

# BRASILIA

Magazin für Gestalter, Idealisten und Zweifler



- 1 Editorial
- 4 Brutale Schönheit—Constantin Alexander  
17 Einfach machen—Moritz Rosenkranz  
20 Volterra—Maria Silies  
22 Das kunstseidene Mädchen—Marisa Lattmann  
25 Wie gut ist eigentlich Ihr Englisch?—Absolventen  
31 Vom Suchen & Finden des Glücks—Jascha Müller  
34 Das Fame Solarium—Silan Bekjarov  
38 Own A Style—Illustratoren  
41 An jedem Sonntag—Christian A. Werner  
65 Wem gehört die Zukunft?—Jaron Lanier  
73 Paradox der Hässlichkeit—Vermibus  
85 Es geht ums Überleben—Sebastian Schmidt  
91 Optionen, keine Zweifel—Gudrun Scholz  
97 Suna no shiro–Schloss aus Sand—Kiên Hoàng Lê  
114 Objekt der Begierde—Iris Maria vom Hof
- 119 Impressum

Welche Auswirkungen haben die Neuen Medien auf  
den Begriff der Realities in der Fotografie?

# Optionen, keine Zweifel

Die Postreality  
ist eine kreative  
Option in der  
Fotografie



Die Wirklichkeit ist die fotografische Basis (ich denke auch für die Generation, die heute dem Internet mehr glaubt, als dem (alten) Fernsehen). Die Wirklichkeit könnte darüberhinaus als das größte Ideal angesehen werden.

Sie ist, wie das Ideal als Urbild, nicht zu erreichen, entzieht sich immer wieder, bleibt unbekannt, so nahe wir ihr auch kommen.

## 2. Optionen

**REALITIES** Und auf diesem Weg haben die Fotografie und die Medien, vor allem die neuen Medien, das Verhältnis zur Wirklichkeit noch einmal diversifiziert. Im Deutschen können wir zwei Dinge unterscheiden: die Wirklichkeit (die das Foto abbildet) - und die Realität (die immer eine Zeichenrealität ist und damit Bedeutungen transportiert). Realität hat in der Fotografie verschiedene Realitätsstufen (ich nehme das englische Wort Reality und spreche von Realities), also z.B. Abbild-reality,

Bildreality. Realities sind, auf das Thema des Heftes bezogen, keine Zweifel an der Wirklichkeit (die ideal und unerreichbar bleibt). Sondern Realities sind Annäherungen an die Wirklichkeit, Optionen.

**POSTREALITY. KONTEXTUALITÄT** Seit den neuen Medien spätestens ist (neben Abbildreality, Bildreality oder auch Medienreality) der Kontext eine neue bedeutungsstiftende Option oder Realitätsstufe in der Fotografie. Ich nenne diese Stufe die Postreality. Postreality diskutiert nicht die Abbildreality (z.B. die Frage, ob das Foto nahe genug am Motiv ist), sie diskutiert auch nicht die Bildreality (z.B. ob ihre Ikonografie aktuell genug ist o.ä.). Sondern Postreality diskutiert die Kontextualität der Fotografie, in der das Foto jeweils auftritt. Damit diskutiert die Postreality weiterhin das Foto, setzt aber den Kontext als gleichbedeutend mit dem Foto. Auch das ist ein Beispiel für gestalterische Demokratie. (dazu am Ende noch etwas). Postreality ist eigentlich eine alte semiotische Idee, dass die Bedeutung von Zeichen je nach Kontext sich ändert bzw. das Zeichen seine Bedeutung erst durch den Kontext erhält. Und das heißt im Fall der Postreality, die jeweilige Bildaussage wird abhängig vom Kontext. In solchen Kontexten können die Fotos auch neue Bedeutungen generieren, ausgehend von dem Konzept, dass auch Zeichen / Bedeutungen nicht feststehen, sondern sich ändern können, je nach Kontext.

**RAUMKONTEXTE** Postreality geht mit der Fotografie zum Beispiel in neue Raumkontexte. So verzichten Fotografen selbst auf Papierarbeiten an der Wand.



