

Bemerkungen betreffs einer Psychologie der fotografischen Handlung.

Von der Fotografie als sozio-kulturellem Akt:

Die Fotografie ist eine Kristallisation eines erblickten Momentes. Der "homo photographicus" wandert mit seiner Kamera durch die Welt, er drückt ab, ("klick"), und ein Teil der Welt ist in seinem Kasten festgehalten worden. In den entwickelten Ländern kommt mindestens eine Kamera pro Familie, und dies ist eins unter den Kulturcharakteristiken des westlichen Menschen. Dieses Charakteristikum ist ein dominantes: wer es nicht hat, der wird letztlich aus jeder Gesellschaft ausgeschlossen, welche westlichen Standard erstrebt. Das heisst: aus jeder Gesellschaft, welche die Welt mittels Bild erobert, sie sich dadurch einverleibt und beherrscht. Der fotografierende Mensch nimmt an der Unterwerfung der Natur teil. Er ist Herr, Natur ist Sklave. Aber: Hegel hat uns bereits gesagt, dass der Sklave den Herren beherrscht. Dieser eben ausgeführte edle Gedankengang ist der Unterbau der Ideologie des "homo photographicus". Und darauf hat, uebrigens, Eastman eine riesige Industrie aufgebaut, wobei er die Fotografie aus dem Griff der Professionellen ~~entzerrte~~<sup>loste</sup>, um sie allen ueberhaupt zuganglich zu machen. Der Markt der Fotografie wird vom Amateur aus definiert: er ist der "homo photographicus", mit seiner Kamera vor dem Bauch oder in der Tasche, der am Wochenende die weite Welt auskundschaften ~~ausgeht, wobei~~<sup>ausgeht, wobei</sup> diese durch die Turistenindustrie fuer ihn freigestellt wurde. Dieser "homo photographicus" ist ein Familienmensch: 60% seiner Bilder sind Familienbilder, (30% seine Kinder, 20% andere Familienmitglieder, 10% Haustiere); er ist nicht-professionell, (nur 20% aller Fotos auf der Welt werden professionell gemacht), sondern er jagt nach den Bildern aus purer Freude am Jagen, und sein uebriges Leben ist von anderen Dingen ausgefullt. Dieses Jagen ist nicht etwa sein Lebenssinn, sondern ein Beitrag zu seiner Lebensfreude. Diese sozial-aesthetische Struktur des Fotografierens wird sich wohl kaum aendern, solange sich nicht auch das Zeit-budget des Durchschnittsmenschen gesendet, und zwar radikal, haben wird. Man hat eine Wechselbeziehung zwischen Freizeitdauer und Fotohandel exakt feststellen koennen.

Wozu also, den Augenblick festhalten wollen? Es geht um die Vorstellung von "so uvenir", und diese beruht auf dem bewussten Erlebnis der Gebrauchlichkeit unseres Gedachtnisses, wenn wir es mit dem Reichtum der Welt vergleichen. Und auf dem Gefuehl der Unangemessenheit des Gedachtnisses an diesen Reichtum. Das "souvenir" Foto soll das Gedachtnis staerken. Daher der wunderbare Erfolg dieser visuellen Speicherung oder Erweiterung der Erinnerung, was allerdings nicht eine Erweiterung des Gedachtnisses selbst ist. Das Foto bringt das Bild des Augenblicks zu Papier oder entwirft es filmisch, und erst das Tonband wird ein gleiches mit dem Klang des Augenblicks erreichen. Das Foto ist Botschaft betreffs Raum und Zeit des "ich-hier-jetzt" an "mich oder Sie-anderwo-spater"; also kommunikative, gelegent-

lich geradezu kulturelle Konservenvuechse , welche diese Ersatzerfahrung bedingt. Wenn ich auf Leinwand, oder auf Kopie, (im Freundeskreis oder allein), ein Bild betrachte, dann habe ich auf einem kleinen Bruchteil meiner visuellen Sphaere eine vergangene oder weit zurueckliegende Erfahrung wiederhergestellt, und somit durch die gegenwaertige Welt eine andere hindurohprojiziert; welch Anspruch, welch Traum, welche Macht! Derart eine Welt in eine Dose verfrachten, sie in meine persoenliche Sphaere einverleiben, als Dokument festhalten, in die Ewigkeit eintragen!

