenz oder *animal cuteness* etwa Formen der *machine cuteness* (vgl. Gn 2017) oder entsprechender subkulturelle Stilgemeinschaften in den Fokus, während eine Klimastation die Repräsentation der ›kleinen‹ Kategorie im Kontext des gegenwärtig ›großen‹ Problemfelds Anthropozän untersucht. Als zentraler Nist- und Umschlagplatz des Niedlichen erfahren außerdem die »Affektmaschine« (Reckwitz 2017: 234) Internet und ihre Vermittlungsformate, allen voran Bildplattformen wie Instagram, auf der #cute derzeit mehr als 620 Millionen posts zielt, besondere Betrachtung. So illustrieren etwa zahlreiche Abbildungen von *petfluencern* (in der Ausstellung als Wandtapete und Quartettspiel präsentiert), eine digitale Indienstnahme des Tieres. Die Kuratorin Birgit Richard prägte für diese besondere Form der Knechtschaft, die nicht nur in den eigenen vier Wänden stattfindet, sondern die Tiere einer breiten Öffentlichkeit zuführt, den Begriff des »Animal Ego« (Richard et al. 2010: 62). *Petfluencer* dienen demnach jedoch nicht nur zu reinen Entertainmentzwecken, sondern vor allem der menschlichen Selbststilisierung im Kontext eines durchkuratierten Lebensstils.

Cute, cuter, the cutest?!

Laut Sianne Ngai kann für das gebeutelte Subjekt des Spätkapitalismus wiederum der Konsum des niedlichen Contents auf der Arbeit, etwa im Kontext postfordistischer Coworkingspaces, eine geradezu kompensatorische Funktion übernehmen. Dieser Konsumtionsakt wird von Ngai allerdings nicht nur mit *selfcare*, sondern auch mit Pornografie in Verbindung gebracht, wenn auf die getriggerten »Aaaaawws« und »Oooowwws« unter Umständen ein Schamgefühl folgt – nicht zuletzt über die ›cheapness‹ der eigenen ästhetischen Erfahrung: zu billig, zu abgedroschen war es doch, sich von dem süßen Katzenbaby-GIF hinreißen zu lassen. Ein Großteil der in #cute gezeigten Exponate verweigert daher eine kathartische Erfahrung. So etwa auch SHIVER des Künstlerinnenkollektivs NEOZOOM. Die mediale Form einer beschleunigten GIF-Animation korrespondiert hier auf interessante Weise mit der abgebildeten Szene aus einem Hundesalon, wenn die erniedrigende Herrichtung eines Pudels auf Dauer gestellt wird. Eine ähnlich unbehagliche Zeitlosigkeit vermittelt eine vom Künstler*innenkollektiv Die Unheimlichen eigens für die Ausstellung entworfene Arbeit, die mit dem Portmanteau *Deadfluencer* überschrieben ist. Die Porträts von Jiffyporn, Grumpy Cat, Mr. Pokee und Lil Bub wurden hier in einem Hologrammwürfel verewigt, der den zeitlessly extrem erfolgreichen und bereits verschiedenen *petfluencern* auch außerhalb des digitalen Äthers (der bekanntlich nie vergisst) ein Denkmal setzen soll. Neben einer Reflexion über das Spannungsfeld von Erinnerungskultur und der Schnellebigkeit des Internets wird auf die inhärent morbide Qualität der tierischen Zurschaustellung Bezug genommen. Postmortale Zurichtungen werden in der Ausstellung durch groteske taxidermische Experimente reflektiert. Eine Art Wolpertinger aus Bambi-Stofftier und Chihuahua des Künstlerduos Les Deux Garçons dürfte, wie Jana Müller im Ausstellungskatalog schreibt, den Besucher*innen weniger ein emphatisches »awww...« als vielmehr ein angewidertes »ew!« entlocken (Müller 2020; Hervorhebung im Orig.). Obwohl das *Bambirette* eigentlich bereits qua Namen auf den Effekt einer Niedlichkeitsverdopplung ausgelegt ist, weist sich Niedlichkeit hier als nicht skalierbar aus. Denn hätte man Bambi und Hündchen separat – und letzteres vor allem *ante mortem* – gegebenenfalls gerne (etwas zu lang und zu fest) gedrückt, hält man hier doch lieber Abstand.



