

A graphic design on a black background. A large, white, cloud-like shape is positioned in the upper right. A bright yellow-green, rounded rectangular shape is centered, containing the text 'mode blicke' in a bold, black, sans-serif font. Three stylized eyes are scattered around the yellow-green shape: one with a pink iris at the top left, one with a yellow-green iris at the bottom right, and one with a blue iris at the bottom left. The eyes are white with black pupils and colored irises.

**mode
blicke**





Die Video-Reihe „Mode Blicke“ ist das Ergebnis des dreisemestrigen
Lehr-Forschungsprojekts „Suchen, Sammeln, Kuratieren“ im interdisziplinären
Masterstudiengang Kulturanalyse und Kulturvermittlung mit kulturanthropologischem
Studienprofil der TU Dortmund.

Technische Universität Dortmund
Institut für Kunst und Materielle Kultur
Seminar für Kulturanthropologie des Textilen

© 2022

moo



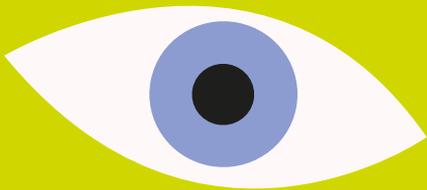
_blicke
_denken
_dinge

06-17

18-21

22-25

die



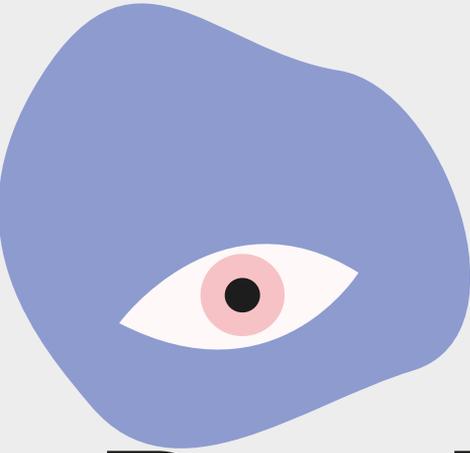
**_medien
_ausstellen
_impressum**

26-29

30-33

34-35

mode

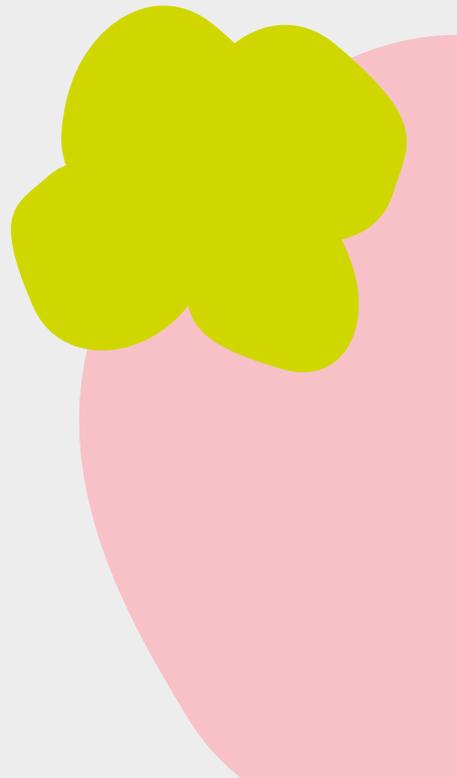


Das Projekt

☉ „Mode Blicke“

Der Ausgangspunkt des Projekts

Das dreisemestrige Projektseminar „Suchen, Sammeln, Kuratieren“ startete in der Covid-Pandemie mit Zoom-Meetings. Wichtige Institutionen wie Museen und Archive, die üblicherweise Orte des Forschens im Masterstudiengang Kulturanalyse und Kulturvermittlung sind, waren geschlossen. So richtete sich der Blick auf die Kultur des Fachs der Kulturanthropologie des Textilen mit dem Ziel, diese in der Öffentlichkeit stärker sichtbar zu machen. Dabei ging es um Fragen wie: „Wer sind die Akteur*innen?“, „Was wird gelehrt und geforscht?“, „Welches Wissen wird produziert?“, „Was zeichnet den Standort Dortmund aus?“ Damit wurde das Terrain der Wissenschaftskommunikation betreten. Die Aufgabe war, eine multimediale Ausstellungsplattform zu entwickeln, die es ermöglicht, die vielfältigen Persönlichkeiten, Dialoge, Forschungen und Projekte des Instituts einem breiten Publikum zu präsentieren.



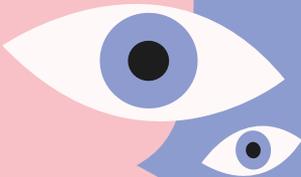
A stylized illustration of a face in shades of blue and purple. The face has large, expressive eyes: one with a yellow-green iris and one with a pink iris. The face is surrounded by large, abstract shapes in yellow-green, pink, and light blue. The text 'mode blicke' is centered in a black, rounded shape.

mode blicke

7

„Sie können in verschiedenen Kontexten integriert, in Blogs, in sozialen Netzwerken geteilt und verlinkt, in Vorlesungen, Seminaren und Ausstellungen als Anschauungsmaterial präsentiert werden.“

