

Spacing

- Das Raum(wahrnehmungs)experiment -

„Neues in die Köpfe“

oder

Die Bedeutung von „Raum und Wahrnehmung“ für die Gestaltung unternehmerischer Veränderung



Über den ... Workshop

Unser „Bild von der Welt“ ist eine Zusammensetzung verschiedener Arten von Information. Der Prozess der Informationsvermittlung ist das Ergebnis von Informationsgewinnung und Informationsverarbeitung. Das geschieht durch bewusstes wie unbewusstes Filtern und Zusammenführen von Reizen zu subjektiv sinnvollen Gesamteindrücken. Die Wahrnehmung beinhaltet die Aufnahme von Eindrücken, die Möglichkeit der Reflexion und letztendlich beeinflusst die Wahrnehmung die „Gestaltung“ von allem. Wahrnehmung ist zwar bei jedem Individuum grundsätzlich vorhanden, kann aber „gezielt geschult“ werden. Wenn raumbezogene Interaktionen „bemerkt“, Informationskanäle „angeregt“ und neue Bilder im subjektiven Verständnis „integriert“ werden, ist eine „bewusstere Reaktion mit Wahrnehmung“ möglich und in der Folge, eine Voraussetzung Dinge zu verändern: „Neues in die Köpfe zu bekommen“.

Workshop ... Details

In einem „Raumexperiment“ sollen die Teilnehmer auf eine „bewusste Wahrnehmung der Architektur des Raumes“ sensibilisiert werden. Zunächst werden anhand ausgewählter Architektur- und Raumbeispiele, „subjektive Raumeindrücke“ in einer „Begehung“ des Raumes „mental“ verortet und „künstlerisch“ visualisiert. Die ersten „Erfahrungen“ mit den räumlichen Situationen und funktionalen Gegebenheiten werden in einem zweiten Schritt kategorisiert und verbalisiert. Die entstandenen Assoziationen dienen als Grundlage für die anschließende „eigene Erforschung“ des vorgefundenen Raumes. Im „Erspüren“ des Raumes wird die „atmosphärische und ästhetische Wirkung“, der als „bemerkenswert“ wahrgenommenen Orte und Raumsituationen „kartographiert“. Die „geübte“ Raumwahrnehmung, Raumerforschung und Raumdarstellung befähigen die Teilnehmer „Raum zu erkennen“. Die gemachten „Raumerfahrungen“ sind die ersten Schritte sich „Räumliches“ und damit auch generell „Neues vorstellen“ zu können. Die „gesammelten Ideen“ von Raum und das „gelernte Verständnis“ für die unterschiedlichen Sichtweisen räumlicher Situationen und ästhetischer Ausdrucksformen, befähigt die Teilnehmer eine eigene künstlerische „räumliche Vision“ zu „gestalten“. Der Workshop ist in vier Themenbereiche gegliedert:

- | | | |
|-----|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| I | „Raum sehen“ | Begehung des Raumes
Visualisieren der individuellen Eindrücke
Erstellen einer „kognitiven Karte“
(„Mental Mapping“) |
| II | „Raum beobachten“ | Betrachten des Raumes
Kategorisieren der skizzierten Raumsituationen
Verbalisieren der Ergebnisse in „assoziativen Bildern“
(„Clustering“) |
| III | „Raumerspüren“ | Erspüren der Raumatmosphäre
Kartographieren der „Spurensuche“ in Wort und Bild
Erstellen einer „räumlichen Karte“
(„Space Mapping“) |
| IV | „Raum erkennen“ | Sammeln möglicher Raumideen
Erlernen neuer Formen ästhetischen Ausdrucks
Konzeption für eine „räumliche Vision“
(„Concept Designing“) |

Für wen ist der ... Workshop ... geeignet?

Das „Raumexperiment“ ist ein „Angebot“ an Initiativen, Organisationen und Unternehmen, insbesondere an Führungskräfte und Manager, die sich heute mit Situationen und Fragen konfrontiert sehen, die durch einen hohen Grad an Komplexität gekennzeichnet sind. Die Anforderungen an heute und die damit verbundenen notwendigen Veränderungen, sind immer weniger mit den Lösungsstrategien der Vergangenheit zu bewältigen. „Spacing“ setzt auf keine „fertigen“ vorprogrammierten Verhaltensweisen. Vielmehr ist die Intention den verschiedenen „Wahrnehmungsarten“ mehr Bedeutung zukommen zu lassen, eine der Voraussetzungen für das Finden „möglicher“ Lösungswege. Das bedeutet, die „inneren Bilder“ der Teilnehmer am Experiment zu wecken, um die „Verbindung“ dorthin zu bekommen, was letztlich „zu tun“ ist.

Workshop ... Ergebnis

„Alle Augen sehen, wenige beobachten, sehr wenige erkennen.“

Albert Sanchez Pinol - Anthropologe und Schriftsteller *1965

Die Teilnehmer sollten sich auf ein „räumliches Experiment“ einlassen, bei dem sehr wohl die Methoden, aber nicht der „Ausgang“ von vorneherein, auf ein bestimmtes Ergebnis festgelegt ist. Die Möglichkeit des persönlichen Einbringens und des Gefühls, „unkonventionelle“ Wege zu gehen, sollte die „Möglichkeiten“ zu selbständigem Entdecken und Beobachten eröffnen. Sie werden verschiedene Arten von Wahrnehmung lernen und „künstlerisches Werkzeug“ - wie das Zeichnen schneller oder detaillierter Skizzen - an die Hand bekommen, was das „Gesehene“ erst ins Bewusstsein rückt und das Denken in kreative Bahnen lenkt. Das „Raumexperiment“ steht für „kreative Inspiration“, für ein „Open Space“ möglicher Ideen und Ergebnisse, für Herangehens- und Zugangsweisen, für „Raum schaffen“ und für ein zukunftsfähiges gemeinverträgliches Denken und Handeln. Das „Gelernte“ sollte, besser muss, robust und überzeugend in „unternehmerische Lebenswelten“, einfließen, um „Neues in die Köpfe zu bekommen“.

Leitung

Siegfried (Z)Schwarz /Art2Think - Gestalter zwischen Kunst & Architektur

N.N. /ortsansässige/r bzw. betriebsinterne/r Fachmann/frau (z.B. Architekt/in)

Gruppengröße

7 -12 Personen

Dauer

2-3 Tage

Preise

600 € /Teilnehmer

Firmenpreis auf Anfrage

Termine/Veranstaltungsort

Dresden/Berlin ...

Architektur vor Ort (Unternehmen, Museum, Theater, ...)

Anmeldung/Kontakt

Art2Think / contact@art2think.de

www.art2think.de