

# FOTOGENRES

---

Der Begriff Fotografie bezeichnet sehr unterschiedliche Bildverfahren. Dies sowohl im Hinblick auf die technischen Geräte, die dabei verwendet werden, und auf die Produktionsbedingungen allgemein als auch auf die Gebrauchsweisen und Präsentationsformen. Diese Heterogenität innerhalb eines Mediums wird mit verschiedenen begrifflichen Ergänzungen aufgefangen: Man spricht etwa von Newsfotografie, Aktfotografie, street photography, Stockfotografie, Landschaftsfotografie, Amateurfotografie usw. In diesen Wortschöpfungen vermengen sich Stilbegriffe, Motivspezialisierungen, Herstellungs- und Anwendungsbereiche zu einem Begriffs-Wirrwarr mit vielen Überschneidungen, die eine ästhetische Abgrenzung einzelner Bereiche – wir nennen sie Fotogenres – unmöglich machen. Eine Übersicht zu geben über die gebräuchlichen bzw. sinnvollen Unterscheidungen und sie in ihren Eigenarten kurz zu charakterisieren, ist der Zweck dieser Zusammenstellung. Weil bei Fotografen wie Fotoarchivaren verschiedene Begriffe im Umlauf sind, haben wir uns aus Gründen der Systematik dafür entschieden, die Produktionsbedingungen zum entscheidenden Kriterium zu machen und den Gegenstand einer Fotografie (Familie, Architektur, Landschaft) diesem unterzuordnen. Auch mit dieser Entscheidung wird die Darstellung nicht völlig konsistent, vermeidet aber immerhin Gattungssprünge auf der Begriffsebene.

Will man den Medientransfer von Fotografien unter den gegebenen Umständen untersuchen, dann macht dies nur Sinn, wenn in einem Genre nicht alle Bilder bzw. Aussagen möglich sind. Ein Fotogenre formiert sich, so die Ausgangsthese dieser Untersuchung, mit seinen spezifischen Geräten, Herstellern, Vertriebs- und Verwendungsformen und seinem Publikum zu einem Medium mit diffusen Grenzen und mit starken historischen Wandlungen. Doch auch wenn etwa Fotoamateure heute komplett anders arbeiten als Gleichgesinnte in den 1920er Jahren, so verbindet sie doch in der

Haltung zur Fotografie oder der Verwendung der Bilder mehr untereinander als etwa den Amateur mit dem Reportagefotografen. Dies ändert sich auch nicht, wenn einzelne Knipserbilder aus Handycams auf der Frontseite einer Tageszeitung auftauchen. Grundsätzlich bleibt sich die Gebrauchsweise eines Bildes im Bereich der Amateurfotografie treu, das heißt, sie entwickelt ihre eigene Tradition, die gleichsam parallel zu den Traditionen anderer Genres verläuft.

Um nun die Auswirkungen von Bildtransfers genauer zu erfassen und zu untersuchen, ist es unabdingbar, die diffusen im Umlauf befindlichen Charakterisierungen der Genres zu klären. Und dies nicht allein in Bezug auf ihre Produktionsbedingungen, darauf stellen wir unsere Bezeichnungen ab, sondern darüber hinaus auf die primären Publikationskontexte mit ihren materiellen Voraussetzungen bis hin zu den Rezeptionsweisen und allgemeinen Gebrauchsformen eines fotografischen Bildes. Entsprechend behandeln wir in unserer Zusammenstellung bei jedem Genre folgende Aspekte:

**GEGENSTAND  
PRODUKTIONSBEDINGUNGEN  
PUBLIKATIONSMEDIUM  
REZEPTIONSWEISE  
SEMANTIK DES MEDIUMS  
TRANSFER**

Erst wenn ein Bild innerhalb dieser Matrix verortbar ist, wird es in einem fremden Erscheinungskontext als fremd wahrnehmbar, gewinnt dadurch eine neue Bedeutung und kann insofern zum Gegenstand unserer Forschung werden. Dem oft vernommenen Hinweis, die Gattungsgrenzen in der Fotografie hätten sich längst aufgelöst, begegnen wir mit einer pragmatischen Haltung: Wo ein Bild sich nicht einem Fotogenre zuordnen lässt, wird es da zugerechnet, wo es gerade auftritt. Ausführliche Befragungen von Fotografen ergaben zudem, dass

Fotogenres für ihr Schaffen nach wie vor relevant sind, selbst dann, wenn sie gleichzeitig in verschiedenen Bereichen tätig sind. Der Umstand, dass in jüngerer Vergangenheit viele unterschiedliche Arten von Fotografie in öffentlichen Ausstellungsräumen gezeigt wurden, trug dazu bei, die Genres in ihrer je eigenen Ästhetik freizustellen und so einen *ästhetischen Reflexionsraum* zu eröffnen. Genau da bewegen sich viele der aktiven Fotografen und operieren mit den semantischen bzw. ästhetischen Prägungen der Fotogenres, im Bewusstsein, dass ein solches Spiel nur so lange Sinn macht, wie die jeweiligen Verweise lesbar bleiben.