∞



Die Vorteile des Films

Neben empirischen Reflexionen fachinterner Publikationen, Debatten und Umfragen, wurden bei den Überlegungen, welches Medium als Präsentationsplattform gewählt werden sollte, auch Medien und Marktanalysen hinzugezogen. Auf Grundlage von quantitativen und qualitativen Studien ließ sich feststellen, dass die Mehrheit der jungen Erwachsenen YouTube-Videos als zentrales Informationsmedium wählt. Dies sprach für die Produktion einer Video-Reihe. Der Vorteil des Films liegt zum einen in seiner Eigenschaft Personen, Prozesse und die materielle Kultur multisensuell aus

verschiedenen Perspektiven sichtbar zu machen. Ein weiterer Vorteil speziell von YouTube-Videos besteht in ihrer Möglichkeit der Verknüpfbarkeit. Sie können in verschiedenen Kontexten integriert, in Bewegung versetzt, in sozialen Netzwerken geteilt und verlinkt, in Vorlesungen, Seminaren und Ausstellungen als Anschauungsmaterial präsentiert werden.

Nicht zuletzt können die Studierenden in den Videoproduktionen ihre Kenntnisse im Bereich multimedialer Präsentationsform erweitern und kreativ eigene Formate entwickeln.



**ene
ewegung versetzt,
geteilt
gen,
ingen als Anschau-
t werden.“**

Das Konzept



Das Projekt heißt „Mode Blicke“. Mit diesem Titel wird die prismatische Perspektive auf das Thema Mode zum Ausdruck gebracht. Gegliedert werden die Video-Clips in folgende Rubriken: „Mode Denken“, „Mode Dinge“, „Mode Ausstellen“ und „Mode Medien“. Unter diese Aspekte lassen sich diverse Studien und Projekte subsumieren, die an der Kulturanthropologie des Textilen der TU Dortmund entstehen. Für jeweils eine dieser Kategorien ist eine Person aus dem Produktionsteam als Drehbuchschreiberin, Redakteurin und Moderatorin verantwortlich. Insgesamt erweisen sich jedoch alle Video-Clips als Ergebnisse der Teamarbeit. Mit den Videos werden unterschiedliche Akzente gesetzt und die Kulturanthropolo-

gie des Textilen als intermediale Netztextur vorgestellt. Die Clips setzen unterhaltsame Spotlights auf einzelne Forschungsthemen und Methoden, enthalten Verweise auf Quellen, andere Medien wie Bücher, Fotografien und Filme und auch auf Kolleg*innen aus Nachbardisziplinen. Diese Referenzialität entspricht nicht nur dem multimodalen und multidisziplinären Zugang des Fachs, sondern auch der Medienlogik der Verlinkung von YouTube, anderen Sozialen Medien und dem gesamten Internet. Wie ein wissenschaftlicher Text eine ästhetische Konstruktion darstellt, erscheinen auch die Videos als Montagen und Bricolagen, die variierende Zugriffe, Schwerpunkte und Kontexte in Szene setzen.

