



## Medieninformation

### VIRTUELLE SINNLICHKEIT

**Der Übergang vom analogen zum digitalen Zeitalter hat unsere Gegenwart radikal verändert. Der globale Datenfluss prägt Gesellschaftssysteme, aber die Zirkulation und Verarbeitung der Daten scheinen nicht wirklich vereinbar mit unserer alltäglichen Lebenswirklichkeit. Als »Künstlerin des Jahres« der Deutschen Bank zeigt die junge libanesische Künstlerin Caline Aoun in ihrem Buch »seeing is believing«, wie untrennbar die reale und die virtuelle Welt geworden sind.**

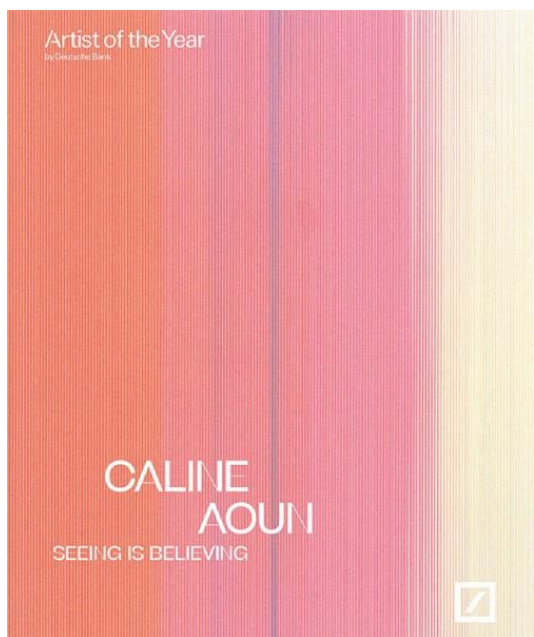
Bielefeld/Berlin, 19. Dezember 2019 – Ganz selbstverständlich nutzen wir Google Maps, besuchen Dating-Plattformen oder speichern Bilder in der »Cloud«: Der Übergang vom analogen zum digitalen Zeitalter hat unsere persönlichen, ökonomischen und politischen Beziehungen radikal verändert. Der globale Datenfluss prägt nicht nur unsere unmittelbare physische Umgebung, sondern ganze Gesellschaftssysteme. Dennoch bleiben die Zirkulation und Verarbeitung dieser Daten für uns immateriell und abstrakt, nicht verknüpfbar mit unserer eigenen Lebenswirklichkeit.

Als »Artist of the Year« der Deutschen Bank zeigt Caline Aoun (\*1983) in reduzierten Versuchsanordnungen, wie sich Daten materiell manifestieren, wie untrennbar reale und virtuelle Welt miteinander verbunden sind. Für Aoun gleicht die permanente Bilder- und Datenflut einem »Lärm«, der unser gesamtes Leben dominiert.

Anstatt diesen medialen Lärm weiter zu verstärken, konzentriert sie ihn und gibt ihm eine materielle Dimension. Dies bezeichnet sie als einen Weg, um »neue Erfahrungen, Formen von Stille, Leerstellen« zu erzeugen und eine ästhetische Umgebung zu schaffen, die es ermöglicht, sonst kaum greifbare Zusammenhänge sinnlich zu erfassen und zu überdenken.

1983 in Beirut geboren, zählt Aoun zu einer Generation junger libanesischer Künstlerinnen und Künstler, die nach dem Ausbruch des Bürgerkriegs 1975 im Ausland ihre Ausbildung absolvierten und heute die Kunstszene im Nahen Osten entscheidend mitprägen. Obwohl Aoun sich mit Phänomenen der Digitalisierung und des Internets beschäftigt, nutzt sie keine Hochleistungsrechner, Smartphones oder VR-Brillen. Sie nutzt häufig mit einfache Inkjet-Drucker, die sie systematisch solange verwendet, bis diese kollabieren und »unfreiwillig« zunehmend immer reduziertere Bilder hervorbringen.

Der reichbebilderte Katalog zur Ausstellung »seeing is believing«, die noch bis zum 2. März 2020 im Palais Populaire in Berlin zu sehen ist, erscheint ab sofort im Kerber Verlag. Mit Texten von Kuratorin Britta Färber (Deutsche Bank) und Kunsthistorikerin Murtaza Vali.



### **Caline Aoun | seeing is believing**

ISBN 978-3-7356-0642-6

23,8 × 28,5 cm, Softcover

132 Seiten, ca. 82 farbige Abbildungen

Sprachen: Deutsch, Englisch

#### **Herausgeber**

Art, Culture & Sports, Deutsche Bank AG

#### **Texte**

Britta Färber, Murtaza Vali

#### **Gestaltung**

Kerstin Riedel, Berlin

#### **Veranstaltungen**

November 15, 201– March 2, 2020

Caline Aoun: seeing is believing | Deutsche Bank »Artist of the Year«: PalaisPopulaire, Berlin

#### **KERBER VERLAG**

Der KERBER Verlag ist ein unabhängiger, internationaler Kunstbuchverlag mit Dependancen in Bielefeld und Berlin. Seit 1985 veröffentlicht KERBER in enger Zusammenarbeit mit Künstlern, Gestaltern, Galerien, Museen und Stiftungen hochwertig ausgestattete Bücher zu zeitgenössischer und moderner Kunst sowie zu Fotografie und Kultur.

Die rund 120 neuen Titel im Jahr werden mit größter Sorgfalt und höchsten Qualitätsansprüchen in der eigenen Druckerei hergestellt. Dank starker Partner und einem dichten Vertriebsnetzwerk mit mehr als 30 Ländervertretungen sind KERBER Bücher weltweit erhältlich sowie auf allen relevanten Buchmessen – u.a. Berlin, Frankfurt, London, New York, Paris, Peking, Wien – vertreten.

Im Rahmen einer eigenen Collector's Edition werden darüber hinaus regelmäßig limitierte Arbeiten von renommierten sowie aufstrebenden Künstlern angeboten.

[www.kerberverlag.com](http://www.kerberverlag.com)

#### **PRESSEKONTAKT**

Sara Buschmann

PR & Marketing

+49 (0)521-95 00 814

[sara.buschmann@kerberverlag.com](mailto:sara.buschmann@kerberverlag.com)