Herausgeber: M. Rudolf
Gestaltung und Satz: Wolfgang Hanauer, Frankfurt am Main
Druck und Litho: Erich Imbescheidt KG, Frankfurt am Main
Englische Übersetzung: Anna Martin und Neil Christian Pages
© 1994 Miyase Ceren, Dr. Klaus Klemp
Alle Rechte vorbehalten.

Editors: M. Rudolf
Design and Typeset: Wolfgang Hanauer, Frankfurt am Main, Germany
Printed and bound: Erich Imbescheidt KG, Frankfurt am Main, Germany
English translation: Anna Martin and Neil Christian Pages
© 1994 Miyase Ceren and Dr. Klaus Klemp
All Rights Reserved.

Dieser Katalog kam zustande, durch die freundliche Unterstützung von:
Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst, Wiesbaden
Stadt Frankfurt am Main/Amt für Wissenschaft und Kunst

Catalog made possible by the generous support of the
Ministry of Arts and Science, State of Hesse,
and the Department of Cultural Affairs, City of Frankfurt a. M.

Miyase Ceren

# double realities

Double Realities was exhibited at
Goethe House New York/German Cultural Center
September 16th – October 15th.

Katalog zur Ausstellung im
Goethe House New York/German Cultural Center
vom 16. September bis 15. Oktober

# miyaseceren

## refractions

## Brechungen

BY KLAUS KLEMP

No phenomenon is more symptomatic for the 20th century consumer society as the store window with its display of goods and offerings of artificial and real needs. One of the cofounders of social documentary photography, French photographer Eugene Atget, studied the store windows in Paris at the turn of the century, examining what had come to signify industrial society and popular taste. His photographs had the appeal of a very stark, but poetic side of daily life.

Store windows relate to photography by nature and reflect a larger whole, but their reality is not tangible. The window pane lies between the viewer and the object like a lens between the image and the photographer. With the latter there is a second refraction due to the photographic print, that alludes to reality without allowing us to take part in it. The presentation of the desired object is probably still the simplest, but also most effective form of transmitting the image. Other than the promises of media-related abstract advertising, the display in 19th century store windows created a direct relationship between consumer and product. It attracted and allowed the direct possession of the particular desired oject, granted the viewer had the monetary means.

»A walk down 14th Street is more fascinating than any masterpiece«
*Allan Kaprow*

»Ein Gang über die 14. Straße ist faszinierender als irgendein Meisterwerk der Kunste
*Allan Kaprow*

Kaum ein Phänomen ist so symptomatisch für die Konsumgesellschaften des 20. Jahrhunderts wie das Schaufenster mit seinen Warenauslagen und sinnlichen Anpreisungen scheinbarer und echter Bedürfnisse.

Bereits der französische Fotograf Eugène Atget, einer der Mitbegründer der sozialdokumentarischen Fotografie befaßte sich seit der Jahrhundertwende mit den Schaufensterreihen der Pariser Stadtviertel, die zum Signum der industrialisierten Massengesellschaft und eines typisierten Massengeschmacks geworden waren. Seine Aufnahmen hatten stets den Reiz einer kargen, aber hintergründigen Poesie des Alltags.

Schaufenster sind auf eine gewisse Art und Weise mit der Fotografie wesensverwandt. Auch sie spiegeln ein größeres Ganzes wider und auch ihre Realität ist nicht wirklich greifbar. Zwischen Kaufobjekt und Betrachter liegt die Schaufensterscheibe, wie zwischen Aufnahmegegenstand und Betrachter das Objektiv der Kamera. Bei letzterem kommt dann als zweite Brechungsebene noch der fotografische Abzug hinzu, der uns Realität vortäuscht, ohne daß wir ihrer habhaft werden könnten.



In her photographic reproductions, Miyase Ceren concentrated on New York retailers. However, she did not initially photograph the consumer highlights of an highliy developed product culture, but instead chose the everyday displays of grocers in those stores, that do not seem quite so appetizing. The photographically "frozen" details of fish stores and chicken grills, cookshops, slaughterhouses, and bakeries in Soho and Chinatown evoke visions of horror.

Later Miyase Ceren added the luxurious displays found on Fifth Avenue, with both contrasts and similarities with the previous images from poorer parts of town. There is almost no difference between the visual and contextual radicality of the luxury boutiques and department stores and the cookshops of the Bronx. Thus, these images of store windows document the daily antagonism between the artificiality of beauty represented in advertising and the reality of experience.