Und jetzt, da wir nun dieses wunderbare Bild des "souvenir" haben, was sollen wir damit machen?

(1) wir werfen einen aufmerksamen und kritischen Blick darauf, so wie es uns, dem "homo photographicus", vom Labor als Kopie geliefert wird. Es ist dies der Jaegerblick auf das getroffene oder angeschossene Wildes.

(2) Sodann veraendern wir den Blick: er bleibt aufmerksam, aber jetzt, allein aber meist als Gruppe, richten wir den Blick so, dass dabei die zu ersetzende urspruengliche Erfahrung, die im Bild erscheknt, wiederhergestellt wird.

(3) Es gibt aber auch anders geartete Blicke darauf: naemlich unaufmerksame und zerstreute. Mit ihnen fahren wir in die Hoelle des Vergessens. Was beweist, dass die informationelle Abberufung des fotografischen Dokuments in unserem Fall, (im Fall des Amateurs), eine ziemlich niedrige Stellung in seinem Universum einnimmt. Man fotografiert, (angeblich), um Fotos zu besitzen. Tatsaechlich jedoch macht man sich wenig aus ihnen; man benuetzt sie, um sich laut (3) unaufmerksam und zerstreut zu erinnern. Die Lebensdauer des Bildes beschraenkt sich demnach auf wenige Sekunden, waehrend derer man es sich ansieht. Was bleibt nachher vom Foto uebrig? Es bleibt das Aufnahmen selbst. Fuer den Amateur, fuer 90% der Bevoelkerung, ist der Akt des Ausloesens, der Klick beim Fotografieren, das Wesentliche, und nicht die Sache Foto. Aller Wert liegt in der fotografischen Situation. Es ist demnach der fotografische Akt selbst, der im Mittelpunkt der psychologischen Analyse zu stehn hat.

Von den Ideoszenen, vom Fotografierbaren, und vom Fotografierten. Im Hintergrund des Fotografierbaren liegt die Gesamtheit der Ideoszenen. Wir nennen "Ideoszene" jene kristallisierbaren Lebensszenen, die auf der Linie des Universums des Lebewesens liegen, also alles, was zu einem identifizierbaren "visuellen Bild" fuehren kann. Der die Welt befahrende Mensch durchquert mehr oder weniger gesonderge, mehr oder weniger unzusammenhaengende Szenen, und er erfahrt jede einzelne darunter als eine "organisierte Ganzheit". Die fotografische Motivation entspringt der intuitiven Kenntniss, dass die Ideoszenen wertvoll sind, und wir haben kuerzlich in unserem Labor Arbeiten durchgefuehrt, welche versuchen, die psychologischen Merkmale und den Wert der Ideoszenen fuer ein Individuum zu analysieren. Verkuerzt laesst sich sagen, dass der "homo photographicus" einer diskreten Reihe von Ideoszenen gegenuebersteht, und dass er ihr gegenueber wie ein Filter funktioniert, das eine bestimmte Anzahl davon in seinem visuellen oder materialisierten Gedaechnis lagert.

Etwas ganz anderes ist das Universum des Fotografierbaren. Es ist eine Untergruppe der Gesamtheit der Ideoszenen, naemlich die Gesamtheit jener, welche vom fotografischen Werkzeug "aufgenommen" werden koennen. Im Widerspruch zu einer durch Werbung verbreiteten These ist das Universum des Fotografierbaren, fuer Spezialisten der Humanwissenschaften, auusserst eng im Vergleich zu jenem der Ideoszenen. Das Feld des Fotografierbaren ist eng begrenzt, und zwar weniger, weil die Vielfalt der technischen Bedingungen es begrenzen, sondern weil es von menschlichen Bedingungen und Situationen begrenzt wird. Diese sind selbst begrenzt durch das Zwischenspiel von Szene und "homo photographicus", (uebrigens ziehn wir diesen Ausdruck dem Ausdruck "Fotograf" vor). Und schliesslich ist vom Universum des Fotografierbaren noch die gesamte Untergruppe des tatsaechlich Fotografierten zu unterscheiden. Nebenstehende Tabelle gibt eine probabilistische, (und sehr approximative), Analyse der Chancen des Fotografen der von ihm befahrenen Welt gegenueber wieder.