Hier geht es also mehr um den Transfer einzelner Bilder als um die Verschiebung ganzer Modalitäten der Bildproduktion oder -rezeption. Die Reflexion und vorgetragene Reibung fotografischer Perspektiven kann bereits die Arbeit eines Fotografen ausmachen oder begleitet sie zumindest eng bei der Bedeutungsbildung. Zugespitzt formuliert, könnte man daraus folgern: Nur eine Fotografie, die zur falschen Zeit am falschen Ort erscheint, wird einer Wahrnehmung und Theoretisierung zugänglich und kann demnach ihr künstlerisches Potential entfalten. Diese Geste wird etwa dann erkennbar, wenn ganze Archive von findigen Künstlern oder Konservatoren von der Mulde ins Museum verschoben werden. Auch das Bergen und Verschieben ganzer Konvolute, die gegenseitige Spiegelung der Genres, die enormen Migrationsbewegungen von Bildern lassen sich nicht adäquat als Diffusion beschreiben. Offen bleibt allerdings, ob sich dereinst eine entsprechende Dispersion einstellen wird – dann allerdings wird auch der Begriff des Transfers obsolet.

# FG.1 NEWSFOTO- GRAFIE

## GEGENSTAND

News- oder Pressefotografien erfassen ein aktuelles Ereignis von öffentlichem Interesse. Sie repräsentieren mitunter komplexe politisch-historische Zusammenhänge in einem Bild. Entsprechend wichtig ist der Augenblick, die Fähigkeit des Fotografen, zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort das richtige Ereignis aufzunehmen. Das wird insbesondere da zum Problem, wo für den erwarteten Andrang der Fotografen feste Termine und Kanäle vorgesehen sind. So besteht eine der Herausforderungen darin, bei Pressekonferenzen bekannter Politiker, bei wiederkehrenden Sportereignissen oder bei Einladungen von Kriegsparteien trotz der einschränkenden Bedingungen sich ein eigenständiges Bild zu machen.

## PRODUKTIONSBEDINGUNGEN

Die Technik wird einerseits durch die Ansprüche an die Beweglichkeit des Fotografen bestimmt, andererseits durch die Bemühung, die Betrachter möglichst nah – wenn möglich näher als der Fotograf selbst – am Ereignis teilhaben zu lassen. Kommt hinzu, dass der «entscheidende Augenblick» sich oft nicht auf Anhieb erfassen lässt und eine Serie von Aufnahmen notwendig macht. Die Fotografen arbeiten seit der Erfindung der legendären Leica Ia mit Kleinbildkameras und 35-mm-Rollfilm. Während bei dieser Kamera das Objektiv nicht auszuwechseln war, konzentrierte sich die anschliessende Entwicklung auf immer leistungsstärkere Zoom- und Teleobjektive.

Seit Mitte der 1990er Jahre arbeiten die Bildredaktionen vorwiegend mit digitalen Bildern. Die digitale Kamera hat sich in weniger Jahren so weit entwickelt, dass die qualitativen Ansprüche (Auflösung) eines Zeitungs- oder Magazinbildes ohne weiteres erfüllt werden können. Dies bedeutet Einsparnisse im Bereich des Filmmaterials, die aber vorerst durch die dichten Modellfolgen wieder eingefordert werden. Die digitalen Fotografien lassen sich zudem viel schneller übertragen, so erreicht heute ein Bild, egal wo auf der Welt geschossen, innerhalb von zwanzig Minuten die Agentur

und wird von da umgehend an die Zeitungsredaktionen verteilt. Dennoch kam es in jüngster Zeit gelegentlich vor, dass Laien mit ihren Handycams Bilder machten, wie sie kein Fotograf liefern konnte – weil sie näher am Ereignis oder von ihm gar betroffen waren. Solche Bilder kommunizieren gerade durch ihre technische Unzulänglichkeit eine Unmittelbarkeit und beeinflussen letztlich auch die ästhetische Ausrichtung professioneller Fotografen. Erfolgreich sind solche Bilder allerdings nur, wenn sie von grossen Agenturen übernommen werden und in die entsprechenden Distributionskanäle gelangen.



