



BABY DON'T HURT ME.

*Im Spit Roast
des Konsums*

FAQ

***Tor 4 am Güterbahnhof
Beim Handelsmuseum 9,
28195 Bremen
<http://www.f-a-q.net>***

:/fak/

Der Senator für Kultur



**konzept
monitor**

Baby don't hurt me.

im Spitz Roast des Konsums – zwischen Objektivierung, sexualisierter Gameification und unverbindlichem Geschlechtsverkehr.

Die Ausstellung *Baby, dont hurt me.* versteht sich als eine Schau, die sich, ergänzend zur Sonderausstellung *What is Love? Von Amor bis Tinder* in der Kunsthalle Bremen, mit einem differenzierten und kritischen Blick den schmerzhaften Erfahrungen im Zeitalter digitalen Datings zuwendet. Mit gegenwärtigen künstlerischen Positionen widmet sich die Ausstellung Fragen um die promiskuen Aspekte im Umgang mit Dating Apps und stellt soziokulturelle Effekte sowie Affekte medialer und körperlicher Intimität zur Diskussion. *Baby, don't hurt me.* nutzt dabei die Freiheit von institutionellen Auflagen und Sponsoreninteressen, um den Themenkomplex der Liebe im digitalen Zeitalter ganzheitlich – und zuweilen auch mit expliziten Inhalten – zu erfassen.

Dating Apps wie Tinder haften nicht ausschließlich das romantische Image vom zaghaften Flirt an. Oft stellen sie eine beliebte Möglichkeit dar, auf effiziente Weise Partner zum halbanonymen, unmittelbaren Geschlechtsverkehr zu akquirieren. Unverbindlichkeit und Bindungsangst sind Symptome eines Zeitgeists, der sich durch seine Optionsvielfalt auszeichnet und längst nicht mehr nur die Weltanschauung der Millennials repräsentiert. Das Lustprinzip als Grundsatz eines Freiheitsbegriffs, der nur die unmittelbare Bedürfnisbefriedigung kennt.

Im Wettkampf um interpersonelle Aufmerksamkeit tritt eine konsumistische Ideologie zutage, die einmal mehr das digitale Versprechen von Selbstverwirklichung und Freiheit proklamiert. Jede App stellt den Anspruch, genutzt zu werden, jedes Möglichkeitsspektrum muss ausgeschöpft werden. Die Unterwerfung durch den Imperativ des Genusses ist symptomatisch für den perfekten Konsumenten auf dem digitalen Beziehungsmarkt.

Im Wunsch der Maximierung der Erlebnisdichte, der technischen Beschleunigung und gleichzeitigen Zeitverknappung, weicht ein reflexives Handeln und Kommunizieren einem geradezu unternehmerischen Akt. So sind Objektivierung und die Erosion zwischenmenschlicher Bindungen keine verwunderliche Folge einer solchen Erlebnislogistik, dem ein urkapitalistisches Leistungsprinzip zu Grunde liegt, das in einer liberalen und zunehmend wertekritikfreien Gesellschaft unreflektiert affirmiert wird.

Baby, don't hurt me. versucht mit einem breiten Spektrum von künstlerischen Positionen dort anzusetzen wo der Flirt endet, eine Enttäuschung beginnt, der Schmerz sich offenbart. Gezeigt wird, was unangenehm ist, denn in der Schärfe des Filters negativer emotionaler Erfahrungen wird sichtbar, was sich jenseits vom Suchen und Finden einer romantischen Liebesbeziehung verbirgt.

Baby don't hurt me.

in the Spit Roast of Consumption - between objectification, sexualized gameification and non-committal sexual intercourse.

The exhibition *Baby, dont hurt me.* sees itself as a show that, in addition to the special exhibition *What is Love? From Amor to Tinder* in the Kunsthalle Bremen, turns to the painful experiences in the age of digital dating with a differentiated and critical view. In showing current artistic positions, the exhibition addresses questions about the promiscuous aspects of dealing with dating apps and discusses socio-cultural effects as well as the affects of media and physical intimacy. In doing so, *Baby, do not hurt me.* uses the freedom of institutional requirements and sponsor interests in order to holistically capture – at times also with explicit content – the topic of love in the digital age.

Dating apps such as Tinder are not solely responsible for the romantic image of timid flirting. Often they are a popular option to efficiently acquire a partner for semi-anonymous, immediate sexual intercourse. Non-binding and attachment anxiety are symptoms of a zeitgeist that is characterized by its variety of options and no longer represents only the world view of millennials. The principle of pleasure as the principle of a concept of freedom, which knows only the immediate satisfaction of needs.

In competition for interpersonal attention, a consumerist ideology emerges, once again proclaiming the digital promise of self-realization and freedom. Each app must be used, every spectrum of possibilities must be exhausted. Submission through the imperative of enjoyment is symptomatic of the perfect consumer in the digital relationship market.

The desire to maximize the density of experience, the technical acceleration and simultaneous wasting of time, a reflexive way of acting and communicating transforms into a downright entrepreneurial act. Thus, objectification and the erosion of interpersonal relationships aren't a surprise of such adventure logistics, based on a primitive capitalist principle of performance, which is naively affirmed in a liberal and increasingly value-free society.

Baby, do not hurt me. tries to start at the end of the flirt, where disappointment begins, the pain reveals itself. With a wide range of artistic positions, what is unpleasant is shown. In the sharpness of the filter of negative emotional experiences becomes visible that which is beyond searching and finding a 'happily ever after'.

FAQ
TOR 4 am Güterbahnhof
Beim Handelsmuseum
9, 28195 Bremen
info@f-a-q.net
www.f-a-q.net



:/fΛk/