Kurz: um aus dem Universum der Ideoszenen in jenes des Fotografierbaren zu kommen,

- muss (1) eine Kamera da sein, und jemand, der sie bedienen kann;
- (2) die Kamera muss ihre Nahrung - ihren Film - haben;
- (3) es muss ausreichende Belichtung, (mit dem vorhandenen Kameratyp kompatible), da sein;
- (4) das Blickfeld muss der Szene entsprechen: Orientierungsmoeglichkeit, Ausschnitt, richtige Entfernung.

Die Gesamtheit dieser Bedingungen filtert unter der Zahl der Ideoszenen das heraus, was man vernuenftigerweise das Universum des Fotografierbaren nennt. Aber es gibt noch weitere Bedingungen, die mit dem Fotografen oder mit der Szene selbst zu tun haben: (5) Geistesgegenwart, (rasche Entscheidung), ist noetig: Der Fotograf hat

eine Kamera, ist er aber in der Lage, sich ihrer rechtzeitig zu bedienen, bevor die Szene verschwindet? (Wir lassen hier jede technische Ueberlegung des Schappschusses beiseite, wir werden darauf zurueckkommen).

- (6) Zusage des Subjekts ist noetig. Das Recht der Person auf ihr Bild wird immer strenger geschuetzt und ist daher immer schwieriger erhaeltlich.
- (7) Die Szene soll durch die Gegenwart des Fotografierenden in ihr nicht geraendert werden. Dieses Problem ist bei Aufnahmen von Tieren oder Menschen besonders schwierig, und bei Menschen kommt noch dazu, was unter (6) gesagt wurde. Eine etwaige Zusage verfuehrt seitens des Fotografierten zu Einnahme von Posen, das heisst von Gekuensteln.

Selbst diese Filtrierung psychosozialer Natur reicht noch nicht aus, um die Welt des tatsaechlich Fotografierten zu bestimmen. Es ist zusaetzlich noetig, dass das Foto gelaenge. Es geht um einen Entscheidungsakt, und dahinter liegt noch eine ganze Kette anders gearteter Bedinungen, daher anderer moeglicher Quellen des Scheiterns. Etwa diese:

- (8) Das Foto geht aus den Haenden des Fotografierenden in jene des Labors, oder der Amateur tut die Laborarbeit selbst. Es muss entwickelt, kopiert, ge-

schnitten, dem Fotografen zurueckgesandt werden, bevor es in der Lage ist, einen Kontakt als visuelles Zeugnis das es ist mit einem menschlichen Empfaenger herzustellen. Auch hier schleicht sich eine nicht zu unterschaeztende Moeglichkeit des Scheiterns ein, wennauch diese bei Professionellen dank Sorgfalt und know-how verringert ist.

(9) Letztlich: Weit mehr als der Amateur, ist der Professionelle beim Fotografieren an einem zu erreichenden spezifischen Ziel engagiert. Er wird daher, nach Einblick ins Foto, zur aufgenommenen Ideaszene zurueckgehen wollen, um dort festzustellen, inwieweit er sein Ziel erreicht hat. Die Bedingung der Offenheit fuer Rueckkehr ist relativ leicht bei Landschaften oder Familienbildern, aber in vielen anderen, fluechtigen Faellen ist sie schwer zu erfuellen.

Was am Foto bemerkenswert ist.

Der Uebergang aus dem Fotografierbaren ins tatsaechlich Fotografierte wird durch den Begriff des Beachtlichen, Bemerkenswerten kennzeichnet, das heisst es geht um eine Auswahl von Werten aus dem Fluss des Bewusstseins. Die Soziologen und Psychologen fragen seit langem, was fuer Bedeutung diese Begriffe haben moegen, aber sie sind untereinander darueber einig, dass privat Bemerkenswertes von oeffentlich Bemerkenswertem unterschieden werden muss. (Meine Katze ist ein privat bemerkenswertes Wesen, die Katze der Koenigin von England ist ein oeffentlich beachtenswertes Wesen).