Kenji Nagai (Reuters)

Die meisten Tageszeitungen beschäftigen eigene Fotografen, die für die lokalen Ereignisse zuständig sind. Internationale Bilder vermitteln die News-Agenturen an die Redaktionen. Diese lösen so genannte Abonnements und erhalten täglich insgesamt bis zu 2000 Bilder zur freien Auswahl und Publikation. Mit solchen Verträgen sichern sich die grossen Agenturen ihre Marktdominanz. Bilder kleinerer Agenturen oder freier Fotografen werden unter diesen Umständen nur dann recherchiert und speziell abgerechnet, wenn ihr Inhalt unverzichtbar ist und sich nicht anderweitig abdecken lässt.

Obwohl der Bildanteil in cm<sup>2</sup> in Tageszeitungen in den vergangenen Jahren deutlich grösser und bunter geworden ist, haben sich die Einflussmöglichkeiten des Fotografen kaum verbessert. Mit der Grösse der gedruckten Formate werden die Bilder stärker beschnitten, um sie dem Seitenlayout anzupassen. Und mit der Farbe kommen Faktoren ins Spiel, die nach wie vor im Verlaufe des Produktionsprozesses so weit variieren, dass die Bildatmosphäre davon stark beeinträchtigt wird.

## PUBLIKATIONSMEDIUM

Pressebilder werden vornehmlich in Tageszeitungen und Magazinen gedruckt. Sie illustrieren meist einen grösseren Artikel, können aber auch selbständiger auftreten oder im Rahmen einer speziellen Rubrik Anlass für eine eigene Legende sein. Auch im redaktionellen Teil werden die Fotografien von einer Legende und einem Hinweis auf die vermittelnde Agentur und z.T. auf den Autor begleitet. Die Einbettung in Textbotschaften entlastet das Bild und weist ihm nur, wie von Bildherstellern oft beklagt wird, eine «Beleg- oder Alibifunktion» zu. Aufgrund dieses Zusammenhangs sei es nicht entscheidend, dass ein Bild Informationen zu einem formal dichten visuellen Gefüge verarbeitet, sondern lediglich die Aufmerksamkeit der Leser mit signalhaften Zeichen auf sich und den nebenstehenden Text lenke. Zusammen mit der Zuspitzung auf eine Tagesaktualität, der Präsentation in einem täglich neu erscheinenden und verfallenden Medium, ist auch der zeitlichen Gültigkeit eines publizierten Pressebildes ein enger Rahmen gesetzt. Einzelne Bilder steigen allerdings dennoch zu Ikonen auf, werden von andern Medien aufgenommen und so einem erweiterten Publikum zugänglich.

Tageszeitungen werden auf leichtes (45g/m<sup>2</sup>), holzhaltiges Papier gedruckt. Seine Oberfläche ist matt und weist oft einen naturweissen Ton auf, Spezialbeilagen sind möglicherweise farblich abgesetzt. Bilder werden in einem 40er-Raster aufgedruckt, die Farbpunkte zerfliessen leicht auf dem faserigen, saugfähigen Papier und bleiben matt. Nicht nur an den hellen Stellen wird so der Papierton ins Kolorit des Bildes eingetragen, auch in schwarzen Bereichen bleibt ein heller Schimmer, der von nicht gefärbten Fasern herrührt. Grauwerte entstehen aus der unterschiedlichen Grösse der Punkte, Farbwerte aus der optischen und subtraktiven Mischung unterschiedlich grosser Farbpunkte (Cyan, Magenta, Yellow, Black). In den vergangenen Jahren hat der Anteil der



Leica, 1923



Durst Lambda 130

Farbbilder deutlich zugenommen, auch deren Farbtintensität, so dass die Pressefotografie ihren Schwarzweiss-Charakter verliert und sich stärker an die Werbung angleicht. Umgekehrt wird ein Druck in Schwarzweiss besonders bedeutsam, erscheint in einer eigenen Sachlichkeit, vielleicht zur Markierung einer zeitlichen Distanz. Dem Sonnenlicht ausgesetzt, vergilbt das Zeitungspapier schnell, einem anhaltenden Interesse für ein Bild sind so auch von konservatorischer Seite her Grenzen gesetzt.

#### REZEPTIONSWEISE

Innerhalb der Printmedien beanspruchen Zeitungen das weitaus grösste Format. Zusammengefaltete und zu einzelnen Bündeln ineinandergeschobene Blätter geben das materielle Gerüst. Selten steht genügend Platz zur Verfügung, um eine Zeitung für die Lektüre ganz auszubreiten. Man hält sie also mit beiden Händen als Winkel vors Gesicht oder schlägt die jeweils gelesene Seite unter, so dass sich das Format halbiert. Egal wie geübt man dabei ist, die Lektüre wird akustisch begleitet von einem Knittern und Rascheln, einem papierernen Räuspern, das das tonlose Abtasten der Zeilen rhythmisch gliedert. Um diesem Rascheln zu begegnen, oder vielmehr die Zeitung handlicher zu machen, haben in den vergangenen Jahren viele Titel auf das Tabloid-Format (235×315 mm) umgestellt. War es zuvor – vor allem im englischen Sprachraum – besetzt von Boulevardzeitungen, vollziehen mit der Formatänderung nun tatsächlich viele Zeitungen einen Wandel hin zu schneller rezipierbaren Informationseinheiten.