(1980er) Klassische Beispiele sind Jeff Walls Diakästen, mit einer deutlichen Analogie zu den Leuchtkästen der Werbung. Oder Nan Goldin zeigt ihre Bilder (nur) als Slideshows in Bars. Zur neuen Bedeutung fotografischer Kontexte gehören auch schon die neuen Bildgrößen (die monumentalen Formate von Thomas Ruff oder von Andreas Gursky, ebenfalls 1980er), die kaum noch den klassischen Bildraum aushalten. So breitet der französische Fotograf und Streetartist JR seine Fotoarbeiten und Portraits, überdimensionaler als Andreas Gursky, in Slums oder Villengegenden, in Straßen oder auf Dächern aus. (Paris, Berlin, Cartagena/Kolumbien)

In der Postreality trifft das Foto auf den Raum (für den an den Universitäten die Architektur, an der Hochschule Hannover, Abteilung Design und Medien die Innenarchitektur oder die Szenografie zuständig wäre).

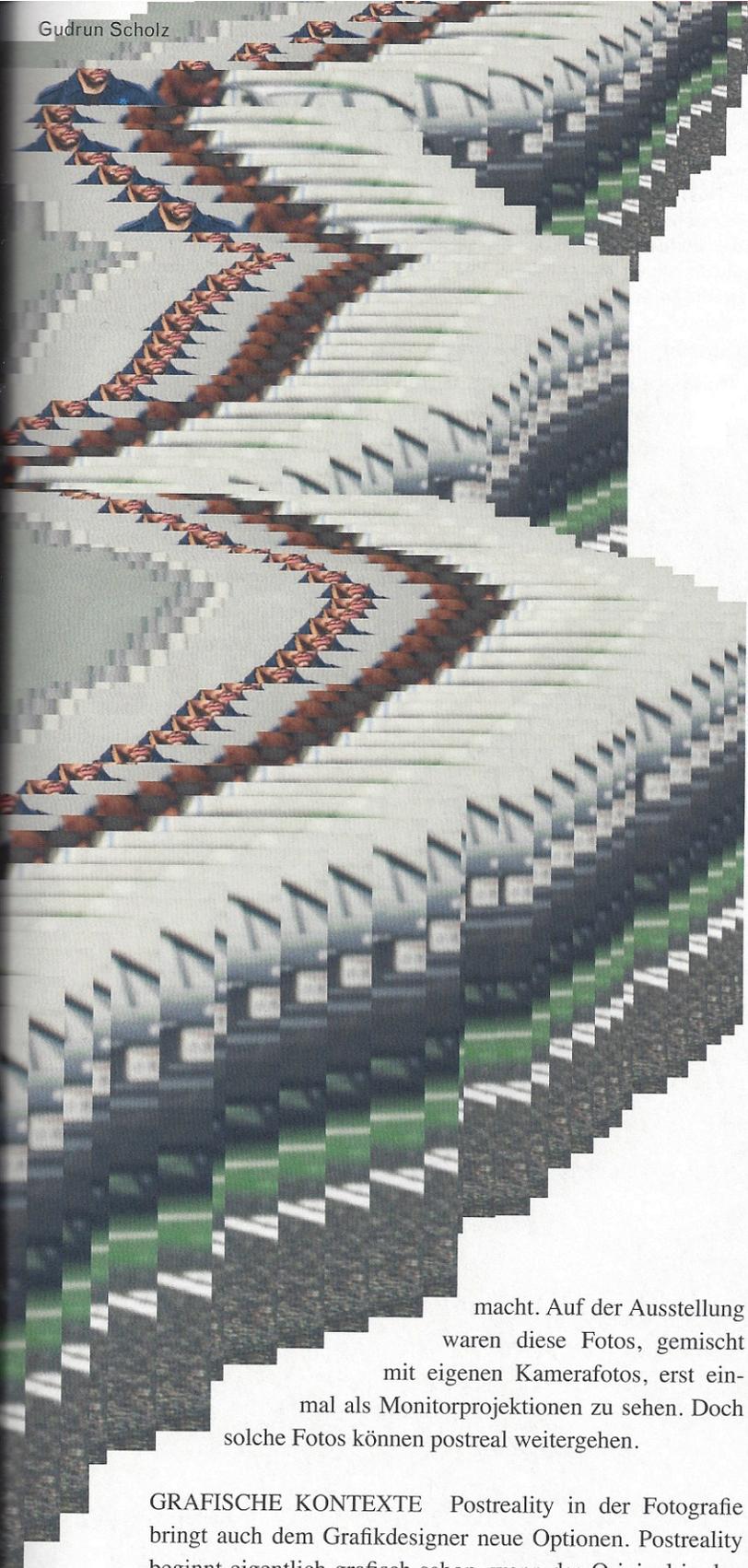
Inzwischen wird in der Muthesius Kunsthochschule Kiel ein Studium Raumstrategien angeboten, das postrealen Bedürfnissen Rechnung tragen könnte.