Der Amateur <sup>tappt</sup> ~~beruehrt~~ und greift einen Augenblick oder einige Augenblicke aus dem Strom des Werdens, und steht dabei unter starkem Einfluss des Vergaenglichen, das heisst einer Umwelt, deren Schauspieler undZuschauer er selbst ist, etwa unter Einfluss einer gegebenen Lichtsituation oder einer Zufallsbegegnung. Der Professionelle hingegen handelt intentionell, er sucht ein aufzubauendes Bild, er sucht einem beabsichtigten Augenblick zu begegnen, den er unter aesthetischen, historischen, oder technischen Kriterien erwaaht hat. Er sucht nach einer darzustellenden Form, um ein "Dokument" oder rhetorisches Bild herzustellen, das heisst ein demonstratives Bild, und das Werbefoto ist dafuer das einfachste Beispiel. Er hat ein Leistungsverzeichnis in der Tasche, und haelt sich daran. Er organisiert seine Handlungen so, dass etwas Eingebildetes sich in ein tatsaechliches Bild verwandelt. Bei seiner "fotografischen Jagd" motivieren ihn Kriterien wie Beachtlichkeit, Expressivitaet, Zutrefflichkeit in Bezug auf das gewaehlte Thema. Die weite Bildwelt steht zu seiner Verfuegung, und er verwandelt sie in "Dokumente".

Vom universellen Voyeurismus:

Der "homo photographicus" ist ein fuer die gesellschaftliche Welt laestiges Wesen. Er ist von ueberdurchschnittlichem Umfang, hat eine Kamera vor dem Bauch, falls er, wie meist; maennlich ist, (weibliche haben Minora in Handtaschen), und sein Verhalten ist sichtbar, was immer er tun moege: anstatt zu sehen schaut er, und wird daher selbst angeschaut.

Die sichtbaren Elemente der Welt koennen in passive Objekte und Lebewesen eingeteilt

werden. Der Grad, mit welchem der "homo photographicus" die Elemente beherrscht, ist sehr anders, wenn es sich um Lebewesen statt um Unbelebtes handelt. Im grossen und ganzen kann man die Welt des Fotografierbaren in drei Kategorien einteilen:

(1) Die Lebewesen oder Dinge, die der "homo photographicus" beherrscht, sind: seine Familie, sein Zeug zuhause, kurz, alles, das gegenstaendlich und unbeweglich da ist.

(2) Dinge oder Ereignisse im Universum dort draussen, also all das, was sich um den Fotografen nicht kuummert, und deren passiver oder gewohnter Zeuge er ist: der Zug, die Landschaft, die Kuh, das Schiff, fuer welche seine Gegenwart gleichgultig ist. Er unterwirft sich ihnen, ihrem Rhythmus und ihrem System, und er versucht, aus ihnen das Fotografierbare herauszuholen.

(3) Schliesslich jene Elemente, welche auf das Verhalten des Fotografen zurueckwirken, und ihm daher beherrschen: das Kaenguruh fuer die Dauer der fotografischen Jagd, die Braut, falls sie verlangt, als Liebende fotografiert zu werden, der Verbrecher, der versucht, dem Fotografiertwerden zu entgehen. In solchen Faellen tritt das Grundproblem Beobachter/Beobachtetes in seiner ganzen Schaerfe zutage.

Unser Team hat verschiedene Arbeiten betreffs soziologischen Fotografien einer situationellen Analyse unterworfen. Dies zeigt, wie sehr diese Verkettung von Beobachter und Beobachtetem das Verhalten des Beobachteten beeinflusst. Dies schmaelert den Anspruch des Foto darauf, Zeuge eines Ereignisses oder Mikroereignisses zu sein, da sie das Ereignis verzerrt. Das laesst eine Art von Unsicherheitsprinzip folgendermassen formulieren:

Die Praezision der Beobachtung eines Phaenomens, multipliziert mit der Verzerrung dieses Phaenomens in Gegenwart eines Beobachters, ist eine Konstante, welche ihrerseits eine Variable der hier angewandten Technologie ist.

Dies ist eine Zusammenfassung des Umstands, dass das Verhalten von Lebewesen desto mehr vom Beobachter verzerrt wird, je sichtbarer dieser fuer das Lebewesen ist. "Sichtbar" meint hier: als "homo photographicus" identifizierbar. Falls alle uebrigen Bedingungen gleich bleiben, insbesondere auf kultureller Ebene, ist diese Identifizierung des Beobachters <sup>durch das Lebewesen</sup> als "homo photographicus" fuer die Verzerrung des Verhaltens des Lebewesens entscheidend.