Der Umfang einer einzelnen Ausgabe ist im Allgemeinen unabhängig von der Dichte mitteilenswerter Ereignisse. Deshalb variiert die Wichtigkeit der Berichte, und der Leser ist immer aufgefordert, seine Auswahl zu treffen. Dies umso mehr, als er die Zeitung üblicherweise im Abonnement bezieht und nur selten auf Grund einer Schlagzeile am Kiosk erwirbt. Die einzelnen Blätter

und Magazine konkurrenzieren sich ebenso gegenseitig wie die einzelnen Berichte in einer Zeitung. Nicht nur die Schlagzeile, auch die Bilder spielen bei dieser Auswahl eine entscheidende Rolle. Einmal ausgewählt, verbraucht die Lektüre den Text, die Information, so die Anforderung an journalistisches Schreiben, wird in einem Leseakt vollständig abgegeben bzw. aufgenommen. Dieses Rezeptionsverhalten wirkt sich auch auf die Betrachtung der Bilder aus, unabhängig von deren formaler Organisation oder Schönheit. Es bestimmt Bilder als Informationsträger, die in einem kurzen Verfahren geladen und wieder abgerufen werden können.

#### SEMANTIK

Pressebilder gelangen über Zeitungen und Magazine ans Publikum. Ihre grosse Auflage und ihre kurze Halbwertszeit ziehen auch die «Substanz» des Bildes in Mitleidenschaft. So steht der Aufwand beim Verfärgen der Fotografien – die weiten Reisen, die langen Wartezeiten, die Risiken etc. – zur schnellen Verbrauchszeit der Bilder in einem ungleichen Verhältnis. Um diese Diskrepanz aufzufangen, betonen die Pressefotografen zum einen die allgemeine politische Relevanz ihrer Arbeit, zum andern bemühen sie sich um eine formale Ausarbeitung der Bilder, die möglicherweise im Anschluss an die Historienmalerei den Geltungsanspruch einer Aufnahme über den Augenblick hinaus verlängert.

#### TRANSFER

Drei Arten von Verschiebungen sind erkennbar: 1. Eine Pressefotografie wird in einem musealen Zusammenhang gezeigt, aber in ihrer ursprünglichen Erscheinung als Vorlage, einem Vintage Print. Häufig wird bei diesen Präsentationen auf Orts- und Zeitangaben verzichtet, auch um die den Moment überdauernde Gültigkeit des Bildes zu betonen. → AA.5, BISCHOF, S. 43 2. Man zeigt ein gedrucktes Pressebild in einem musealen Kontext, einer Vitrine, einer Installation, und übernimmt dabei das Zeitungspapier als Träger. Die «materielle Semantik» des herkömmlichen Publikationskontextes wird dabei mittransferiert und gegen die aktuelle Präsentation des Originals gesetzt. → AA.4, BURRI, S. 38, → AA.8, WOZBLICKE, S. 65 3. Der Erscheinungsmodus eines Pressebildes mit Druckraster wird in eine andere Materialität übertragen und in einem Kunstkontext als Reflexion auf einen ursprünglichen Gebrauchskontext gezeigt. Um das Raster zu betonen und sichtbar zu machen, wird das gedruckte Bild vergrössert wieder-

gegeben, gemalt oder als Siebdruck reproduziert (Polke, Warhol etc.). Der Verweis auf ein massenmedial verbreitetes Bild bleibt erhalten, wird aber in der Rezeption gerne mit einer Kritik an der medial vermittelten und somit manipulierten Realität verbunden. Nicht zu vergessen ist schliesslich, dass Agenturen grosse Teile ihrer Bestände speichern und als historische Dokumente, als Symbolbilder oder Stockbilder wieder einer interessierten Öffentlichkeit zugänglich machen.