**Gegliedert werden die Video-Clips
in folgende Rubriken:
„Mode Denken“, „Mode Dinge“,
„Mode Ausstellen“ und
„Mode Medien“.**



11



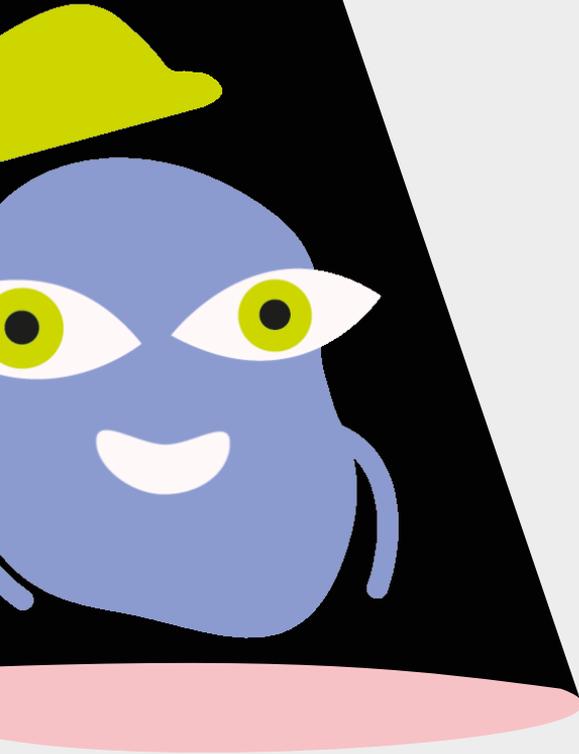


Das Genre Video

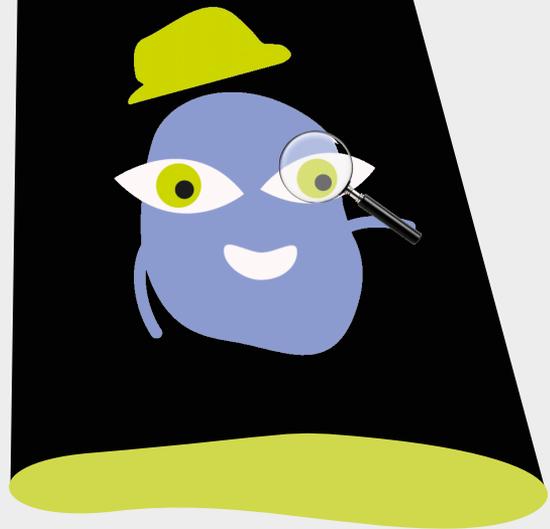
Grundlage für die Produktion der Clips sind diverse Bedingungen der Wissenschaftskommunikation und der Algorithmizität von YouTube. Das Projektseminar stellte sich der Herausforderung, ein Videogenre für die Kulturanthropologie des Textilen zu entwerfen, das als Hybridform Elemente des Vloggings und Infotainments, des Dokumentationsclips und des How-to-Videos sowie des ethnografischen Films enthält. Denn die Videos sollen einer breiten Öffentlichkeit einen niederschweligen Zugang bieten. Eines der wichtigsten Merkmale aktueller Vlogging-Formate ist die persönliche Ansprache mit dem Zeigen der Gesichter von einzelnen Persönlichkeiten. Sie steht auch im Zentrum der „Mode Blicke“. Die Zuschauer*innen werden direkt adressiert und in ein Thema eingeführt. Jede Moderatorin präsentiert eigene Projekte aber auch Arbeiten von ande-