Und das heißt, Postreality erwartet und ermöglicht bei einer Hängung mehr als Augenhöhe und horizontale Symmetrieachse für die Bilder an der Wand. Nicht jeder Fotograf muss über Raum nachdenken, viele wollen das auch nicht. Aber es wäre schade, dieses Feld allein den Kuratoren oder Raumstrategen zu überlassen. Großes Vorbild ist Wolfgang Tillmanns, der seine Hängungen selbst übernimmt und mit seinen Bildern auf den jeweiligen Ausstellungsraum / die Ausstellungswände eingeht. Arrivierte Galerien machen dagegen wenig oder keine Anstalten, auch postreal vorzugehen. Wenn, dann sind große Formate (der

ukrainische Fotograf Boris Mikhailov), so z.B. auf der Paris Photo 2014 gesehen, für immerhin 30.000 Euro angeboten (6er Auflage), höchst dürftig an der Wand befestigt. Demgegenüber hatte ein (noch nicht arrivierter) Galerist, außerhalb von Paris Photo, im Marais, eine einfache Lösung für dieses grundsätzliche Problem (wie neue Formate oder überhaupt Fotografie hängen). Er hat Reproduktionen an die Galeriewände geklebt, die Originale blieben in der Schublade und konnten unbeschadet ver- und gekauft werden. In der Postreality muss nicht mehr das Original an der Wand hängen. Das könnte Fotoausstellungen sehr beleben.

Digital gesellschaftliche Themen heute können sowieso nicht mehr einfach als hardcopies an der Wand bestehen, sie müssen postreal gedacht werden. Jens Gyarmaty ist in seiner BA-Arbeit (Digitale Heimat, Leaving the Surface, s. Fotos) in einem seiner Fotoobjekte in virtuellen Räumen unterwegs gewesen, ist aus dem virtuellen Auto ausgestiegen und hat mit der virtuellen Kamera virtuelle Fotos ge-





macht. Auf der Ausstellung waren diese Fotos, gemischt mit eigenen Kamerafotos, erst einmal als Monitorprojektionen zu sehen. Doch solche Fotos können postreal weitergehen.

**GRAFISCHE KONTEXTE** Postreality in der Fotografie bringt auch dem Grafikdesigner neue Optionen. Postreality beginnt eigentlich grafisch schon, wenn das Original in den Katalog geht (schon Bildgröße, Layout, Papier verändern das Original). Nur das Konzept der Moderne war noch ein anderes. Im Katalog hat man klassischerweise versucht, sich so nah wie möglich am Original aufzuhalten. Nicht immer erfolgreich, auf beiden Seiten, kreativ in der Regel nicht. Es ist zu vermuten, dass (fast) jeder Fotograf dies erlebt hat, für Bildjournalisten ist das Tagesgeschäft. Auch Man Ray hat

sich in seiner Zeit, in seiner Autobiografie sehr darüber beschwert, dass seine Fotos in den Printmedien Buch und Magazin angeschnitten und kompositorisch erheblich verändert worden sind. Das war die Moderne.

Fotografische Postreality heißt dagegen für den Grafikdesigner, dass er in seinen Kontexten nicht mehr mit Originalen umgeht. Bei der Postreality geht es explizit nicht um die Originale (Abbildreality, Bildreality), die es auch in Büchern nicht gibt, sondern um Reproduktionen (zum Original noch am Ende). Was entsteht, sind, es gibt dafür kaum Begriffe, postreale Kopien (natürlich seitens des Fotografen akzeptiert), nur die Kopie ist negativ besetzt, eher postreale Reproduktionen. Nur wer will das aussprechen?

Grafikdesigner können die Postreality, den Buchkontext oder Medienkontext, ebenso kreativ nutzen und nutzen dies auch schon, um neue Bedeutungen für Bilder zu generieren.