Abb. 3.: Ausstellungsansicht #cute. *Inseln der Glückseligkeit?* Les Deux Garçons, *Bambirette*, 2016, Jeski Gallery Amsterdam
© NRW-Forum 2020, Foto Katja Illner.

Weiterführende Gedanken über die Steigerungsfähigkeit des Niedlichen regt eine mit dem Suchbefehl *One of them is a human* betitelte Portraitserie von Maja Tammi an, in der ein Mensch von drei humanoiden Robotern unterschieden werden soll. Der Robotiker Masahiro Mori bezeichnete den Effekt, der sich auch hier bei der Betrachtung einstellt, als *uncanny valley* (vgl. Mori 2012 [1970]), eine produktionsseitig angelegte Anthropomorphisierung, die plötzlich ins Unheimliche umschlägt. In seinem Essay über *Das Unheimliche* von 1909 leitete Freud ein latentes Unbehagen aus einer erfahrenen Minimaldifferenz ab, wenn »eine intellektuelle Unsicherheit geweckt wird, ob etwas belebt oder leblos sei, und wenn das Leblose die Ähnlichkeit mit dem Lebenden zu weit treibt« (Freud 1989 [1919]: 256). In süßen Objekten ist eine Vermenschlichungsstrategie oftmals mitangelegt, um Empathie bei der Betrachtung zu steigern und menschliche Berührungsängste angesichts kühler Technologie oder künstlicher Intelligenz abzubauen. Dem Abstieg ins *uncanny valley* entgeht ein niedliches Produktdesign oftmals, indem nur positiv rezipierbare menschliche und tierliche Aspekte forciert werden; in *#cute* wird dies etwa an einem Fuhrpark bestehend aus bunten *smart toys* beobachtbar.

Die Ausstellung bedient hier weniger psychologisierende Allgemeinplätzen einer menschlichen Urangst vor der Ersetzbarkeit durch Technologie, sondern rückt vielmehr die teils paradoxen Effekte der ästhetischen Verfahrensweisen von *cuteness* in den Fokus. Dass gerade die dunklen Seiten des Süßen ein Subversionspotenzial bereithalten, demonstriert dabei ein breiter Fundus an Exponaten aus dem Jugendkulturarchiv Frankfurt.

Süßer Albtraum

Ganz nach dem Diktum »Was derart konkret codiert ist, mit dessen ›Spielregeln‹ kann umso einfacher gebrochen werden« (Richard/Gunkel/Müller 2020: 166) machen Objekte unterschiedlicher subkultureller Stilgemeinschaften Kippmomente des Niedlichen ästhetisch produktiv: Emoschleifchen, die Totenköpfe zieren, oder Memes, in denen das sonst sehr auf Ernsthaftigkeit und archaische Männlichkeit bedachte Genre Black Metal cutifiziert wird, zeugen von einem informierten Umgang mit süßen Codierungen, die Bereiche kolonisieren, die nicht auf den ersten Blick mit der Kategorie *cute* assoziiert werden. Fankulturen wie Cosplay oder Dark Kawaii² repräsentieren zudem häufig eine Genderkomponente, die weibliche *cuteness* in der Unschärfe zwischen anziehend und abstoßend verharren lässt. Die spezifischen Styles sind in aktueller Pop-Musik nachzuvollziehen, etwa in der von Jazmin Bean oder Melanie Martinez, in der das oftmals weiblich konnotierte Süße in einem explizit nicht naiven Modus performt wird. Die pastellfarbenen Videos der 1990 geborenen Melanie Martinez – die optisch mit der Ausstellungsarchitektur von Michel Müller und Nikolaus Hirsch, in der sich zart die Dachschrägen eines Mädchenzimmers andeuten, harmonisieren – entpuppen sich nämlich recht schnell als Verweishölle einer *creepy cuteness*.