ren Student*innen und Kolleg*innen, stellt Fragen und führt Interviews. Unterstützt wird sie dabei vom Dress-Detective, einer Animationsfigur, die in jedem Clip auftaucht. Der Dress-Detective kommentiert, streicht Begriffe heraus, blendet Namen und Literaturtipps ein. Häufig wird das Gesprochene durch Texte, Grafiken, Bilder und Sounds unterstützt. Da heute die durchschnittliche Einstellungslänge einer Filmsequenz bei 2

Dress-Detective



bis maximal 9 Sekunden liegt, zeichnen sich die 10- bis 15-minütigen Clips durch dynamische Cuts aus, die in der Regel nach 3 bis 5 Sekunden erfolgen. Während einige der Videos die Multiperspektivität der Dinge und Räume oder sich unterhaltende Personen in den Vordergrund stellen, werden in anderen Clips stärker Konzepte mit Illustrationen und Animationen in den Fokus gerückt.





Das Farb- und Formkonzept des Projekts

Die grafische Gestaltung greift das Prinzip der Multiperspektivität der „Mode Blicke“ auf. Jeder Kategorie wird eine Farbe zugewiesen: „Mode Denken“ – Schwarz, „Mode Dinge“ – Hellblau, „Mode Medien“ – Rosa, „Mode Ausstellen“ – Neongrün. Diese Töne fungieren als Corporate-Farben des Projekts und finden sich nicht nur in den Videos wieder, sondern auch auf dem Instagram-Account @mode.blicke, dem Youtube Kanal YouTube/ModeBlicke und auf der Homepage modeblicke.de. Charakteristisch für die Formensprache der Videos sind zum einen runde Muster. Sie verdeutlichen, dass es sich bei den Kategorien nicht um starre

Grenzziehungen handelt. Vielmehr vermitteln die fließend wirkenden Farbkreise das Fluide von Kultur sowie das potentiell Weiche von Textilien. Auch die Animation des Dress-Detectives tritt als rundlich-softeste Gestalt mit Hut und Lupe auf. Zum anderen zeichnen sich einige Grafiken durch scharfe Kanten und Linien aus. Sie stehen für das Prinzip des Schneidens, das sowohl die Produktion von Kleidung als auch von Videos auszeichnet. Als typische Merkmale erscheinen zudem wiederholt hellblaue, rosa und neongrüne Augen, die verschiedene Kameraeinstellungen und Blickrichtungen symbolisieren.

**mode
medien**



**de
cke**



**mode
denken**

**mode
ausstellen**

15

mode



16

Die Rolle der Akteur*innen

Während der Herstellung der Videos wurde auch die Rolle, die die Projektteilnehmerinnen selbst in den Clips einnehmen, reflektiert. Dabei verdeutlichte sich, dass die Akteur*innen mit dem Entwurf eines Hybridgenres auch eine Hybridposition als Repräsentant*innen der Uni und als Performer*innen der Öffentlichkeitsarbeit verkörpern. Wenn sie sich nicht nur hinter, sondern auch vor die Kamera stellen, machen sie sich potentiell angreifbar. Denn diese Position verortet sich in einem Dazwischen eines Spannungsfeldes der Dichotomien. So stellten sich die Produktionen der Herausforderung des Balancierens zwischen den Polen von wissenschaftlicher Komplexität und der Gefahr des Populismus, zwischen Professionalität und Dilettantismus, zwischen forschungsimmanenter Differenziertheit und der Akzeptanz von Simplifizierungen. Vor diesem Hintergrund erweisen sich die Clips als Kompromisse und Ergebnisse eines

Austarierens. Als kleine Gruppe lernten die Akteurinnen des Projekts den Umgang mit neuen Techniken und Präsentationsformen kennen, experimentierten mit Kameraeinstellungen, Lichtverhältnissen und Mikrofonen. Dazu kommt, dass das Team immer wieder von Ausfällen und Improvisationen überrascht wurde. Das spontane Sich-Aneignen von neuen Aufgaben und Geräten zählt zum zentralen Entwicklungsprozess des Projektes, der in den Videos zum Ausdruck kommen darf und mit einer DIY-Ästhetik des Collagierten betont wird.