Daher ist die Qualitaet einer soziologischen Fotografie umgekehrt propotional zur "Fette" des Fotografen. "Fette" bedeutet hier den Grad seiner Identifikation als Beobachter seitens des Beobachteten. Selbstredend ist die "Fette" direkt propotional zum Volumen seiner technischen Ausruestung: Kamera, Teleobjektiv, Stativ, und Blitzlicht, all dies Werkzeuge, die ihn als Beobachter fuer den Beobachteten identifizierbar machen.

Zwar kommen in der Praxis noch weitere zahlreiche Parameter zur Beestimmung des Prinzips der Unsicherheit bei der fotografischen Vision ins Spiel, wenn es darum geht, die Verkettung Beobachter/Beobachteter zu praезisieren. Und doch: zweifellos ist es der technologische Fortschritt, der dafuer entscheidet. Er verringert

den Umfang der Kamera, die bei Fotografieren noetige Entfernung wird erweitert, und die von Vorarbeiten beanspruchte Zeit wird kuerzer. Man kann eine sehr detaillierte Analyse des Zusammenspiels dieser Faktoren machen. Die Grenze dieses Fortschritts zeigt der Mythos des Gyges. Es ist der eigentliche Mythos des Fotografen, jener des universellen Voyeurs.

Zwei Zukunftsvisionen fuer die Fotoindustrie:

(1) Die Fotografie ist, wie gezeigt wurde, eine Funktion des Durchschnittsbuergers, und sie wird es voraussichtlich fuer lange Zeit bleiben. Der Fotoberuf, (der des Bildjaegers, Fotojournalisten oder Schoepfers in einem Studio), steht am Rand der Gesellschaft als ganzer, aber er die Grenzen zwischen ihm und den Amateuren ist permeabel. So koennen aus der Masse der Amateure, dank Destillation, die besten unter den Amateuren zu ihm vordringen, und vom Zauber der Berufsfotografie gefesselt werden. Zwar begegnen einander Professionelle und Amateure in den gleichen Laeden an den Strassenecken, aber es sind die Professionellen, welche, durch Anspruchnahme von weitgestreckten Sortimenten, ein Netz von Fachgeschaeften ins Leben rufen, und daher die technisch-kommerzielle Infrastruktur des Fotografierens.

Was wird binnen zehn Jahren aus der fotografischen Geste innerhalb der Gesellschaft werden? Zwei technische Neuerungen finden bei Psychologen gemuegend grosses Interesse als moegliche Faktoren einer Veraenderung im Habitus des "homo photographicus":

(1) Das Hologramm: Die gegenwaertig fuer das Holografieren benoetigte Apparatur kostet ungefaehr 3000 DM, und erlaubt Kopien, deren Qualitaet sich schnell verbessern wird. Gleichzeitig wird der Preis auf ein Drittel oder Viertel fallen. Diese Kopien sind jedoch platzraubend, und das Erzeugen von dreidimensionalen Bildern appelliert daher an ein begrenztes Publikum. Das Sammeln von Hologrammen in grossflaechigen Wohnungen, um darin ausgestellt zu werden, waere Modesache. Solche eine Mode koemnte dank fuehrenden Amateuren der aesthetischen Verhaltensweise bald eingefuehrt werden. Gehen wir etwa einer Lebenswelt entgegen, in welcher Lebewesen und fotografische Phantome sich mit einander vermengen, und einander durchqueren?

Das Hologramm wird wahrscheinlich noch lange ein schwieriges Problem fuer dreidimensionale Speicherung bleiben. Voll entfalten wird es sich erst in grossen Wohnraeumen, wo es die Rolle von grossen Gemaelden oder von Familienfotos wird uebernehmen koennen. Die Fotoindustrie wird jedenfalls dazu Stellung nehmen muessen, ob nun dieses Gebiet in Zukunft unter ihrer Kompetenz bleiben wird oder nicht.