Beispiele sind die Berliner Zeitschrift *Lowdown* Nr 90: Photographers Issue, die sich in der Nr. 90 gegenüber der Fotografie grafisch stärker positioniert oder der Ausstellungskatalog *Suzanne Tarasieva, Juergen Teller. I am fifty, Paris 2014*. Er bringt auf dem Cover Hoch- und Querformat zusammen oder mischt innen sehr deutlich Privatfotos und Modefotografie. Postreality muss gestalterisch keine Quantensprünge vollziehen, es können auch einfache Ideen, wie bei Teller, sein. Ein weiteres Beispiel ist *Jannis Keil, Wie Weissrussland, nur besser, Berlin 2014*.

Grafikdesigner können die Fotografie postreal noch umfangreicher einsetzen, allerdings geht es immer noch darum, sich aus der liefernden Rolle (nur abzubilden) zu emanzipieren und die grafische Postreality als eigene Gestaltungsstufe erst einmal zu denken.

**POSTREALITY IST DEMOKRATISCH** Eggleston hat für sich (und die Fotowelt) das demokratische Bild gefordert. Postreality enthält ebenfalls eine demokratische Forderung. In der Postreality heißt demokratisch, jeder Beteiligte spielt die gleiche Rolle. Das heißt, Texter und Fotograf, Grafikdesigner und Fotograf, Architekt/Raumstrategie und Fotograf, werden gleichberechtigt, gleichbedeutend (gedacht) und behandelt. Das eröffnet ein neues Umgehen mit Fotografie.

**POSTREALITY IST INTERDISZIPLINÄR** Und das heißt auch, Postreality ist wahrlich interdisziplinär. Postreality heißt dann zum Beispiel, der Texter ist nicht mehr nur der Zulieferer für Ausstellungstitel, Legenden, Captions o.ä. in Büchern und Ausstellungen. Sondern Texte treffen gleichberechtigt auf Fotos. Oder Grafikdesign trifft gleichberechtigt auf Fotografie.

Dazu: Gudrun Scholz, *No Fat Poetry*. Berlin 2015, Manuskript. Die Idee von *No Fat Poetry* ist, dass in diesem Fall Text und Bild, auch

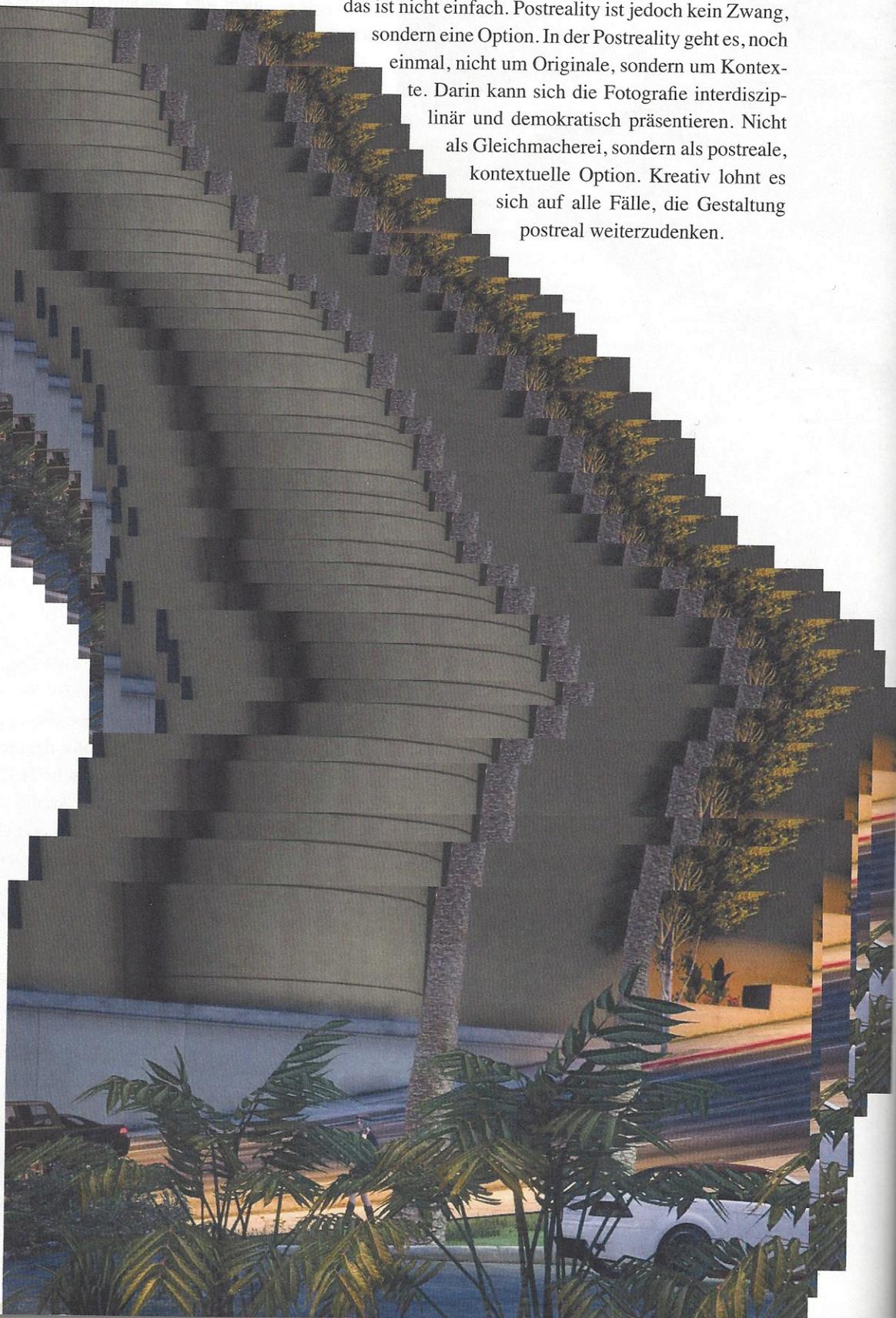
Grafikdesign und Fotografie (fast) die gleiche Rolle spielen (schließlich geht es natürlich noch um Fotos).