2 In dem japanischen Kulturraum, in der die Niedlichkeitsästhetik eine historisch über mehrere Jahrhunderte zurückreichende Tradition hat, repräsentiert der niedliche Sprachgebrauch ebenfalls ein Kippmoment: Während *kawaii* mit »süß« oder »niedlich« übersetzt wird, verweist das nahezu homophone *kowai* auf »Gruseliges« und »Schreckliches«.

Im Video zum Song *Pity Party* (2015) wird ein von antikem Spielzeug bevölkertes Refugium, das zwischen viktorianischer Puppenstube und 1950er-Jahre-Mittelschichts-Suburb angesiedelt ist, durch die Protagonistin in einem ›hysterischen‹ Akt der Brandstiftung zum Schmelzen gebracht. Das misogyne und längst nicht mehr zeitgenössische Krankheitsbild der Hysterie, mit dem an dieser Stelle gespielt wird, äußert sich zuvor in extremen Wutausbrüchen und dem obsessiven *stalking* eines Schwarms. Die Kippfigur süß/gewalttätig erhält in diesem Kontext nicht nur einen zusätzlichen Schatten, sondern wird im Modus eines popästhetischen Spektakels präsentiert: Unter Rückgriff auf Tropen klassischer Schauerromantik und jüngere Blockbuster des Horrorgenres weicht in *Pity Party* subtile Unheimlichkeit – die bei Freud ganz wörtlich mit der häuslichen Sphäre verbunden ist, wenn das Bekannte, Familiäre plötzlich *unheimelig* wird – einer recht expliziten Drastik. Weitere Denaturalisierungseffekte werden in dieser weiblichen *Revenge*-Fantasie durch Hyperbolik und ironische Überzeichnung erzielt. Der Angriff auf den Kitschkosmos inklusive süßer Backwaren, die zuvor für den Schwarm aufwendig hergestellt wurden, richtet sich dabei – im übertragenen Sinne – auch an eine dem Süßen verwandte, historische Kategorie, die selbst auf die Geschichte eines problematischen Genderings zurückblickt: So werden in den Theoretisierungen des süßen Kitsches, der im Sinne von Pazaurek die Geschmacksnerven nachhaltig irritieren kann, sentimentale Wirkweisen und Weiblichkeit oftmals zusammengedacht. Auch Ludwig Giesz' *Phänomenologie des Kitsches* von 1971 offenbart sich als recht misogyner Ansatz, wenn das Verhalten des »Kitschmenschen« mit einer »fast lasziven Lässigkeit« einhergeht, die sich nicht nur »am verschleierte[n], umflorte[n] Blick« und der »süßliche[n] Nachgiebigkeit« (Giesz 1971: 41) der Frauenzimmer, sondern auch an dem schlaffen Händedruck effeminiertes Kollegen ablesen lasse. Die Kritik der Kitschfeinde am Süßen zielt letztendlich auf eine weiblich assoziierte »Klebrigkeit«³ (ebd.) einer Kunsterfahrung ab, die – ähnlich wie *cuteness* nach Ngai – keine Distanz zu einem Werk zulässt und somit in starkem Kontrast zu einer Kunstauffassung im Verständnis klassischer Autonomieästhetik steht. In der *kinky* Märchenwelt von Melanie Martinez spielt die Angst vor der Trivialisierung einer Kunst, »die zugänglich, aber auch zudringlich geworden ist« (Liessmann 2010: 55), keine Rolle. Vielmehr fungieren Gothic-Lolita-Look sowie doppelt codierte Torten oder Lollis als Marker des Populären, deren Überbietungslogik mit Jochen Venus durch kulinarische Geschmacksbegriffe wie »[d]as Scharfe, Salzige, Süße, Bittere« erfasst wird (vgl. Venus 2013: 67). Sie machen in diesem Kontext Sexualität als Latenz des Süßen sichtbar. Im Zuge einer sex-positiven Aneignung des Süßen, die überkommene Geschlechterklischees in einem informierten Modus – und mit süßen Mitteln – unterwandert, werden dabei die Machtdynamiken der Zuschreibung niedlich offengelegt. Denn die Kategorie weist, ähnlich wie »süß«, bereits wortgeschichtlich eine nicht besonders unschuldige Nähe zur