## FG.2 REPORTAGE- FOTOGRAFIE

#### GEGENSTAND

Die Reportage besteht aus einer Serie von fotografischen Aufnahmen. Sie versteht sich als eine Berichterstattung über politische, kulturelle und im weitesten Sinne gesellschaftliche Ereignisse. Der Fotograf sucht die Nähe zu ihnen und vermittelt diese Nahsicht: Was sich im Bild ereignet, ereignet sich in der Welt. Bei aller Ähnlichkeit zur Newsfotografie ist die Reportage vom Anspruch geleitet, auch Hintergründe, Motivationen und Zusammenhänge darzustellen. Die Reportage emanzipiert sich vom Text, ein Sachverhalt soll vorwiegend mit bildnerischen Mitteln wiedergegeben werden. Der zeitliche Bezug zur Abfolge eines Ereignisses soll gewahrt bleiben, seine performative, prozesshafte Qualität kann aufgenommen werden, ohne den «entscheidenden Augenblick» zu treffen. Stärker als beim Pressebild wird hier der erzählerische



Reprokamera

oder dramaturgische Aspekt wichtig, auf formaler Ebene die Blickführung, der Perspektivwechsel und die Abfolge der Bilder.

## PRODUKTIONSBEDINGUNGEN

Voraussetzungen für die Reportage sind die Erfindung der Kleinbildkamera und des Rollfilmes, die Möglichkeiten des Reisens und die illustrierten Zeitschriften als Publikationsforum der Bildfolgen. Sie setzt implizit auch voraus, dass weite Teile einer Bevölkerung nicht reisen können, sich aber dennoch für fremde Kontinente und andere Lebensweisen interessieren. Der heroische Reportagefotograf ist ständig unterwegs, «sein Atelier ist die Welt», und erst bei der Rückkehr zu seiner Agentur oder seinem Fixpunkt lässt sich das eingebrachte Bildmaterial sichten, entwickeln und vergrössern. Entsprechend vermittelt der klassische Reportagefotograf nicht allein aktuelle Ereignisse, sondern «ganze Kulturen» und Landschaften. Mit der Verbreitung des Fernsehens, mit dem zunehmenden Angebot erschwinglicher Reisen verliert die Reportage an Bedeutung und konzentriert sich in einem verlängerten kolonialen Gestus auf die unerschlossenen Weltregionen, die unentdeckten Völker. Aus technischen wie aus ästhetischen Gründen beschränkt sich die Reportagefotografie bis in die 70er Jahre auf Schwarzweissbilder, häufig in starken Kontrasten abgezogen, um die Dramatik der Ereignisse zu betonen.

Oft arbeitet der Reportagefotograf nicht in einem festen Auftragsverhältnis, ist jedoch einer Fotoagentur angeschlossen, die eine bestimmte Handschrift pflegt und den Redaktionen bestimmte Regeln auferlegt, wie etwa das Verbot der Beschneidung der Bilder oder die Nennung von Fotoagentur und Autor. Da die Möglichkeiten zur Publikation von Reportagen in den vergangenen Jahren nochmals deutlich abgenommen haben – der Anfang vom Ende wird gewöhnlich auf die Einstellung von Life 1972 datiert –, ist heute die Anzahl ausschliesslich in der Reportage tätiger Fotografen sehr klein.

## PUBLIKATIONSMEDIUM

Das herkömmliche Medium der Reportage ist die Bildillustrierte, das Bildmagazin, später auch das ethnografisch orientierte Fotobuch. Mit dem Preis des Magazins steigt die Papierqualität, gestrichene oder glänzende Papiere sind nicht selten, sie bleiben aber leicht und entsprechend anfällig für Knitter. Die Abfolge der Bilder wird auf mehrere Seiten verteilt, so dass die Dramaturgie zusätzlich vom Rhythmus des Umblätterns mitbestimmt wird. Die

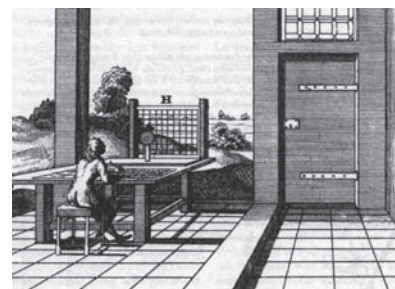
Beiträge sind unterschiedlich stark auf Bilder ausgerichtet, doch spielen diese die dominierende Rolle und werden von einem mehr oder minder ausführlichen Bericht begleitet. Der Erscheinungsrhythmus eines Magazins bestimmt dessen Verfallszeit, die Hefte werden auch gesammelt und gelangen zuweilen mit entsprechender Verzögerung ein zweites Mal auf den Markt. In einzelnen Fällen behalten die Bilder dank ihrer formalen Kraft die Gültigkeit über die erstmalige Publikation hinaus und werden dann, nicht zuletzt als historische Dokumente, in anderem Kontext neu rezipiert. Die inhaltliche Ausrichtung der in Frage kommenden Magazine reicht vom populärwissenschaftlichen Text bis zum Infotainment. Die Grenzen zur Dokumentar- oder Wissenschaftsfotografie sind denn auch fließend, und je nach Formatierung des Textmaterials werden auch die Fotografien entsprechend wahrgenommen.