18 Mode Denken

In der Kulturanthropologie des Textilen ist die materielle Kultur der Dreh- und Angelpunkt der Forschung. Die Aufmerksamkeit richtet sich auf die Beziehungen zwischen Menschen und Dingen wie z.B. Kleidung, Kosmetik, Accessoires usw.. Für die soziokulturellen Deutungen und Kontextualisierungen dieser Beziehungen sind Modetheorien zentral. In der Rubrik „Mode Denken“ werden einzelne theoretische Konzepte vorgestellt. Es gibt Einblicke darüber wie Moden in der Vergangenheit gedacht

und beschrieben worden sind, wie sie heute begriffen werden, und nicht zuletzt welche Macht- und Wissensdiskurse dabei verwoben sind. Die Videos zeigen Narrative und Zuschreibungen, die in den Rezeptionen von Moden und in unseren alltäglichen Mode-Handlungen eine Rolle spielen. Während in den anderen Clips Kleidungsstücke, Räume oder Medien im Fokus stehen, rücken in dieser Rubrik stärker Texte und Begriffe ins Zentrum.



mode

Mode und Tod

20



„Wie und warum wird Mode oft mit dem Tod in Verbindung gebracht?“

21

In diesem Zusammenhang werden auch einzelne Publikationen vorgestellt, die im Institut entstanden sind. So geht es in einem Clip um die Vorstellung von der Mode als Silhouettenwandel. Dabei gibt Jasmin Assadsolimani Auskunft über das analytische Potential der Form. In einem anderen Beitrag geht es um die Frage, wie die Sozialfigur des Hipsters in Beschreibungen von bestimmten Trends auftaucht. Oder im Video zum Thema „Mode und Tod“ wird gezeigt, dass die Mode oft mit Endlichkeit in Verbindung gebracht wird. In einem Gespräch mit Adrian Ruda werden zentrale Modetheorien von Georg Simmel und Walter Benjamin erläutert und die Motive Tod, Vergänglichkeit und Mode umkreist.

mode

Mode Dinge

In der Rubrik „Mode Dinge“ werden einzelne Kleidungsstücke unter die Lupe genommen, die als sogenannte Klassiker der Mode gelten. Dazu zählen die schwarze Lederjacke, der Trenchcoat oder die Jeans. Jedes Video startet in ironischer Anspielung auf die Körperinszenierungen der Künstlerin Vanessa Beecroft mit einer Performance, in der das thematisierte Kleidungsstück von einer Gruppe vorgeführt wird. Ein wichtiger Aspekt dieser Eingangsszenarie ist, dass dabei das Kleidungsstück in variierenden

Ausführungen an unterschiedlichen Körpern im Prozess der Tragepraktik und in Bewegung gezeigt wird. Im Zentrum der „Mode Dinge“-Videos steht die Methode der Dinganalyse, die Annäherung an die Materialität der Moden und Textilien und die dreidimensionale Betrachtung der Objekte.