(2) Bildbearbeitung: Sie wird vorerst noch in den Laboratorien der Armeen und Universitaeten vorgenommen. Aber der Bedarf verarbeiteter Bilder ist bereits ausreichend, um die benoetigte Apparatur zu kommerzialisieren. Das Prinzip ist bekannt: Das Bild, (die Kopie, das Dia), wird in einen Analysator gegeben, der jeden Punkt aufnimmt, die Dichte misst, sie dank einer durch die beiden Koordinatenachsen begleiteten Zahl digitalisiert, und sie speichert oder einem Computer eingibt. Ein Bildanalysator kostet etwa 5-10.000DM, aber der Preis wird in den kommenden Jahren schnell auf mindestens die Haelfte fallen. Die auf diese Methode erhaltene digitalisierte Nachricht kann

von grossen oder kleinen Computern verarbeitet werden, und zwar auf Grund von vorbestimmten, standardisierten und gut verbreiteten Programmen, oder in Computerzentren, (besonders in jenen, die dank dem Wunder des time-sharing bald kuenstliche Intelligenz per Stundenzahler an jedes Geschaeft verkaufen werden). Die derart bearbeitete Nachricht wird am Ende dieser Kette in eine der Bildsynthese dienende symmetrische Apparatur rueckgefuehrt und diese liefert ein anderes Bild, das aber alle Eigenschaften der Bildbearbeitung enthaelt: so findet jeder verarbeitete Punkt seine urspruengliche durch Koordinaten bestimmte Stellung wieder.

Diese Bearbeitungsprogramme sind ausserordentlich variabel. Die einfachsten sind die Programme zur Bildrevitalisierung. Dabei kann das Register der Kontraste nach Belieben erhoert werden, wobei im Nachhinein das Gesamtgama der Aufnahme veraendert wird: ein graues Bild wird lebhaft, eine alte Kopie wird verjuengt und vom Grauton befreit, zu starke Schatten werden reduziert und zugunsten "interessanter" Formen korrigiert.

Aber man kann noch viel weiter gehen. Eine Farbkopie kann in einem Neo-Manierismus der Farbe voellig veraendert werden, beliebige Farbtoene koennen nach Wahl des Bearbeiters hinzugefuegt werden. Ein ganzes Gebiet fuer Variationen oeffnet sich: man ersieht bereits, wie die am besten akzeptierten Stereotypen emportauchen. Und weitere etwas heiklere Techniken sind durchaus moeglich: etwa die Solarisierung, die Verstaerkung der Konturen, die Verwandlung eines Fotos in eine Zeichnung; und selbst karikaturistische Schematisierung dank Deformation der Koordinatennetze. Wir stehen gegenwaertig im Stadium der Erforschung solcher Moeglichkeiten, und wir wissen, dass in solchen Sachen wissenschaftliche Forscher, (Physiker, Geographen, Biologen), immer schuechterner sind als Kuenstler.

Zwei Wege sind diesen Anwendungsmoeglichkeiten offen: Der selbstverstaendlichste waere jener zur Rettung kostbarer Bilder. Aber unsere ganze Entwicklung zeigt, dass in einer Gesellschaft der kommunikationellen Inflation die Bilder immer weniger Wert haben werden. Sie werden es immer weniger verdienen, gerettet zu werden, ausser im Bereich der Professionellen. Der andere, weit interessantere Weg fuehrt zu einem Neo-Manierismus des fotografischen Bildes. Dabei wird unmerklich das Sujet, oder der Praetext aus dem Bild abstrahiert und auf eine Form reduziert, welche fuer eine Reihe von interessanten Projektionen Ausgang bietet.

Ein Programm fuer die Entscheider der Fotoindustrie! Einige praktische Schlussfolgerungen tauchen aus dieser psychologischen Analyse auf, und einige marketing- und Forschungsrichtungen werden ersichtlich:

(1) Neue psychoanalytische Forschung betreffs der Bedeutung von Fotos fuer das Individuum. Der vorliegende Essay hat hierzu einige Aspekte nahegelegt. Aber es handelt sich darin nur um einen Modus der Annaherung. Die Untersuchungen von Milgram, Keim und unsere eigenen sind dafuer Beispiele. Insbesondere das, was wir das mikro-psychologische Studium der fotografischen Geste nennen. Darin rueckt in Direktheit und Tribalitaet das verallgemeinerte Ritual, Klick zu machen, und die dazu

gehorende Mikro-Entscheidung aus Licht. Dies erscheint fuer uns als eine der fruchtbarsten Methoden auf diesem Gebiet. Als erstes Resultat erwahnen wir die Entdeckung, dass die "kognitiven Kosten" und die <sup>generalisierten</sup> ~~individuellen~~ Kosten der Handlung, die Kamera auf etwas zu richten, weit hoeher sind als die Summe des "psychologischen Reservoirs", das im Lebewesen fuer die Mehrzahl der Anlaesse des taeglichen Lebens angelegt ist. Was hier im Spiel ist, ist der exzessive Preis, den man fuer den Uebergang aus dem Fotografierbaren ins tatsaechlich fotografierte zu zahlen hat.