These images, however, do not rely solely on the documentary. Instead, they are objects for intensive study of surface and space or for the transmission of various object qualities. In this manner photographs do not reproduce reality, but – to paraphrase Susan Sontag – they produce reality in a new sense according to the principles of recycling. The differences between beauty and ugliness, truth and untruth lose importance. The images transform themselves into a dissonant texture of randomly available objects to the point where their character as products becomes nullified.

The serialism of the available and the artificial treatment of food both serve as metaphors for the industrial accessibility of nature, just as the mannequins in the Fifth Avenue windows reduce the human being to a one-dimensional functional identity. Each metaphor evokes its own world of images which claim their own visual autonomy, freed from their own objective content. The foci of different space and object constellations come together in a conceptual unit. Fixed photographic micro and macro perspectives in these store window worlds generate a total form which interchanges between an objective state and abstraction. Images of pictorial character emerge from this unit: deep-fried animals or copulating marzipan decorations on birthday cakes, sexist mannequins and muscular plastic heroes. One tends to draw conclusions on the identity of the consumers and producers, but soon the images are lost, revealing a surface structure, a light reflex or a niche.

Das Hervorzeigen eines wie auch immer begehrten Objekts in realiter war und ist wohl immer noch die einfachste, aber auch wirkungsvollste Form der Vermittlung. Anders als in der medialabstrakten Werbung, stellen die Warenauslagen der im 19. Jahrhundert entstandenen Schaufenster eine sehr unmittelbare Beziehung zwischen Konsumenten und Produkten her, versprechen, locken an und ermöglichen in dem dahinterliegenden Verkaufsraum die unmittelbare Aneignung des jeweils Gewünschten. Vorausgesetzt natürlich, man verfügt über die entsprechenden monetären Mittel.

Miyase Ceren ist in ihren fotografischen Reproduktionen den Auslagen vor allem New Yorker Geschäfte nachgegangen. Zunächst nicht so sehr den begehrt konsumerablen Highlights einer hochentwickelten Produktkultur, sonder den alltäglichen Auslagen der Lebensmittelhändler in jenen Geschäften, denen man nicht gerade zum Appetit angeregt gegenübersteht.

Die fotografisch erfaßten Details der Fischläden und Hähnchenbratereien, Garküchen, Schlachter und Kuchenbäcker von Soho und Chinatown bilden einen Anblick, der in der fotografischen Erstarrung zur Schreckensvision gerinnen kann.

In einer zweiten Phase hat sie Auslagen auf der 5th Avenue hinzugefügt, die in ihrer luxurierten Gespreiztheit ebenso kontrastierend wie ähnlich zu den vorausgegangenen Motiven der ärmeren Stadtteile sind. Die Anzüglichkeiten der Nobel-Boutiquen und Kaufhäuser stehen in ihrer visuellen und inhaltlichen Radikalität den Garküchen der Bronx kaum nach.

Diese Schaufensterbilder von Miyase Ceren werden so zunächst zur Dokumentation des alltäglichen Antagonismus zwischen Werbeschönheit und Erlebnisrealität.

Die Bilder verlagern sich aber nicht allein aufs Dokumentarische. Vielmehr nehmen sie das Vorhandene

zum Gegenstand eindringlicher Untersuchungen von Oberfläche und Raum oder zum Verhältnis unterschiedlicher Gegenstandsqualitäten.

So reproduzieren auch diese Fotografien nicht einfach das Wirkliche, sondern, um Susan Sontag zur Fotografie zu zitieren, »sie stellen es im Sinn des Recycling auf neue Weise zur Verfügung«. Unterschiede zwischen dem Schönen und Häßlichen, dem Wahren und Falschen werden belanglos. Die Bilder fügen sich zu einer dissonanten Textur vorhandener, willkürlicher Gegenstände, die durch die fotografische Vereinnahmung bis zu einem gewissen Grad in ihrem Produktcharakter egalisiert werden.

Seriellität des Vorhandenen und artifizielle Aufbereitung von Nahrungsmitteln werden ebenso zur Metapher industrieller Verfügbarkeit von Natur, wie der Anblick der Schaufensterpuppen auf der 5th Avenue den Menschen auf eine eindimensionale Funktionsidentität reduzieren. Beide evozieren eine eigene Bildwelt, die, losgelöst vom eigentlichen Bildgegenstand, visuelle Autonomie beansprucht.