22



Lederjacke



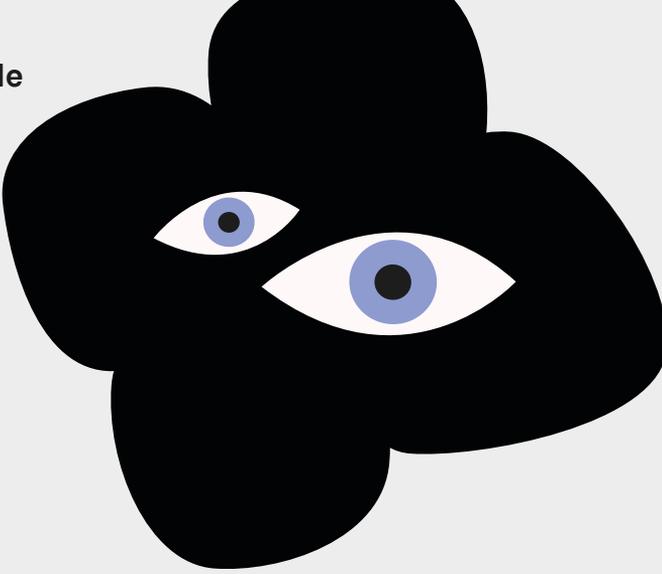
Trenchcoat



Jeans

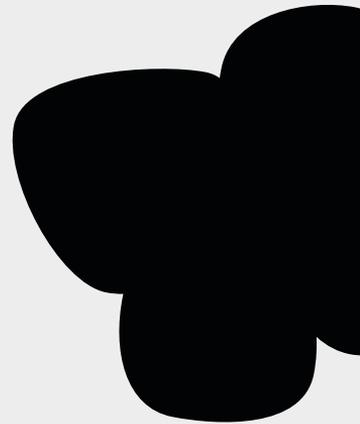


mode



24

Aus unterschiedlichen Perspektiven werden die Kleidungsstücke gefilmt. Die bewegliche Kamera lenkt den Blick - wie das Auge des Forschenden - in kreisenden Bewegungen über die Textilien. Sie nimmt einerseits aus einer distanzierten Positionierung Schnitte und Silhouetten in Augenschein, nähert sich andererseits aber auch zoomend Fasern und Texturen an, macht Details, Trage- und Gebrauchsspuren multisensuell deutlich, die in geschriebenen Texten nur partiell ausgedrückt werden können. Zugleich zeigen die Videos Produktionsbedingungen der Textilien und Geschichten der Kleidungsstücke, verschiedene historische Kontextualisierungen sowie biografische und kulturelle Interpretationen, Genderkonzepte, unterschiedliche Beziehungen zu Popkulturen, Trends und Umweltproblematiken. Die Clips werden im Rahmen einer Ausstellung zum Thema „Coolness“ im LWL-Industriemuseum in Bocholt sowie im Textil- und Industriemuseum in Augsburg präsentiert.



Fasern & Texturen



Schnitte & Silhouetten

mode

Mode Medien



26



Bilderforschung

In den Videos dieser Kategorie wird der Schwerpunkt auf die Verbindung von Mode mit Medien wie Modemagazinen oder Modefotografien gelegt. Wie, wo und wann wurden und werden Moden produziert, medialisert, inszeniert und rezipiert? Verschiedene Medien werden hier als Elemente von Mode-Handlungen, Performanzen und Kommunikationsprozessen reflektiert. Der thematische Bogen spannt sich von Modeillustrationen des 19. Jahrhunderts über

Fotografien des 20. Jahrhunderts bis hin zu Bildern in Sozialen Netzwerken des 21. Jahrhunderts. Dabei stehen nicht nur diverse mediale Inszenierungsformen im Vordergrund, sondern es geht auch um die Frage, wie diese in der Kulturanthropologie des Textilen wissenschaftlich analysiert werden können, welches Wissen sie vermitteln und welche Informationen verborgen bleiben.