(2) Was wir im Vorangegangenen taten, ist eine allgemeine Unterscheidung zwischen der Welt der Ideogramme, jener des Fotografierbaren, und jener des Fotografierten. Das stellt unter anderem folgende Frage: Wie kann man die Grenzen des Fotografierbaren mit der Welt der Ideogramme verschieben, und diese Verschiebung laeut der individualisierten Analyse statistisch erfassen? Das heisst: wie kann man dem Fotografieren die "Idee" geben, etwas anderes zu fotografieren als das, das er aus traditionellen Themen bereits kennt und dessen Stereotypen bekannt sind? Dies setzt voraus, dass es moeglich ist, eine Liste der Gesamtheit der Ideogramme aufzustellen.

(a) So etwas ist seitens Barker und Tolman in Angriff genommen worden.

(b) Was das Fotografierbare betrifft, so ist noetig, bei seiner Standardaufnahme alle oben angefuehrten Bedingungen in Rechnung zu stellen. Siehe beigelegte Tabelle.

(c) Was das tatsaechlich fotografierte betrifft, so ist fuer eine Standardaufnahme die Analyse des taeglich aus dem Bearbeitungsapparaten quillenden Fotos noetig.

(3) Man bedenke zum Beispiele/nichts als Fotos von unbewegten Gegenstaenden. Etwa die Kaffeekanne auf dem Tisch, den Stein auf dem Weg, denen ein Sinn gegeben wurde, als sie dank Belichtung dynamisiert wurden. Es gibt Kulturen, vor allem die orientalischen, die ohne Foto, dank konzentrierter Aufmerksamkeit und Achtung der Welt gegemeuber, dies geleistet haben.

(4) Und dann stellt sich die weitere Frage: Wie kann man die Grenzen des Fotografieren mit der Welt des Fotografierbaren verschieben? Wie kann man das Individuum "camera-conscious" machen? Dabei sind technische Faehigkeiten und die Anpassungsfahigkeit des Individuums an die Umwelt zweifellos wesentliche Elemente. Der dynamische Mythos des Fotografieren ist, wie gesagt jener des Gyges und seines Rings. Damit wollte gesagt sein, dass die Kamera ein ebenso gelaeufiges, und daher ebenso wenig beachtenswertes Werkzeug zu sein haette wie etwa der Kugelschreiber, die Armbanduhr, und daher das Bildermachen zu einer selbstverstaendlichen Geste wird, und dabei doch brauchbare Bilder an Leute liefert, welche auf den Seiten der Illustrierten geruhsam und blaetternd darauf hinschauen. Wir sind weit entfernt von einer Verwirklichung dieses Mythos. Einige technische Schwierigkeiten liegen im Wege vor allem das ebene Gesetz: Feinheit des Kornes x Empfindlichkeit = konstant. Diese Hindernisse koennen seitens des Psychosociologen nicht vernachlaessigt werden.



Aber er kann sie von sich weisen, und zwar de jure, weil er darauf hinweisen kann, dass es seine Rolle ist, ein "psychoanalytisches" Bild vom Fotoprodukt zu liefern. Und zwar nicht in jenem Sinn, wie es sich das durch den Markt geschulte Individuum vorstellt, (oder sich vorzustellen meint). Sondern so, wie es sich dieses Individuum eigentlich <sup>wünschen</sup> ~~wünschen~~ sollte, falls es im Einklang mit seinen eigenen tiefen Tendenzen wäre. Da das Freizeitbudget nur sehr langsam zunimmt, (etwa eine Stunde pro Woche alle zehn Jahre), wäre dies eine Verbilligung der Zeitkosten per Einheit eines jeden Klicks.

