

Fotoserie

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **SuchtMagazin**

Band (Jahr): **47 (2021)**

Heft 1

PDF erstellt am: **17.07.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Fotoserie: New You



KNUT BURMEISTER

wohnt in Lörrach, Deutschland und arbeitet seit 2004 als freier Fotograf und Grafiker. Unter www.alltag.li zeigt er praktisch nichts von seinem Können, aber immerhin ein paar Kontaktdaten.

Leistung, Leistungsgesellschaft, «Achieving Society» – sicher kein einfaches Thema und sicher nicht ganz wertfrei zu behandeln. Klar, die prinzipielle Idee der Honorierung von Leistungen war ein guter Gegenentwurf zur lange vorherrschenden Ständegesellschaft, ein guter Ansatz zur Auflösung sozialer Schichten, aber wann erreicht eine gute Idee ihre Grenzen? Welche Alternativen gibt es ausserdem? Und: wie damit eine Bildserie füllen?

Auf der Suche nach Spuren der Leistungsgesellschaft, nach dem «Spirit», landet man recht schnell bei Werbung, Reklame oder Marketing. Dort wird Leistung und die unbedingt nötige Verbesserung selbiger manchmal subtil, manchmal «mit dem Holzhammer» zur Schau gestellt. Botschaft: Die Latte ist aus dem Stand nicht mehr zu überspringen. Manchmal gehen die Agenturen so weit, dass die jeweilige Kampagne mit einem kritischen Blick schon fast für zynische Satire gehalten werden kann. Produkte müssen dem «Höher, Schneller, Weiter» dienen, das verleiht ihnen den wahren Wert. Das Produkt gibt dem Konsumenten die Lebensberechtigung, das Mittel, um dranzubleiben und nicht durchs Raster zu fallen.

Wir wollten das Ganze noch etwas auf die Spitze treiben, haben uns ein virtuelles Produkt ausgedacht und möchten mit einer dazugehörigen Plakatkampagne den Spirit des «Mehr» ein wenig vorführen und die Betrachtenden für dessen Spuren sensibilisieren. Mittels Bildmontage haben wir die Plakate in reale Settings eingefügt. Die Fotos für die Kampagne entstanden in Lörrach, in Freiburg im Breisgau und in Olten.

Bücher



Das Depressionsbuch

Tobias Teismann/Sven Hanning

2020, Balance Buch + Medien, 272 S.

«Licht ins Dunkel bringen». Ziel des Buches ist es, Informationen zum Verständnis depressiver Störungen und deren Behandlung zu geben. Wir hoffen, dass die Informationen und Anregungen in diesem Buch Ihnen dabei helfen, sich selbst oder einen depressiven Angehörigen besser zu verstehen und – in dieser schweren Zeit – liebevoll zu begleiten. Geschätzt leiden weltweit etwa 350 Millionen Menschen an depressiven Störungen. Für ihre Entstehung und Aufrechterhaltung ist weder ein «Depressions-Gen» noch ein Mangel an Botenstoffen im Gehirn verantwortlich – die Wahrheit ist komplexer: Depressionen entstehen, wenn vielfältige biologische, psychologische und soziale Problemkonstellationen zusammenkommen. Vor diesem Hintergrund informiert das vorliegende Buch über den aktuellen Wissensstand zum Erscheinungsbild, zum Verlauf und zur Häufigkeit depressiver Störungen.



Macht Erfolg glücklich?

Marina Schall/Astrid Schütz

2021, hogrefe, 216 S.

Macht Erfolg glücklich und beliebt – oder unzufrieden und einsam? Manche Menschen verzeichnen viele berufliche Erfolge und dennoch verspüren sie Unzufriedenheit. Andere Menschen sehnen sich nach grossem Erfolg, haben jedoch das Gefühl, einem Phantom nachzujagen. Es existieren zahlreiche Ratgeber dazu, wie man möglichst schnell erfolgreich wird und das eigene Leistungspotenzial maximiert. Doch was bringen uns Erfolge? Machen sie uns glücklicher, bedeutsamer, beliebter oder umgekehrt unzufriedener und einsamer? Was sagt die Wissenschaft zu diesen Fragen? In diesem Buch geben Marina Schall und Astrid Schütz auf Basis wissenschaftlicher Befunde Antworten auf Fragen wie: – Warum streben Menschen überhaupt nach Erfolg? – Wie trägt Leistung und Erfolg zu Lebenszufriedenheit, Selbstwert und Beziehungen bei? – Wie gehen wir mit Erfolg um, wenn wir ihn haben?