Eine Gotthelf-Leserin (A. Anker)

## REZEPTIONSWEISE

Reportagen werden als Bildberichte mit Wahrheitscharakter aufgenommen. Das fotografische Bild fungiert als Zeugnis, belegt mitunter Missstände, die wiederum vom Betrachter eine Empörung und entsprechendes Handeln einfordern. Die anhaltende Aufklärung über die Konstruktionsmöglichkeiten des Mediums Fotografie findet hier ihren Kern und auch ihren Widerstand. Denn nach wie vor greifen diese bildlichen Appelle, zuweilen auch wider Willen, und sie tun dies vollkommen unabhängig von Bildqualität und Präsentationsweise. Demgegenüber steht der engagierte



Vorrichtung zum Zeichnen

Kriegsfotograf, der gerade weil er seine Fotografie neben dem moralischen auch mit einem ästhetischen Anspruch verbindet, in die Kritik gerät. Und dies insbesondere dann, wie im Fall von James Nachtwey, wenn er seine Bilder, auch aus Mangel an Publikationsmöglichkeiten, noch vor Ablauf ihrer politischen Relevanz in einen Ausstellungskontext überführt.

## SEMANTIK

Die Abbildung einer wahren Umwelt ist mit einem ethischen Anspruch verbunden. Der Fotograf darf sich weder von propagandistischen noch von voyeuristischen Interessen leiten lassen. Das Aufzeigen sozialer Missstände, die Berichterstattung aus Kriegs- und Krisengebieten, ist mit der Hoffnung verbunden, durch bildliche Unmittelbarkeit und Information die Politik zum Handeln zu bewegen. Dies bedeutet, unter Umständen einem Publikum auch solche Geschehnisse zur Kenntnis zu bringen, die dieses nicht zu betrachten wünscht, vor denen es jedoch die Augen nicht verschliessen sollte.

Der Anspruch der Reportagefotografie auf Wahrhaftigkeit wird paradoxerweise durch jene Bildberichte bekräftigt, die Unwahrscheinliches bezeugen, etwas «was man nicht wahrhaben möchte» und nicht wirklich passiert sein sollte. Da fungiert die Fotografie am eigenständigsten, unabhängig vom jeweiligen Erscheinungskontext. Ist der Bericht weniger appellativ, weniger auf ein Ereignis fokussiert, tritt die Wirklichkeitsfrage zu Gunsten einer ästhetischen Rezeption zurück. Die Reportagefotografie, so könnte man präzisieren, setzt die bildnerischen Mittel ein, um die Dramatik zu regulieren. Dieser Spielraum verträgt sich nicht mit dem Anspruch aller Magazine. Über die redaktionellen Anforderungen hinaus beeinflusst der materielle Auftritt die Bedeutung der Bilder. Mit dem Glanzgrad und dem Gewicht des Papiers steigt die Bedeutsamkeit, die man von publizistischer Seite den Fotografien beimisst. Die Semantik des Trägers ist



Azulejos de Estaç

immerhin so bedeutend, dass sich gewisse Konstellationen auszuschliessen scheinen. So etwa ein Bericht über Elend und Krieg im Hochglanzmagazin – immer natürlich zusammen gedacht mit den Werbungen jener Marken, die ein entsprechendes Zielpublikum anvisieren und letztlich die Zeitschrift auch finanziell tragen.

### TRANSFER

Die Reportagefotografie ist, weil die ursprünglichen Publikationsmöglichkeiten verschwunden sind, seit den 1980er Jahren häufig im Museum anzutreffen ist: als Fotoband, als monografische Ausstellung eines bekannten Fotografen → AA.4, BURRI, S.38, → AA.5, BISCHOF, S.43 als Kunstpostkarte oder Edition. Das gilt nicht nur für Nachlässe, sondern auch für Neuaufnahmen aus aktuellen Krisengebieten. Diese Verschiebung ist oft mit einem Verlust an Information verbunden. Enthielt die Ausgangsserie einen Bericht über eine akute Situation, so werden bei der Zweitverwertung oft nur die schönen oder beeindruckenden Bilder ausgewählt, einzeln präsentiert und mit knappen Legenden versehen. Die Narrativität der Serie geht verloren, zudem ist die Präsentation in musealen Räumen häufig mit einer starken Vergrößerung der Bilder verbunden, die oft irritiert und wohl in ihrer Wirkung unterschätzt wird. In der Ausstellung werden die Fotografien im Raum simultan wahrnehmbar, so dass die mit dem Fotoband oder der Zeitschrift vorgegebene Rhythmisierung und Linearität wegfällt. In der vom Display nahegelegten Rezeptionsfolge entstehen neue Korrespondenzen und Bezüge zwischen den verschiedenen Bereichen entnommenen Bildern. Dabei bleiben sie in den vorwiegend monografischen Ausstellungen quasi unter sich, d.h. dem Rückverweis auf den Autor und dessen Œuvre verhaftet. Das primäre Publikationsmedium für die Reportage wird sich, sollte diese Form des Bildberichtes oder zumindest der Genrebegriff überleben, vom Magazin dauerhaft in ein anderes Forum verlagern.

