

## NICHT – ORTE

Der französische Anthropologe Marc Augé prägte den Begriff der „NICHT-ORTE“. Mit diesem Begriff definiert er Räume, die für einen bestimmten Zweck, meist in Bereichen Verkehr, Freizeit oder Handel, konzipiert wurden. Es sind Orte, die kaum eine eigene kulturell und historisch gewachsene Identität besitzen, provisorisch und reproduzierbar sind. In der kapitalistischen Gesellschaft rücken sie immer weiter in die Zentren der Städte vor. Orte wie Shopping Malls, Vergnügungs- und Freizeitparks, Wartehallen, Bahnhöfe, immer gleich aussehende Bus- oder U-Bahn Stellen.

Augé führte aus, dass die Verbindung zwischen dem Individuum und dessen Umgebung vieler „Nicht-Orte“ hauptsächlich über Worte und Texte hergestellt werden. Zitat: „Die Vorstellungskraft jener Menschen, die noch nicht in Tahiti oder Marrakesch gewesen sind, kann freien Lauf nehmen, sobald sie diese Namen lesen oder hören. Manches Fernsehquiz verdankt seine Beliebtheit dem Umstand, dass hohe Preise ausgesetzt werden, auch Reisen (eine Woche für 2 Personen in einem 3-Sterne Hotel in Marokko / 14 Tage All Inklusiv in Florida) deren bloße Nennung den Zuschauer erfreut (...) Manche Orte existieren nur durch die Worte, die sie bezeichnen, und sind in diesem Sinne „Nicht-Orte“ oder vielmehr imaginäre Orte, banale Utopien, Klischees. „Diese Orte existieren auf der ganzen Welt.

1. Beschäftigen Sie sich mit dem Begriff der „NICHT-ORTE“, finden Sie Orte, die Sie interessieren. Welche Erfahrungen haben Sie selbst mit diesen Orten gemacht, was assoziieren Sie zu dem Begriff und wie können Sie ihn in Zeichnungen, Fotos und in ein Modell übersetzen?
2. Schreiben Sie einen kurzen Text in dem Sie ihre Umsetzung inhaltlich erläutern
3. Motivationsschreiben: Senden Sie uns einen Lebenslauf und einen kurzen Text, in dem Ihre Hauptgründe, Bühnenbild studieren zu wollen, deutlich werden.
4. Senden Sie eine digitale Mappe mit einer Auswahl Ihrer Arbeiten ein