(5) Eine der einleuchtendsten Schlussfolgerungen der vorangegangenen soziopsychologischen Analyse des Fotografierens ist die Entdeckung, dass das Foto als Gedächtnisarchiv schlecht funktioniert. Das hängt davon ab, dass die kognitive Überfülle mehr noch als die umfangsmässige Überfülle die Leute behindert. Die Leute wissen nicht nur nicht, wo sie ihre Kopien aufheben sollen, sondern noch weniger, was sie überhaupt mit ihnen machen sollen. Das legt die Hypothese nahe, wonach die Leute das fotografieren, wofür sie bereits geistige Kategorien haben, anstatt neue Kategorien zum Zweck des Fotografierens von Ideoseenen überhaupt erst aufzustellen. Gäbe es einfache Methoden zum Zeigen, Klassifizieren, und Behandeln der verfügbaren Fotos, wäre so ein Ausarbeiten neuer Kategorien leichter, und es gibt dafür tatsächlich ein zunehmendes soziales Bedürfnis. Aber die Industrie ist dafür schlecht ausgerüstet. Es hat sich gezeigt, dass die Zeitkosten des Blicks und des Prozessierens des Wahrgenommenen zugunsten einer Gesamtpresentation und gegen die Presentation eines Einzelbildes sprechen. Der Blick muss sich dabei nicht so konzentrieren, um ein einzelnes Bild zu wählen. Der professionelle Fotojournalist ist eingeübt auf derartige hervorhebende Bildwahl, und es ist möglich, auch dem Amateur diese visuelle Kultur zu bieten, wenn seine schwache Motivation durch ein interessantes Angebot seitens des Fotohandels hierzu stimuliert wäre.

(6) Eine weitere Alternative für Anregungen bestehende mit Klarheit im Gegensatz zwischen Professionalismus und Amateurismus. Inwieweit können die halb-technischen Anwendungen des Fotos neue Felder finden, insbesondere die Fähigkeit des Fotos, genau die Tatsachen widerzugeben, (etwa bei Fotos von Verkehrsunfällen). Ein anderes Beispiel für halb-technische Anwendungserweiterungen wäre beim Aufnehmen eines Inventars von Möbeln, usw.

(7) Im allgemeinen müsste eigentlich die Aufgabe der Analyse der verschiedenen Rollen des Fotografierens darin bestehen, gerade ausserhalb der Statistiken neue Verwendungsmöglichkeiten für Fotografien zu enthüllen. Und zwar Prämien und Preise für solche dank Heuristik entdeckte Anwendungsmöglichkeiten zu bieten. Beispielsweise sollte solch eine Analyse auf die Möglichkeiten hinweisen, welche im Polaroid in bezug auf erotische Verhaltensweisen schlussern. Die Verminderung des Zeitintervalls zwischen dem Augenblick der Begierde, dem Klick, und der Verwirklichung der Vision im Bild ist einer unter den Faktoren, welche

zum Erfolg der Sofortentwicklung beigetragen haben. Dadurch wird vermutet, dass die Begierde, auf deren Verwirklichung lange gewartet werden muss; aus dem Bewusstseinsfeld verschwindet. Dass sie nur als ein neues Mikro-ereignis, voellig losgelooet vom urspruenglichen Ereignis, wiederkehre. Eine entsprechende Analyse des Emporstaehens dieser augenblicklichen fotografischen Kopie in einer Welt, die derart vom urspruenglichen Ereignis losgelooet ist, ist noch nicht geleistet worden.

(8) Der Fotomarkt wird aufmerksam die Entwicklung der Holografie verfolgen faessen in dreidimensionalen Portraet oder im Stilleben, welche die Lage diesbeueglich vom Grund auf veraendern koennen.

(9) Schliesslich ist wuensenswert, eine wegahnende Entwicklung ins Auge zu fassen. Naemlich jene, die sich vielleicht in Richtung einiger Anwendungsmoeglichkeiten in grossen Zentren bewegt. Zentren, die an Datenverarbeitungszentren angeschlossen sind, und daher kommerziell die Bilderbearbeitung auf Bestellung durchfuehren koennen, obwohl in anderen Lagen so etwas kommerziell nicht machbar waere. Insbesondere Sachen wie die Bewahrung von alten und vergilbten Probeabzuegen alter Fotos, wobei die fluegerischen urspruenglichen Versprechungen der Unsterblichkeit der Fotos erfuellt werden koemnten. Dies koemnte vielleicht zu einer voelligen Umstellung des ganzen fotografischen Prozesses fuehren.

Abraham A. Moles.