

kann kunst die welt retten? diese und andere fragen stellt die arbeit buchstäblich in den raum. eine grandiose gradwanderung zwischen kunst, pop und design. ein bildgewaltiger traum mit ambivalentem anspruch: design als selbstzweck kontra angewandte kunst. die richtungsweisende denke und innovative gestaltung macht dieses diplom zu einem audiovisuellen meisterwerk, einer phantastischen mischung aus animationsfilm, musikvideo, spezialeffekten und rauminstallation! ////////////////

effekthascherei ////////////////
wolfram zwanziger ////////////////
zwonull.com ////////////////

diplomarbeit von wolfram zwanziger ///
prof. hans günter schmitz ////////////////
prof. dr. sc. tc. h.c. bazon brock ////////////////
bergische universität wuppertal 2005 ///
musik jens hafemann ////////////////

wolfram.zwanziger@zwonull.com ////////////////

kann kunst die welt retten? (theoretischer hintergrund zur arbeit effekthascherei)

im zuge meiner eigenen auseinandersetzung mit animationsfilm, spezialeffekten für film und video oder eben bewegtem grafikdesign sind mir im laufe der zeit ein paar fragen gekommen, die ich hier zwar nicht vollständig beantworten kann, die aber doch die grundlage für dieses diplom und letztlich meine ganze arbeit als designer bilden: inwieweit und auf welche art und weise werden wir mittlerweile von künstlichen audiovisuellen sinneseindrücken beeinflusst, welchen stellenwert haben spezialeffekte in unserer täglichen wahrnehmung, sind diese effekte überhaupt noch als solche erkennbar? wo liegt die grenze zwischen unterhaltung und effekthascherei? gibt es überhaupt eine? ist werbung gut oder böse? kann kunst die welt retten?

////////////////////////////////////
ich versuche nicht, eine antwort auf all diese fragen zu geben. mein diplom stellt diese fragen, untersucht meinungen, gefühle, reaktionen. ich möchte zeigen, was mich an diesem medium fasziniert, das schöne, das großartige. die enorme schöpferische kraft, die in manchen arbeiten steckt. aber auch die problematischen und versteckten seiten, lügende bilder z.b., also illusionen, die einem falsche wahrheiten präsentieren, die dann zu falschem denken und handeln führen können. //////////////////////////////////////
all dies fasse ich unter den begriff effekthascherei, genauer: effekthascherei im bereich der audiovisuellen medien. ein effekt ist nun laut duden ein auf wirkung abzielendes ausdrucks- und gestaltungsmittel. also etwas, mit dem gestalter und designer täglich konfrontiert sind. ein guter effekt erzielt aufmerksamkeit, macht spaß und erreicht die von ihm erwartete wirkung; sei es die bekanntheitssteigerung einer bestimmten marke, die verdoppelung des absatzerfolges irgendeines produkts oder der impuls, doch mal wieder in ein museum zu gehen. wird die wirkung erreicht, ist der effekt effizient. aber ist er damit auch gut – im sinne von ethik und moral? effekthascherei ist die kehrseite der medaille. sie zielt nur auf einen kurzfristigen effekt ab, bietet etwas auf triviale weise als sensation an, ist blendwerk und heiße luft. eine fassade mit nichts dahinter. effekthascherei verkauft etwas, das niemand braucht. effekte sind gut, effekthascherei böse; so einfach ist das? was passiert nun, wenn dieses ominöse „dahinter“ gar nicht gefordert ist? wenn die fassade genügt, um einen „guten“ effekt zu erzielen, freude am sehen zu bereiten, zu unterhalten? wenn gar die fassade selbst zum inhalt wird? eine ganze industrie lebt von ebendiesem phänomen. natürlich braucht niemand animationsfilme oder musikvideos zum überleben, aber es braucht auch niemand eine mona lisa. oder doch? hier wird es schwierig, weil auch der geist des menschen nahrung braucht. diese innerlichen, geistigen bedürfnisse, die fähigkeit zu denken unterscheidet den menschen vom tier. //////////////////////////////////////

der effekt um des effekts willen ist aber nicht immer unterscheidbar von dem effekt mit genau gesteuerter zielrichtung. gute werbung z.b. kann auch schön sein, spaß machen und freude am sehen bereiten; gerade uns gestalten, die wir ja von haus aus auf visuelle wahrnehmung geschult und fixiert sind. sie dient aber letztlich doch nur dem zweck, ein bestimmtes produkt zu verkaufen oder einen markenwert zu steigern. nun kann man argumentieren, dies sichere arbeitsplätze, sowohl bei der herstellerfirma des beworbenen produkts als auch der ausführenden werbeagentur und den von ihr abhängigen dienstleistern. was aber, wenn das produkt selbst vielleicht moralisch, ethisch oder gesundheitlich bedenklich ist? dieser kurze ausblick zeigt schon die komplexizität der ganzen thematik. mit meiner arbeit möchte ich in erster linie freude am sehen bereiten, also gutes design machen; aber auch zum denken anregen, nicht alles gesehene ungefragt hinzunehmen. wir sind es gewohnt, unseren augen zu vertrauen, wir glauben nur das, was wir selbst gesehen haben. aber das können wir schon lange nicht mehr. //////////////////////////////////////
in meiner arbeit versuche ich nun, einen film bzw. eine animation zu gestalten, die ausschließlich aus effekten besteht und fast vollständig handlungsleer ist. anders gesagt verzichte ich auf jegliche form von durchgängiger handlung, die die visuelle aufnahme- und empfindungsfähigkeit des betrachters beeinträchtigen könnte. der betrachter sieht eine scheinbar wahllose aneinanderreihung von kurzen effekt-clips, in denen unterschiedlichste bildwelten mit verschiedenen abstraktionsgraden entstehen. um die wirkungen dieser animationen und effekte noch zu steigern, versetze ich den betrachter in einen effektraum, in dem das gesamte blickfeld mit animationen bespielt wird, er sich also inmitten einer virtuellen effekt-realität befindet. die reine räumliche situation stellt an sich schon wieder einen besonderen effekt dar, denn der betrachter wird nach dem black box-prinzip seiner sämtlichen gewohnten orientierungsmöglichkeiten beraubt. mehrere einzeleffekte und clips auf den vier verschiedenen leinwänden konkurrieren um die aufmerksamkeit des auges, können sich aber auch zu einem panoramahaften gesamt ereignis verdichten. dabei soll die belanglosigkeit der bilder so übertrieben werden, daß der betrachter automatisch nach einem sinn suchen muß, ihn aber in der bloßen darstellung nicht finden kann. durch einzelne diffuse hinweise in den animationen selbst, wie etwa die optisch reizvolle darstellung von onboard-kameras einer einschlagenden cruise-missile in videospiegel-qualität, offensichtlich manipulierte real-aufnahmen und gerade auch die kombination solcher inhalte mit vollkommen belanglosen bildern, wird die denkrichtung des betrachters auf die anfangs gestellten fragen gelenkt. zusätzlich wird die ansonsten nahezu nahtlos ineinandergreifende reihung der clips immer wieder deutlich gebrochen durch ironische oder provozierende kommentare, die das konzeptionelle grundgerüst der gesamten arbeit in abstrakter form wiedergeben. //////////////////////////////////////