## FG.3 DOKUMENTAR- FOTOGRAFIE

### GEGENSTAND

Im anglosächsischen Raum wird die Dokumentarfotografie mit einer sozialkritischen Fotografie gleichgesetzt, die sich mit der bekannten Fotostudie der Farm Security Administration über die verarmte Landbevölkerung der USA als eigenständiges Genre etabliert hat. In unserer Anwendung des Begriffs bezeichnet Dokumentarfotografie eine präzise, sachgerechte Fotografie, die weder einer bestimmten Perspektive noch einer politischen Absicht verpflichtet ist. Dass sie dabei nie ganz ideologiefrei vorgehen kann, nie alle ihre Bedingungen mitreflektieren und kommunizieren kann, wird vorausgesetzt. Zumal heute nicht mehr davon ausgegangen wird, dass Fotografie eine objektive, unvermittelte Transkription physischer Erscheinungen vornimmt, sondern auch die Kamera ikonische Zeichen hervorbringt. Dennoch kann sich ein Fotograf bemühen, seine Darstellungen in einem sachlich-nüchternen Modus zu halten, der jegliche persönliche Handschrift eliminiert. Insofern könnte man von einer Bildrhetorik der Objektivität sprechen, die ästhetisch streng reglementiert ist.

Überschneidungen gibt es mit der Sachfotografie besonders in den Fällen, wo sie zur Inventarisierung eingesetzt wird. Gegenstände der Dokumentarfotografie sind beispielsweise die Veränderung einer Landschaft, die Gebäude einer Stadt, die Vegetation eines bestimmten Landstrichs. Sofern sie auf natürliches Licht angewiesen ist, werden mitunter normierte, klar festgelegte Bedingungen abgewartet (leichte Bewölkung, Herbst- oder Frühlingslicht) und auf jegliche Lichtdramatik verzichtet. Der Fotograf bemüht sich, den Gegenstand unabhängig von allen Zufälligkeiten zu zeigen und sich an eine als neutral gesetzte Bildsprache zu halten. Entsprechend zeigt ein Dokumentarbild keine situativen Momente.

### PRODUKTIONSBEDINGUNGEN

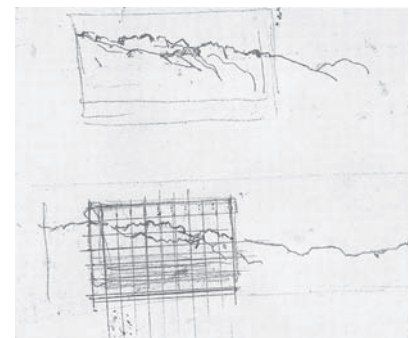
Dokumentarfotografien entstehen meist im Auftragsverhältnis. Sie sollen Zeugnis ablegen über einen Tatbestand oder Sachverhalt, der sich verändert hat oder verändern könnte. Im Bereich der ethnografischen Fotografie, der Klassen- und Fahndungs-

fotografie werden auch Menschen dokumentarisch erfasst. Häufig gelangen diese Bilder ins Archiv, bevor sie einer Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Nicht nur als Tatortfotografie dient das dokumentarische Bild der Wahrheits- oder zumindest der Entscheidungsfindung. Es wird als Dienstleistung für Politiker, Stadt- und Raumplaner eingesetzt, aber auch für Investoren und bestimmt – als Satellitenbild etwa – auch die Kriegsführung.

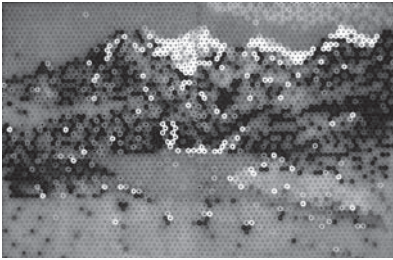
In der Dokumentarfotografie kommen vorwiegend Grossformat-, aber auch Mittelformatkameras zum Einsatz, um detailreiche Negative und Abzüge zu erhalten. Diese Verfahren sind zum einen teurer als Kleinbildaufnahmen, zum andern erfordern sie eine umfassende Vorbereitung und entsprechenden Aufwand an Gerätschaften wie Stativ, Beleuchtung, Generator etc. Es ergibt sich allein aus diesen Bedingungen, dass keine Streubilder entstehen und dass dabei ruhende, klar erfassbare Motive fokussiert werden. Entsprechend minimal ist ihre historische Entwicklung. Sie wird vor allem durch technische Neuerungen bestimmt. Zu diesen gehört etwa eine Kamera bzw. ein Fotosystem, das aus einem Rahmen besteht, der sowohl mit verschiedenen Objektiven als auch mit verschiedenen Rückteilen (Kassetten) für die analoge wie digitale Aufzeichnung von Bildern im Format 4×5» bestückt werden kann. Das Gewicht der Kamera beträgt einen Bruchteil der herkömmlichen Plattenkameras und lässt insofern den Fotografen beweglicher werden.