mode



28



Interviews

Zeitschriften

Fotografien

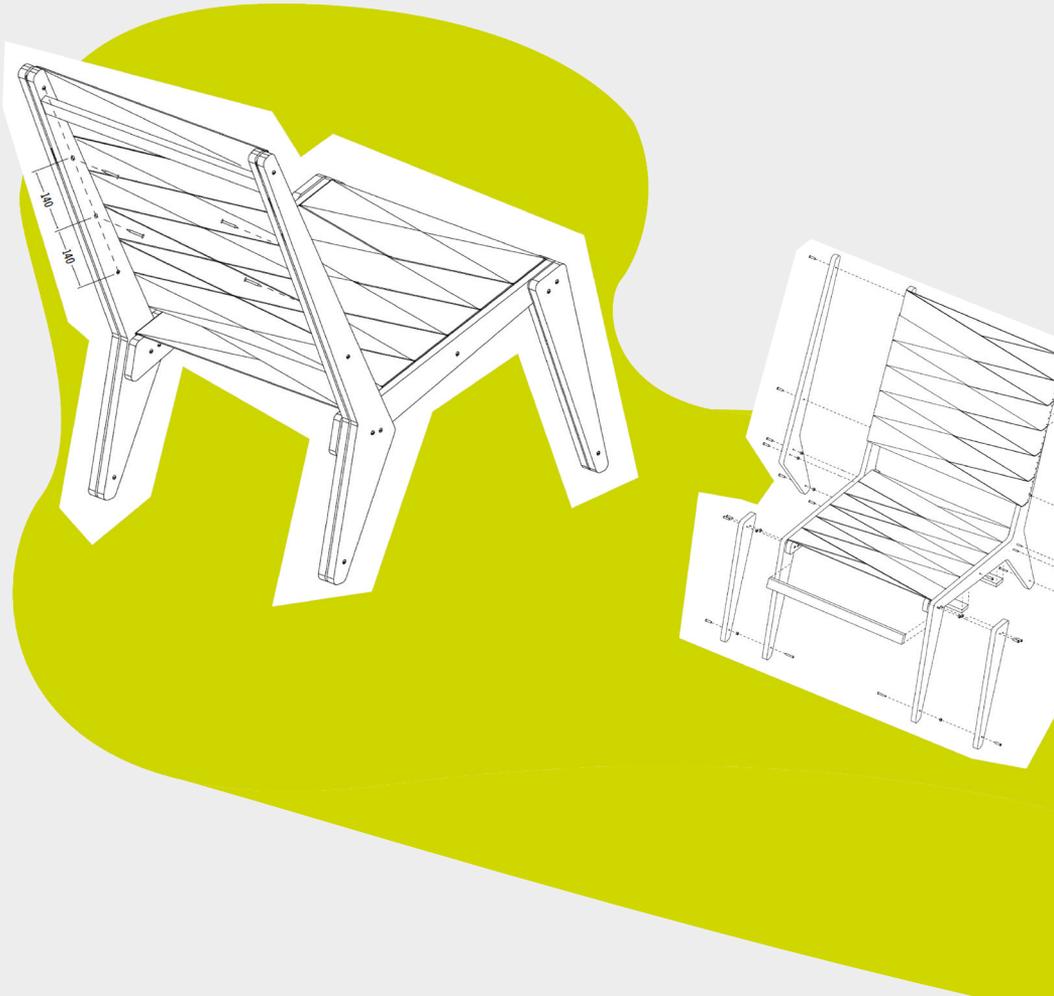
29

In Interviews stellen einzelne Forscher*innen wie Nathalie Dimic, Michaela Haibl, Dagmar Venohr und Diana Weis ihre Arbeiten vor, die von der Analyse von Modemagazinen, Schmuck, Kleidung oder Kosmetik auf Bildern bis hin zu Biografien von Fotografinnen reichen. Die Expert*innen geben Auskunft darüber, welche Methoden sie bei ihren Untersuchungen anwenden, wie sie Dokumente recherchieren, Konvolute, Zeitschriften und Fotografien als Quellen bewerten und welche Erkenntnisse sich daraus gewinnen lassen.

