

Wahrnehmen – Für“wahr“nehmen – Was ist wahr von dem, was wir wahrnehmen....

Eröffnungsrede für die Ausstellung von Peter Nowotny – Mobile Ornaments in der Galerie ArtAFFAIR in Regensburg von Dr. Elke Maria Deubzer am 12.7.2012

Ich möchte Sie begrüßen in diesen wunderbaren gotischen Räumen, die den Bildern von Peter Nowotny mit den Kreuzgängen einen wunderbaren und passenden Rahmen geben. Ich kenne Peter Nowotny schon lange, mehr als 20 Jahren, habe sein Werken und Wirken begleiten dürfen. Wir haben uns öfter über sein Werk und das was drinstecken könnte, unterhalten.

Zum Künstler

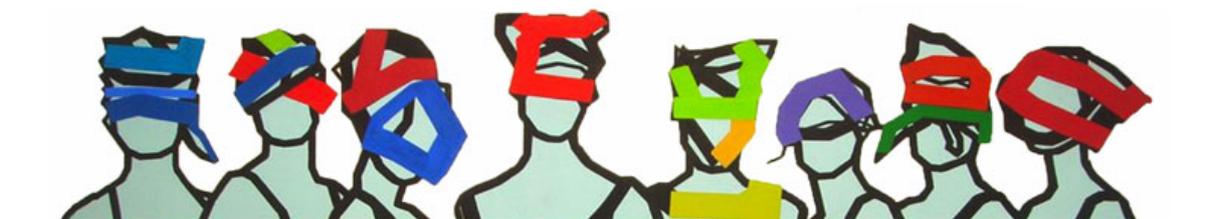
Natürlich würde ich gerne was zur Person des Künstlers sagen, zu seiner - für einen bildenden Künstler - ausgesprochen ungewöhnlichen Biografie. Aber ich tue es nicht. Ich will es im Ungewissen lassen. Meine Worte würden Sie auf Gedanken bringen, würden vorschnell Bilder und Einstellungen wachrufen, Schubladen aufmachen, den Blick auf die Bilder selbst verstellen, ablenken, ... ihre Wahrnehmung beeinträchtigen. Was kann man wahrnehmen? Was ist das wahre Bild?

Wer bin ich

Ich selbst bin Psychologin - Achtung machen Sie die erste Schublade gleich wieder zu – ich bin nicht Therapeutin. Ich arbeite mit Designern und Entwicklern, um Produkte, Mensch-Maschine-Schnittstellen benutzerfreundlich und leicht bedienbar zu machen. „Visuelle Gestalter“ haben nur die wenigen - von Gott geschaffen - Dimensionen, um Produkten und Funktionen Erkennbarkeit und Bedeutung zu geben: Größe, Form, Farbe, Helligkeit, Textur, Anordnung in Raum und wenn sich was bewegt, dann auch noch das Verhalten in Raum und Zeit. Das war s. Wenn man „richtig“ gestaltet, werden beim Nutzer die „richtigen“ Bilder und Verhaltensprogramme aktiviert und er weiß intuitiv was zu tun ist!

Wahrnehmen und Psychologie

Das Wichtigste macht also unserer Auge und vor allem das, was dahinter liegt: ich nenne es mal Mind, weil es viel mehr ist als das Gehirn: dieses unglaubliche Zusammenspiel von Gedächtnis-, Denk- und Schlussfolgerungsprozessen, Stimmungen und Gefühlen, kurz-, mittel- und langfristigen Handlungszielen, unsere soziale Identität. Dieser Mind, der in ganz definierten sozio-historischen Bedingungen geformt ist, eben unserer Heimat, unsere Kultur, unserer Zeit, unserem Bio-Sozio-Technik-Umfeld.



Mind-Mechanismen

Wir blicken quasi durch den Vorhang unseres Wissens, unserer Gefühle und Handlungsziele, unserer sozialen Zugehörigkeit und Wünsche auf die Dinge. Wir erkennen, schlussfolgern, projizieren. Diese Erkennungs-, Einfärbungs- und Projektionsprozesse sind ganz normal. Motor ist die Notwendigkeit sich zu orientieren, zu verorten, zu wissen, was zu tun ist.

Wahrnehmen, Für-wahr-nehmen? Was ist wahr von dem, was ich wahrnehme?

Hard-Edge und Entindividualisierung

Wenn ich auf die Bilder von Peter Nowotny blicke, sehe die harten Kanten der Linien - ein Mal- und Arbeitsprinzip, das Hard Edge bezeichnet wird. Harte Kanten: wie sie Ellsworth Kelly, Kenneth Noland, Frank Stella, Max Bill, Günther Fruhtrunk verwendeten. Hard Edge ist eine „Gegenbewegung“ zum abstrakten Expressionismus - quasi ein Anti-Willem De Kooning Stil.

Hard Edge heißt: Anonymisierung der Malereisprache: mechanisch realisiert mit Schablone, Ziehfeder, Tapes, exakter Maltechnik. Hard-Edge Künstler verweigern die persönliche Handschrift. Das Werk wird depersonalisiert. Entindividualisiert. Der Fokus der Wahrnehmung wird auf Strukturen, Kompositionen gelenkt.