3 Während diese Ausführungen vor der Folie ihres jeweiligen Zeitgeistes gelesen werden müssen, deutet eine Kategorie wie *tacky* auf die Kontinuität der misogynen Verbindung von Klebrig- und Weiblichkeit in ästhetischen Wertungen der Gegenwart hin. Wie Jo Weldon in einer Kulturgeschichte des Leopardemusters darlegt, bezeichnet *tacky* ursprünglich a »Southern US-american colloquialism used in the early nineteenth century to refer to a small or inexpensive horse« (Weldon 2018: 150) und avanciert ab den 1970er Jahren zur Bezeichnungskategorie von weiblichem *bad taste*.

Kulinarik auf: Bevor das Adjektiv Kleines und Zierliches umschreibt, wird es im Niederdeutschen synonym zu ›appetitlich‹ benutzt und ist hier mit einem lustbesetzten (ganz und gar nicht passiven) Verlangen verbunden (vgl. Pfeifer et al. 1993). Und auch in seinem heutigen Alltagsgebrauch ist – wie oben bereits angedeutet wurde – in der Attribuierung der Akt einer Erniedrigung quasi mit angelegt. In krasser Form äußert sich diese Dynamik im *catcalling*, einem sexualisierten Sprechakt im Gewand des Kosenamens, der seine gewaltförmige Dimension gegenüber Frauen vor allem im öffentlichen Raum entfaltet.⁴

Dass eine Aneignung niedlicher Symbolik auch eine ganz andere politische Agenda verfolgen kann, wird in der Fotoserie *My First Rifle* von An-Sofie Kesteleyn deutlich. Hier sehen wir ein kleines Mädchen in lilafarbenem Kleidchen über eine Wiese schlendern; die rosafarbene Tasche, die lässig über den Unterarm gehängt ist, beinhaltet nicht etwa ein Sportgerät, sondern eine Kleinkaliberwaffe für Kinder der Marke *Crickett Rifle*, die mit dem Claim *My First Rifle* beworben wird. Niedliche – in diesem Kontext – kindlich-weibliche Unschuld kippt in Kesteleyns Fotografie ins Bedrohliche, wenn eine affirmative *cuteness* das ganz und gar nicht kindgerechte Gefahrenpotenzial einer tief im gesellschaftlichen Bewusstsein verankerten Waffenliebe camouffiert, die laut Marvin Baudisch zum Ausdruck eines »absurden Wahnwitzes als auch der vermeintlichen Erziehung zur Selbstverteidigung« wird (Baudisch 2020). Während sich die von Kesteleyn interviewten Kinder (noch) für fiktive Bedrohungen wie Dinosaurier oder Aliens rüsten, wissen wir spätestens seit dem Sturm auf das Capitol in Washington, welche Auswüchse eine solche Missinterpretation der staatlichen Fürsorge annehmen kann, die sich etwa in fehlenden Waffenrestriktionen äußert. Ein ›rechter Kulturkampf‹ wird in der Ausstellung durch Lenn Blaschkes immersive Virtual-Reality-Installation sogar leiblich erfahrbar. In *Candy World* steht keine ›nationale Epidemie‹ im Fokus, die etwa durch das starke Suchtpotenzial des Onlinespiels *Candy Crush Saga* ausgelöst wird. Vielmehr stoßen Besucher*innen des süßen Settings, das mit Donuts und Marshmallow-Wolken das Design des bekannten Computerspiels zitiert, bald auf drollig aussehende Wesen, die sich jedoch nur kurz als *cute* und dann – vor allem durch ihre Hasskommentare – als gewaltbereit zeigen. Blaschke nimmt hier Bezug auf die Praxis des *trolling*, einer harmlos klingenden Bezeichnung für eine Diskriminierungsform innerhalb der Netzkultur, die fatale Auswirkungen auf das *real life* der betroffenen Personen haben kann.