**POSTREALITY UND DAS ORIGINAL** Und noch ein abschließendes Wort zum Original. Spätestens bei der Postreality stellt sich die Frage, welches ist das richtige Foto / Bild? Ist es das 1:1 Bild, der Vintage Print, die erste Auflage, auch die zweite, unveränderte Auflage? Der Kunsthandel ist natürlich auf das 1:1, das Original, das richtige Bild weiterhin fixiert.

Das hat schon Marcel Duchamp vor ca. 100 Jahre angemerkt und meinte, dass Künstler auf Originale verzichten sollten. Auch deswegen machte er seine Ready Mades. Spätestens für die Postreality gibt es aber nicht mehr das richtige Bild, sondern viele richtige Bilder (und was ist das?), auch viele falsche Bilder oder einfach viele Bilder desselben 1:1 / Originals. So gibt es natürlich auch verschiedene Postrealities, sie werden durch den jeweiligen Kontext bestimmt.

Postreality ist für den Fotografen viel, sie heißt auch, Kontrolle abzugeben, auch das ist mit demokratisch gemeint, das ist nicht einfach. Postreality ist jedoch kein Zwang, sondern eine Option. In der Postreality geht es, noch einmal, nicht um Originale, sondern um Kontexte. Darin kann sich die Fotografie interdisziplinär und demokratisch präsentieren. Nicht als Gleichmacherei, sondern als postreale, kontextuelle Option. Kreativ lohnt es sich auf alle Fälle, die Gestaltung postreal weiterzudenken.

Gudrun Scholz, Dr. phil, (Kunstwissenschaften), Professorin für Designtheorie u.a. an der UdK Berlin, an den Hochschulen Bielefeld und Hamburg und an der Hochschule Hannover. Sie verlässt die Abteilung Design und Medien der Hochschule Hannover jetzt nach 18 Jahren und hat in dieser Ausgabe einen Artikel zur Fotografie beigetragen, in dem es nicht um Zweifel (an der Wirklichkeit), aber um Optionen (für die Wirklichkeit) geht. Alle Fotografien sind von Jens Gyarmaty.