Die Gedanken des Betrachters sollen sich nicht mit dem Künstler und auch nicht mit den eigenen Erinnerungen und Projektionen beschäftigen. Deshalb ist wenig da, an das das eigene Gedächtnis, Wollen und Streben anknüpfen kann... Der Fokus des Betrachters wird aufs Hier und Jetzt gelenkt - aufs Sein - aufs Präsent-Sein



Ikonen

Ich sehe Bezüge zum russischen Konstruktivismus, zur russischen Ikonenmalerei und zur islamischer Ornamental-Kunst: Frontale Darstellungen von Personen, die wie Ikonen wirken, deren Gesichter bereits ausgelöscht sind - Figuren, die bereits eine Entleerung über sich haben ergehen lassen. ... Das Entindividualisierte ist in eine Abstraktion transferiert, - in Linien, die nach Prinzipien der Komposition umgearbeitet werden und sich in Zeichen, Symbolen, Icons verselbständigen, die durch Vervielfältigung, Reihung und Spiegelung zum Ornament werden. Was heißt Wahrnehmen, für“wahr“nehmen. Gibt es ein wahres Bild? Was ist das göttliche im Bild?

Du sollt Dir kein Bild machen

„Du sollst dir kein Bildnis noch irgend ein Gleichnis machen, weder von dem, was oben im Himmel noch von dem was unten auf Erden noch von dem, was im Wasser oder unter der Erde ist: Bete sie nicht an und diene ihnen nicht!“ So beginnen die Zehn Gebote im alten Testament. Es gibt nichts darzustellen, was nicht denkbar ist. Gott ist nicht denkbar. Menschen, Tiere, Lebewesen sind nicht in ihrem Sein umfassend denkbar. Es gibt also nichts darzustellen. Denn es ist nicht darstellbar.

Bilderverbot

Bilderverbote gibt es in allen monotheistischen Religionen. Im Zoroastrismus, im Judentum, im frühen Christentum, in Teilen der Assyrischen und orthodoxen Kirche, in der protestantischen Kirche bei Calvin und Zwingli, im Islam. Ein Bilderverbot steht zwar nicht im Koran aber einige islamische Rechtsschulen legten es so streng aus, dass sich neue Kunstrichtungen entwickelten: die Kalligraphie und diese unglaubliche Ornamentik aus geometrische pflanzlichen Mustern. Es finden sich dort weder Darstellungen Gottes, noch Darstellungen von Propheten, Menschen und Tieren, weil Abbildungen nicht mit der Einheit Gottes und der Schöpfung vereinbar sind, weil die Gefahr der Vergötzung besteht, der Verwechslung von Sein und Abbild, die Gefahr des für“wahr“halten des Bildes.... des Nicht-Präsent-Seins.....



Ornament-Wahrnehmung

Ornamente lenken den Fokus der Aufmerksamkeit völlig anders als Bilder.

Sie machen die Mechanismen des Minds selbst wahrnehmbar:

Der Mind untersucht das Ornament, analysiert Zeichen, Symbole und deren Vervielfältigungen, Spiegelungen, Achsen, Reihungen, träumt weg, auf der Suche nach Sinnhaftem. Ornamente fordern zum Finden von bedeutungshaften Figuren auf und weil die nicht da sind, kehrt man zurück in die Welt des Ornaments und in die Präsenz.

Ornamente liefern keine Ansatzpunkte für unsere inhaltsgetränkten Denk- und Gedächtnisprozesse, triggern keine Emotionen, keinen Lifestyle, liefern keine Gedächtnis-Vorlagen für schnelle Taxonomien, Schubladen und Projektionen der eigenen Mind-Maschinerie.

Was sehe ich? Was nehme ich wahr? Was halte ich für wahr?

Mediale Bilderflut

Unsere heutige Welt wird durch eine multimediale Bilderflut bestimmt, die täglich in unser Bewusstsein donnern: gestylt, ge-photoshopt, präpariert, komponiert, verfälscht, gewählt, um uns für Produkte, Verhalten, Kriege, ja sogar für die Fussball-Europameisterschaft © und gewogen zu machen. Passgenaue Symbole, Zeichen triggern Lifestyle und Gruppenzugehörigkeiten, erstellt von einer Marktforschungs-, Werbe- und PR-Industrie – Meistern des Emotion-Managements, die die Mechanismen der sozialen Wahrnehmung, das Bedürfnis nach Orientierung, Identität und Gruppenzugehörigkeit präzise kennen und benützen.

Supper-Daddies und Greyhopper

Sie schaffen Projektionsflächen für Zielgruppen, die heute als Super-Daddies, Tiger-Ladies, Latte Macchiato Familien oder Super Grannies identifiziert sind; Alte, die nie auslernen wollen: Silverpreneure oder Greyhopper: über 55jährige, die auf auf Sport, Gesundheit, gutes Aussehen und Adrenalinkicks stehen. Haben Sie sich noch nicht wiedergefunden? Vielleicht sind Sie ja ein Scuppie; nachhaltig und ökologisch: social conscious upwardly mobile oder ein Loha: Lifestyle of health and sustainability.

LiL's - Lost in Labels

Medien-, Mode-, Markenästhetik liefern feine, präzise, prädiktive Symbole, Zeichen, Icons. „Hat man das richtige Label, gehört man dazu!“ Auch wenn die Labels Boss, BMW oder Bruno Banani „Not for everybody...“ heißen und absolute Individualität versprechen: Es gibt sie in zig-tausendfachen Replikationen, an den Personen klebend, identitätsstiftend, orientierungsgebend, leitend, und stützend. ...die Mind-Mechanismen benützend..... Wir alle sind LiL's: „Lost in Labels“ : aufgehoben und beschützt, erkennbar und einschätzbar, benützt und verführt durch Zeichen, Symbolen, Icons, die wir an uns herumtragen.

Mobile Ornaments

Durch die Vielzahl der Träger werden diese Zeichen im sozialen Raum vervielfältigt, gereiht und gespiegelt, sodass sich aus der Vogelperspektive riesige Super-Ornamente ergeben: sich bewegende, bunte, farbenfrohe, wabernde, strömende, kreisende, ästhetische Ornamente – mobile Ornaments.

