



Aus dem Fake-Projekt „Guantanamo Bay“ von Thomas Föllmer. Fotos von Kriegs-Gefangenen in dem amerikanischen Lager werden mit idyllischen Fotos der Bucht kombiniert. Abbildungen: Courtesy Thomas Föllner

© | Methoden - Atlas | künstlerisches Arbeiten

Monica Studer/ Christoph van den Berg . A Walk, A Ride, A Lift. Web-Projekt. seit 2001

Das Projekt

Mit dem Projekt „Vue des Alpes“ gibt es seit dem Sommer 2001 die Möglichkeit, in einem ausgedachten, am Computer erstellten Kurhotel 5 Tage lang ein Zimmer für einen digitalen Aufenthalt zu reservieren, inmitten einer erholsamen, gerechneten Landschaft, natürlich kostenlos. Auf der Internetseite, die gleichzeitig die Präsentation dieses Projektes darstellt, ergibt sich die Möglichkeit eines virtuellen Rundgangs durch das Hotel. Zu entdecken gibt es nicht bloß viele aufwändig gestaltete Möbel und Räume, auch ein Gästebuch steht beispielsweise zur Verfügung und gibt dem Besucher dieser Website das Gefühl, in einem „echten“ Hotel zu sein. Schilder am Eingang des Hotels, Baustellen in der nahen Umgebung und ein Ausblick auf die umgebenden Alpen verstärken den Eindruck einer scheinbar existierenden, eigenständigen Welt.

Eine zentrale Idee dieses Projektes ist die aus den Erinnerungen und Gedanken entstehende Darstellung eines Urlaubsortes, die Erinnerung und Erfahrung sowie Wirklichkeit und Täuschung basiert.

<http://www.vuedesalpes.com>

Die Methode

Fake (engl.): Täuschung, Imitat, hier: eine Reproduktion von Wirklichkeit oder eine fiktionale Darstellung der Realität und damit eine Täuschung der Sinneseindrücke

Sampling (engl.): Auswahl, Stichprobe, hier: die Darstellung, Wiederaufnahme oder das Zitat bereits vorhandener Texte, Bilder, Wirklichkeitsausschnitte

Medien



Computeranimation ist die Erzeugung von stehenden oder bewegten Bildern mit Hilfe von Computern. Der Begriff Computeranimation wird heute häufig in Zusammenhang mit 3D-Computergrafik gebraucht, wobei auch 2D-Computergrafik noch weit verbreitet ist.

Panorama

Landschaft: Wahrnehmung und Erinnerung von Landschaften und deren Darstellung, hier von Urlaubsorten in den Alpen

Verwandte Methoden

Mit Bildern spielen, Wandern, Flanieren und Reisen, Sich in fremde Rollen versetzen, Geschichten erfinden, Zum Spiel ermuntern, Räume erkunden

Analyse

- Informationen auf der Website <http://www.vuedesalpes.com> sammeln
- eigenständig einen Rundgang durchführen durch und ein Zimmer buchen
- die Umgebung erkunden
- Unterschiede zwischen deinen eigenen Urlaubserinnerungen und denen deines Aufenthaltes im „Hotel Vue des Alpes“ herausarbeiten: In wie weit beherrschen Stereotypen die Wahrnehmung?
- Unterschiede zwischen Computerspielen und dem Projekt erarbeiten

Praxis

- **Eigene Fake- Produkte und -Projekte** erstellen unter dem Aspekt: Wie verändern Wünsche, Träume, Erinnerungen, Täuschungen, Images, Erfahrungen... die eigene Wahrnehmung?
- Im Grunde genommen lässt sich fast alles „faken“. Sinnvoll ist dieser Prozess, wenn er reflektiert und besprochen wird. So können unterschiedliche Wahrnehmungsmuster unterschiedlicher Personen nachempfunden werden. Des Weiteren wird man durch den eigenständigen Umgang mit Fake-Produkten und -Projekten im Umgang mit den heutigen medialen Umwelten sensibilisiert. Werbung, Design und Bildbearbeitung gilt es zu erkennen und zu hinterfragen. Der kritische Blick wird gestärkt. Sinnvoll ist es, die Projekte und Produkte einem Publikum oder der Öffentlichkeit vorzustellen, um dadurch Mehrperspektivität zu erreichen und so seine eigene Wahrnehmung zu hinterfragen.
- Zu nutzende **mediale Skripte**: z.B.: Collage, Fotomontage, Webseitendesign, Zeichnung, Malerei, Plastik, Performance, Text, Druck, Design, Film, Recording ...
- **Inhalte: Landschaftsparaphrase**
- Fake- Geschichten über die direkte Umwelt, Fake-Landscape-Studies, Fake-Urlaubsbericht, Screenshots von Computerspielen zur Beleuchtung der eigenen digitalen Welten (z.B.: Posterprints), Fake-Traumhaus, Fake-Lieblingsort, Fake-Projekt zum Schulumbau
- Fake-Mapping, Fake-Rekonstruktion
- **Inhalte: Wünsche, Träume**, Erkennen von eigener und fremder Wahrnehmung, Lernen des kritischen Beobachtens
- Fake-Produkte, Fake-Marken (Herstellung von Markenimages und Logos)
- Fake-Selbstdarstellung, Fake-Biografie, Fake-Portrait, Fake-Karikieren, Fake-Personen/ - Typologisieren, Fake-Prominenz (Eigenwahrnehmung durchleuchten, Kategorisieren von Wahrnehmung hinterfragen)
- Fake-Nachrichtensendung, Fake-Synchronisation, Fake-Fotobearbeitung, Fake-Geschichten in der z.B.: in der Schülerzeitung mit Bildern und Texten, Fake-Anzeigen, Fake-Lexikoneinträge, Fake-Wikipedia-Einträge, Fake-Feiertag an der Schule, Fake-Mund-zu-Mund-Propaganda von Gerüchten (Stille Post), Fake-Sms