»How to spark joy in troubled times? Und auf wessen Kosten?« (Richard/Gunkel/Müller 2020: 36) ließe sich demnach mit den Verfasserinnen der Monografie zur Ausstellung nicht nur bezüglich belasteter *petfluencer* fragen. Der bittere Beigeschmack des Süßen hält jedenfalls mehr als eine Gegenwartsdiagnose bereit: Als quietschendes Warenversprechen, eskapistische Weltflucht, gesteigertes Grauen oder Subvertierung in unterschiedliche (politische) Richtungen offenbaren sich die Zumutungen und Freiheiten unserer äst/ethischen Gegenwart in den Untiefen der Kategorie. Die Ausstellung illustriert das an einer Fülle an Gegenständen und führt uns vor Augen, dass das Süße längst

4 Inhalte aus diesem Teil über den Zusammenhang von Pop, Gender und Süßem wurden in abgewandelter Form bereits in dem Beitrag für den Ausstellungskatalog, »Unheimlich niedlich?! Creepy-cute Weiblichkeit am Beispiel aktueller Popmusik«, publiziert (s. Zipfel 2020).

in viele unserer Lebensbereiche vorgedrungen ist. Diese invasive Eigenschaft wird noch nach Verlassen des NRW-Forums spürbar, wenn sich bunte Kügelchen aus der interaktiven Skulptur *Collective Feelings Memory* des Künstlers Antoine Catala in Hosen- und Jackentaschen wiederfinden. Das gemeinsame Kneten im *playfoam* ist – wenn auch mit Latexhandschuhen – eine rare Erfahrung in Pandemiezeiten, die außerdem Erinnerungen an gelungene Gemeinschaftsprojekte aus dem Sandkasten weckt. Bei den meisten Besucher*innen dürfte diese, im wahrsten Sinne ›klebrige‹ ASMR⁵-Erfahrung jedenfalls mehr *joy* auslösen als Ekel. Herr Pazaurek würde sich im Grabe umdrehen.

Literatur

- BAUDISCH, Marvin (2020): »An-Sofie Kesteleyn: My First Rifle (2013)«. In: *#cute. Inseln der Glückseligkeit?*, hg. v. Niklas von Reischach/Birgit Richard/Hannah Zipfel, Bielefeld, Berlin: Kerber, 56.
- FREUD, Sigmund (1989 [1919]): »Das Unheimliche«. In: Ders.: *Studienausgabe*, hg. v. Alexander Mitscherlich/James Strachey/Angela Richards, Bd. 4, Frankfurt/Main: Fischer, 243–274.
- GIESZ, Ludwig (1971): *Phänomenologie des Kitsches*, München: W. Fink.
- GN, Joel (2017): »Designing Affection: On the Curious Case of Machine Cuteness«. In: *The Aesthetics and Affects of Cuteness*, hg. v. Joshua Paul Dale et al., New York, Abingdon: Routledge, 175–193.
- HARRIS, Daniel (2000): *Cute, Quaint, Hungry and Romantic. The Aesthetics of Consumerism*, Cambridge/Massachusetts: Da Capo Press.
- LICKHARDT, Maren (2019): »Autonomous Sensory Meridian Response (ASMR). Wellness-Egalisierung und Reiz-Produktion auf YouTube«. In: *POP. Analyse und Kritik* 8: 2, 144–160.
- LIESSMANN, Konrad Paul (2010): *Das Universum der Dinge. Zur Ästhetik des Alltäglichen*, Wien: Zsolnay.
- MACLEAN, Rachel (o.J.): »Cute. Watch Dr Cute!«, <http://www.rachelmacleam.com/too-cute/> (01.05.2021).
- MORI, Masahiro (2012 [1970]): »The Uncanny Valley«. In: *IEEE Robotics & Automation Magazine* 19: 2, 98–100.