Die Fokussierung unterschiedlicher Raum- und Gegenstandsbereiche findet zu einer konzeptuellen Einheit zusammen. Die fotografisch fixierten Mikro- und Makrobereiche der Schaufensterwelten generieren zu einer Gesamtform, die zwischen Gegenstand und Abstraktion changiert.

Aus dieser Einheit tauchen episodenhaft Bilder mit Erzählcharakter auf: Hier gebratene Tiere oder kopulierende Marzipanfiguren auf der Geburtstagstorte, dort sexistische Schaufensterpüppchen und kraftstrotzende Plastik-Helden. Man ist geneigt, Rückschlüsse auf die Wesenslage der Produzenten und Konsumenten zu ziehen, da verlieren sich die Bilder schon wieder im Ganzen, das eine Oberflächenstruktur, einen Lichtreflex oder einen Raumwinkel hervorzeigt.

Bis 1991 hat Miyase Ceren diese vorgefundenen Bilder als quasi monolithische Fotografien belassen.

In ihrer jüngsten Werkreihe nun hat sie das vorhandene Fotomaterial noch einmal gebrochen, indem sie verschiedene Fotografien zu einer sehr eigenen Form von Collagen montiert. Dieses Zusammenfügen bleibt dabei für den Betrachter durchaus nachvollziehbar. Die Übergänge erscheinen sichtbar, die Bilder sind nicht zusammengescanned wie dies heute täglich in den Massenmedien praktiziert wird.

Miyase Ceren macht unmißverständlich klar, daß sie diese Entdeckungen gesehen, fotografiert und dann als Ausgangsmaterial genutzt hat. Der Wahrnehmungsprozeß ist für den Betrachter noch deutlich nachvollziehbar. Die Bilder sind so Kunstformen mit einer eigenen Syntax und nicht Vorspiegelung von Realität. Was dabei bei den jüngsten Arbeiten immer wichtiger wird ist eine Art

Until 1991 Miyase Ceren left these images in the form of quasi monolithic photographs. In her most recent series of works, however, she breaks the existing photographic material again by building unusual collages with different photographs. This process remains evident to the viewer – the delineations are visible, the photographs are not scanned together as is done every day in the mass media.

Miyase Ceren makes it perfectly clear that she has seen these discoveries, photographed them and used them as starting point. The process of perception is traceable for the viewer; the images are artistic forms with their own syntax and are not pretences of reality. Here a kind of concrete poetry in the images has become more and more important in Ceren's recent works. Content appears to retreat in order to make way for structures of images. These rawly composed images develop a symphony of forms, lines, planes, surfaces, and details which harmonize and correspond with one other despite a lack commonality. This artistic fragmentation seizes at the contrasting nature of brutality of those contradictions ever present in large cities.



konkreter Bildpoesie. Die Inhalte treten scheinbar immer mehr zurück, um den Bildstrukturen Platz zu machen.

Die roh zusammengeklebten Bilder entwickeln eine eigene Sinfonie der Formen, Linien und Flächen. Oberflächen und Details harmonisieren und korrespondieren miteinander, wo es eigentlich gar keine Gemeinsamkeiten gibt. Diese künstlerische Fragmentierung greift eine Gegensätzlichkeit und Brutalität der Widersprüche auf, die uns in allen Großstädten alltäglich gegenwärtig ist.

Miyase Ceren verläßt gelegentlich die Schufensterwelt und mischt in ihre Fotokonfrontationen Bilder von anderen Lebenswirklichkeiten ein. Der Betrachter braucht lange, um noch differenzieren zu können. Und doch spürt er diesen Grenzgang, auf den ihn die Fotografien locken. Letztlich führen sie alle aufden Menschen selbst und auf seine Menschenwürde zurück. Die ist gründlich in Frage gestellt. Nicht durch die Fotografien, sondern in den Realitäten hinter den Brechungsmedien Bild, Fotoapparat und Schaufensterscheibe, die hier allesamt wie ein vielfaches Brennglas wirken.

Es wird uns ungemütlich auf der Netzhaut.

At times Miyase Ceren leaves the world of store windows and mixes images from other realities into her photographic confrontations. It takes the viewer a long time to recognize the differences and yet we feel a border here – the photographs draw us to that border and finally back to the human being and to humanity itself. Humanity and human dignity themselves are questioned, not through the photographs, but rather behind the ruptures of the media image, camera and store window – all function as an intensified burning glass – bringing dis comfort to the retina.