Im Fokus dieser Rubrik stehen Mode-Ausstellungen, Ausstellungsmoden und das Beziehungsgeflecht zwischen Raum – Ausstellung – Exponat und Betrachtenden. Die einzelnen Video-Beiträge geben Einblicke in Arbeiten des Seminars für Kunst und materielle Kultur in Dortmund und seine Kooperationen mit Museen. Ein Ziel ist, die zeitlich begrenzten Ausstellungsprojekte filmisch zu "fixieren". Neben der Objektanalyse, die filmisch im Sinne kreisender Deutungsbewegungen von Kamerabewegungen

ausgedrückt wird, findet auch die Methode des qualitativen Interviews Eingang in die Videos, um multiple Perspektiven auf das Berufsfeld Museum aufzuzeigen und divergierende Möglichkeiten und Facetten der Kulturanthropologie im musealen Kontext zu verdeutlichen.

Es wird gezeigt, welche Forschungsprozesse bei der Konzeption von Ausstellungen eine Rolle spielen, welche kulturwissenschaftlichen Überlegungen und methodischen Zugriffe herangezogen werden. Dabei kommen



Expert*innen wie Jan Watzlawik als Kurator der Ausstellung „DER MUSEUMSTRAUM. EINE DORTMUNDER NACHKRIEGSGESCHICHTE“ zu Wort. Er spricht über Themengebiete wie die Objektanalyse im Zusammenspiel von Ausstellungenskonzeptionen sowie über textile Exponate und ihre Herausforderungen an den musealen Raum.



31

Mode Ausstellen

Mode Ausste

32



llen



33

Außerdem gibt Jens Stöcker, Direktor des Museum Für Kunst und Kulturgeschichte in Dortmund (MKK), Auskunft über verschiedene Anforderungen, die von Ausstellungsarchitekturen ausgehen können. Die räumlichen Atmosphären des MKK stehen vor allem im Vordergrund des Beitrags mit dem Titel „Museumsraum“. Insgesamt verknüpfen die Videos dieser Rubrik unterschiedliche Orte, Akteur*innen und Exponate des musealen Kontexts.

--blicke

Impressum

Technische Universität Dortmund – Institut für Kunst
und Materielle Kultur Dortmund
Seminar für Kulturanthropologie des Textilen

Projektleitung

Catharina Rüß

Projektkoordination

Stephanie Kowalski, Emely Mielke, Catharina Rüß

Projektgruppe

Alicia Jablonski, Rebecca Kreilaus, Emely Mielke

Gestaltung und Grafik

Chantal Dübel, Claudia Müller

Animation

Chantal Dübel, Cedric Galke

Schnitt

Cedric Galke

Ton

Sidney Michael Caines, Cedric Galke

Licht und Kamera

Alicia Jablonski, Stephanie Kowalski,
Rebecca Kreilaus, Emely Mielke



Dank an:

Gudrun M. König, Michaela Haibl, Samuel Abendroth, Jasmin Assadsolimani, Marla Baier, Steffen Bonet, Michaela Breil, Sidney Michael Caines, Melisa Dalfesoglu, Lara Dildrop, Nathalie Dimic, Dilek Ergin, Marius Frederking, Melanie Haller, Sina Hoffmann, Marie Helbig, Viola Hofmann, Lucia Limbeck, Florian Lutz, Paul Paepcke, Irina Piskun, Leonie Reck, Adrian Ruda, Beate Schmuck, Martin Schmidt, Johannes Schweiger, Tobias Schweigmann, Kevin Sikeew, Jens Stöcker und das Team vom MKK, Rimel Tahan, Büsra Thielert-Karabacak, Dagmar Venohr, Jan C. Watzlawik, Silke Wawro, Diana Weis und allen Unterstützer*innen des Projekts.

Mit freundlicher Unterstützung des Förderkreises Westfälisches Textilmuseum e.V.

Wir sind
KuK!

MASTER FÜR
KULTURANALYSE UND
KULTURVERMITTLUNG

tu technische universität
dortmund

Förderkreis
Westfälisches
Textilmuseum e.V.