5 Das Akronym steht für »Autonomous Sensory Meridian Response« und beschreibt eine sinnliche Erfahrung, in der visuelle und akustische Reize einen von der Kopfhaut ausgehenden, wohligh-kribbeligen Schauer – im Fachjargon als *tingles* bezeichnet – auslösen. Eine direkte taktile Begegnung wie in Catalas Arbeit spielt in der ASMR-Erfahrung meist keine Rolle, vielmehr handelt es sich um ein »genuin semiotisches Phänomen« (Lickhardt 2019: 147), das medial vermittelt und seit etwa 2010 inflationär über Plattformen wie YouTube distribuiert wird. In den Videos, die oftmals ein niedliches Setting abbilden, verstärkt eine spezielle Mikrofonierung die möglichst angenehmen, ›nebensächlichen‹ Geräusche einer ASMR-Performer*in, zum Beispiel intimes Flüstern oder Rascheln. Ob die relativ junge Kulturtechnik, die irgendwo zwischen Sorge- und Sexarbeit angesiedelt ist, tatsächlich die erwünschten ASMRs, also *ASM-responses* auszulösen vermag, kann nur individuell beantwortet werden.

- MÜLLER, Jana (2020): »Les Deux Garçons: Bambirette (2016)«. In: *#cute. Inseln der Glückseligkeit?*, hg. v. Niklas von Reischach/Birgit Richard/Hannah Zipfel, Bielefeld, Berlin: Kerber, 85.
- NGAI, Sianne (2012): *Our Aesthetic Categories. Zany, Cute, Interesting*, Cambridge/Massachusetts, London: Harvard University Press.
- PAZAUREK, Gustav E. (1909): *Geschmacksverirrungen im Kunstgewerbe. Führer für die neue Abteilung im Königlichen Landes-Gewerbe-Museum Stuttgart. Im Auftrag der königlichen Zentralstelle für Gewerbe und Handel ausgearbeitet von Gustav E. Pazaurek*, Stuttgart: Ernst Klett.
- PAZAUREK, Gustav E. (1912): *Guter und schlechter Geschmack im Kunstgewerbe*, Stuttgart, Berlin: Deutsche Verlags-Anstalt.
- PFEIFER, Wolfgang et al. (1993): »Niedlich«. In: *Etymologisches Wörterbuch des Deutschen, digitalisierte und von Wolfgang Pfeifer überarbeitete Version im Digitalen Wörterbuch der deutschen Sprache*, <https://www.dwds.de/wb/etymbw/niedlich> (01.04.2021).
- RECKWITZ, Andreas (2017): *Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne*, Berlin: Suhrkamp.
- RICHARD, Birgit et al. (2010): *Flickernde Jugend – rauschende Bilder. Netzkulturen im Web 2.0*, Frankfurt/Main: Campus.
- RICHARD, Birgit/GUNKEL, Katja/MÜLLER, Jana (2020): *#cute. Eine Ästhetik des Niedlichen zwischen Natur und Kunst*, Frankfurt/Main: Campus.
- VON REISCHACH, Niklas/RICHARD, Birgit/ZIPFEL, Hannah (Hg.) (2020): *#cute. Inseln der Glückseligkeit?*(Ausstellungskatalog), Bielefeld, Berlin: Kerber.
- VENUS, Jochen (2013): »Die Erfahrung des Populären. Perspektiven einer kritischen Phänomenologie«. In: *Performativität und Medialität Populärer Kulturen. Theorien, Ästhetiken, Praktiken*, hg. v. Marcus S. Kleiner/Thomas Wilke, Wiesbaden: Springer, 49–73.
- WELDON, Jo (2018): *Fierce. The History of Leopard Print*, New York: Harper Design.
- ZIPFEL, Hannah (2020): »Unheimlich niedlich?! Creepy-cute Weiblichkeit am Beispiel aktueller Popmusik«. In: *#cute. Inseln der Glückseligkeit?* (Ausstellungskatalog), Bielefeld, Berlin: Kerber.

Abbildungen

- Abb. 1.: Ausstellungsansicht #cute. Inseln der Glückseligkeit? AES+F, 2008 © NRW-Forum 2020, Foto Katja Illner.
- Abb. 2.: Ausstellungsansicht #cute. Inseln der Glückseligkeit? Rachel Maclean, 2019 © NRW-Forum 2020, Foto Katja Illner.
- Abb. 3.: Ausstellungsansicht #cute. Inseln der Glückseligkeit? Les Deux Garçons, Bambirette, 2016, Jeski Gallery Amsterdam © NRW-Forum 2020, Foto Katja Illner.