## Impressum

## Herausgeber:

Hochschule Hannover  
Fakultät III  
Medien, Information und Design  
Abteilung Design und Medien  
Expo Plaza 2  
30539 Hannover

## Kontakt:

Alexandra Gomez Kaetz  
Telefon: +49 (0)511-9296-2464  
E-Mail: [redaktion@brasiliamagazin.de](mailto:redaktion@brasiliamagazin.de)

## Redaktion &amp; Konzept:

Daniel Barth, Benjamin Behrendt,  
Thimm Bubbel, Jasper Eisenecker,  
Alexandra Gomez Kaetz, Prof. Walter  
Hellmann, Ansgar Klemm, Prof. Dr.  
Gudrun Scholz

## Vi.S.d.P.:

Prof. Walter Hellmann

## Gestaltung:

Daniel Barth, Benjamin Behrendt,  
Thimm Bubbel, Jasper Eisenecker,  
Ansgar Klemm

## Schlussredaktion:

Alexandra Gomez Kaetz

## Autoren:

Constantin Alexander, Silan Bekjarov,  
Kiên Hoàng Lê, Prof. Iris Maria vom Hof,  
Jaron Lanier, Marisa Lattmann,  
Jascha Müller, Moritz Rosenkranz,  
Sebastian Schmidt, Prof. Dr. Gudrun  
Scholz, Maria Silies, Vermibus,  
Christian A. Werner

## Vertrieb und Rechte:

Marina Zlacki

## Anzeige:

Scheiße by Schamoni

## Druck:

gutenberg beuys  
feindruckerei, Langenhagen

## Papier:

DesignOffset Naturweiß 100g  
Magno Volume 130g  
Inapa Bavaria Glänzend 70g

## Schriften:

Monotype Grottesque  
Antique Olive  
Times Ten

## Auflage:

1.500 Exemplare

## Quellenverzeichnis/Bildnachweis:

Coverfrontseite: »Hommage an Mr. Bean« von Benjamin Behrendt  
unter Verwendung eines Fotos von Mary Harrsch.  
© 2015 Benjamin Behrendt

Coverrückseite: Büste des Kaisers Marcus Aurelius, 121-180 n.  
Chr., Metropolitan Museum of Art, New York City, Foto: © Mary  
Harrsch, flickr

Seite 1: [de.wikipedia.org/wiki/idealismus](http://de.wikipedia.org/wiki/idealismus)

Seite 2,16,72,84,118: Fanny Harlan

Seite 4: Constantin Alexander

Seite 8-15: Ludwig Ander-Donath und Volker Crone

Seite 17-19: Galerie Bohai

Seite 20-21: Mariano Camoiras Gonzalez

Seite 22-24: Suhwa Lee

Seite 31: Helge Krückeberg

Seite 34: Ansgar Klemm

Seite 37: Illustration © Brecht Vandenbroucke

Seite 38: Illustrationen © Hendrik Dorgathen, Anke Feuchtenberger,  
Ulli Lust und Stefan Marx

Seite 41-63: Christian A. Werner

Seite 65-71: Auszug aus Jaron Laniers 2014 erschienenen Buch  
»Wem gehört die Zukunft?« (Seiten 449 bis 457 ungekürzt). Aus  
dem amerikanischen Englisch von Dagmar Mallett und Heike  
Schlotterer. Abdruck mit freundlicher Genehmigung des Hoffmann  
und Campe Verlag GmbH, Hamburg, [www.hoffmann-und-campe.de](http://www.hoffmann-und-campe.de)

Seite 73-83: Thomas von Wittich

Seite 82: Übersetzung: Translatione – Agentur für Sprachdienst-  
leistungen

Seite 85-90: Illustrationen © Sebastian Schmidt

Seite 91-96: Jens Gyarmaty

Seite 97-111: Kiên Hoàng Lê

Seite 113: Daniel Barth

Seite 114: Prof. Iris Maria vom Hof

Seite 120: Illustration © Stefan Marx

Besonderer Dank an Maik Sperling für das tolle Teaser-Video und  
Stefan Marx für die wunderschöne Adaption des Hochschullogos.

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes bedarf der Zustimmung der Redaktion bzw. der Rechteinhaber. Jegliche Form der Vervielfältigung darf nur nach vorhergehender Genehmigung der Hochschule Hannover erfolgen. Die Texte und Abbildungen in dieser Ausgabe entsprechen der subjektiven Auswahl und Zusammenstellung durch die Redaktion. Die Herausgeberin übernimmt keinerlei Gewähr für die Aktualität, Korrektheit und Vollständigkeit der ihr zur Verfügung gestellten Informationen. Trotz sorgfältiger Prüfung kann die Redaktion keinerlei Gewähr für die Aktualität, Korrektheit und Vollständigkeit der uns bereitgestellten Informationen übernehmen.

Copyright © 2015 Hochschule Hannover

Alle Rechte vorbehalten.

