

RADIO ANJA

titel	radio anja
medien	instagram, radio
produktionsjahr	2020
konzept	blablabor (annette schmucki und reto friedmann)
instagram	
adresse	radio_anja
anzahl posts und dauer	118 à 1 Minute
dauer	september 2020 bis ende februar 2021
hörspiel	
dauer	49'31"
komposition	blablabor
kurator:innen	blablabor
beteiligte künstler:innen	oliver augst, blablabor, butterland, angélica castello, franziska dick / martin lorenz, heike fiedler, natascha gangl / rdeča raketa / matija schellander, simon grab, tom heithoff, florian hüttner, bernadette johnson, christian kesten, antoine läng joke lanz, marc matter julia mihály, bruno pisek, noëlle revaz / michael stauffer, doris schmid / eunice martins, antje vowinkel, steffi weismann, ralf wendt

soziale medien schaffen laufend neue formate und kanäle, die unerwartete perspektiven öffnen. und in coronazeiten benutzen wir social media noch intensiver als plattform der eigenen künstlerischen tätigkeit und als möglichkeit des austauschs, der nähe, des netzwerks. an diesem punkt möchte blablabor anknüpfen und dieses feld innovativ für neue hörspielformen nutzen.

ich bin das radio

anja eröffnet als influencerin einen hörspiel-account auf instagram. anja ist das programm. anja ist das radio. ich bin radio: radio anja.

wer aber ist «anja»? sie selber tritt in den hörspielen nicht direkt in erscheinung. die posts gibt sie in ihrem umfeld in auftrag. das umfeld nimmt auf anja bezug: «hallo anja, ich habe ein neues nudelrezept...» oder «ciao anja, dein letzter post hat mich wieder mal...» oder «hoi anja, danke für deine geburtstagswünsche...». anja ist also gegenstand von radio anja. allerdings nur als schatten, als feedback, als phantom. das gezeichnete bild der influencerin ist widersprüchlich. ein vielfältiges konstrukt. denn die produzierenden wie auch die followers machen sich eine vorstellung von anja, aber niemand kennt sie.

anja beschäftigt sich in ihrer künstlerischen arbeit mit der individualisierung und selbstdarstellung in den sozialen medien. indem sie auf instagram radio anja betreibt, macht sie sich zum gegenstand des radioprogramms. allerdings verschwindet die reale anja hinter der kunstfigur anja. denn anja dreht das senden und empfangen um. die followers werden zu sendern, indem sie sich mit posts an anja wenden. aus dem puzzle von posts an anja ergibt sich nach und nach die kunstfigur anja.

radio trifft instagram

um audiobeiträge auf instagram posten zu können, muss eine filmsequenz hergestellt werden. aus diesem grund sendet blablabor das hörspiel via kleinem ukw-sender an einen radioapparat und filmt diesen, wie er das hörspiel abspielt. für jede hörspielfolge kommt ein anderes radiogerät zum einsatz. das bewegte bild ist statisch verwackelt. damit bleibt sich das hörspiel in seiner bildlosigkeit beinahe treu. aber die tonqualität variiert von folge zu folge, da sich die klangfarben von gerät zu gerät unterscheiden und jedes gerät wieder anders rauscht.

wenn nun diese gefilmte hörspielsequenz von blablabor auf instagram geladen wird, begegnen sich zwei medien, instagram und radio. dabei formatiert instagram das radio. das radio hat sich an die mediengesetze von socia media zu halten. umgekehrt öffnet das hörspiel dem neuen medium eine radiophone dimension, womit bei instagram bisher noch kaum experimentiert wurde.

mit freundlicher unterstützung der

prohelvetia