### PUBLIKATIONSMEDIUM

Dokumentaraufnahmen werden nicht für den massenmedialen Gebrauch produziert und sind meist an einen klaren Verwendungszweck in einem zuvor bekannten Kontext gebunden. Sicher bestimmt das Archiv die primäre Erscheinungsform, die ersten Abzüge werden, wenn überhaupt, häufig



Tour Noir (F. Hodler)



Oeschinensee

auf anspruchslosem Material (Archivkopie) gezogen. Kriterium ist hier weniger die ästhetische Erscheinung als die Haltbarkeit, die Lagerbedingungen und die praktische Handhabung. Publikationen erfolgen vorab im Bereich von Fachzeitschriften und Sachbüchern (Archäologie, Architekturbücher, Kriminalistik etc.), doch auch da ist die Präsentation zweckgebunden und die Autorschaft tritt insofern in den Hintergrund, als die Fotografen keinen Einfluss nehmen auf Format, Beschneidung und Druckqualität. Entsprechend ist auch die Bandbreite der Erscheinungsformen von aufwändigen und sorgfältig gestalteten Firmenschriften bis hin zu bescheidenen Fachzeitschriften für den kleinen Kreis.

#### REZEPTIONSWEISE

Bei allen Positionierungen hat das Bild gegenüber dem Text lediglich eine bestätigende, illustrierende und verifizierende Funktion. Es geht um die visuelle Vermittlung von Sachverhalten, und die Bildgestaltung sollte sich dieser unterordnen. So genügt in weiten Bereichen die Schwarzweissfotografie, zumal sich eine Situation, eine Formenwelt über das Helldunkel gar geschlossener und reduzierter vermitteln lässt als über farbige Aufnahmen. Andererseits sind es technische Grenzen, eingeschlossen die schlechte Haltbarkeit von Farbfotografien, die etwa ein baugeschichtliches Archiv schwarzweiss erscheinen lassen und so wiederum den architekturgeschichtlichen Diskurs mitprägen.

Diese untergeordnete oder angewandte Funktion von Dokumentarfotografien und die ästhetische Gleichgültigkeit, mit der ihnen im primären Rezeptionskontext begegnet wird, darf nicht zur Annahme verleiten, sie wären ohne gestalterisches Bewusstsein hergestellt. Im Gegenteil erfordern sie über den technisch-handwerklichen Aufwand hinaus eine grosse gestalterische Erfahrung, um die geforderte Zurückhaltung, Objektivität und Informationsdichte unter den gegebenen, oft kontingenten Umständen zu wahren.

#### SEMANTIK

Die strengen stilistischen Regeln und handwerklichen Ansprüche, denen die Fotografie im Bereich der Dokumentation unterworfen wird, zeigen, dass sie nicht per se als Medium der Wahrheit angenommen wird. Dass sie dabei die Wirklichkeit inszeniert, verweist auf die Absichten des Genres: Über die Bedingtheit einer menschlichen Wahrnehmung hinaus will man im fotografischen Bild zur gültigen Repräsentation eines Sachverhaltes, zur Objektivität, vorstossen. Tatsächlich weisen dokumentarische Fotografien z.T. eine Schärfe, einen Blickwinkel oder einen Kontrastumfang auf, der vom selben Standpunkt aus mit dem blossen Auge nicht hätte wahrgenommen werden können. Hinzu kommen jene Aufnahmen im Grenzbereich zur Wissenschaftsfotografie, die etwas aufzeichnen, was dem unbewaffneten menschlichen Auge in Folge von Geschwindigkeit, Grösse oder der Unzugänglichkeit des Ortes entgangen wäre.

#### TRANSFERS

Die Dokumentarfotografie hat massgeblich dazu beigetragen, dass sich auch die Kunstmuseen für Fotografie öffneten. Hielten Bernd und Hilla Becher noch an architektonischen Motiven fest, um sie im Museumsraum in einen typologischen Vergleich zu stellen, richteten ihre Schüler die Grossformatkamera auf Menschen, Architekturlandschaften und situative Arrangements, um anschliessend möglichst scharfe, detailreiche und ungewohnt grossformatige Abzüge herzustellen. Auch eine Generation von Schweizer Fotografen – Faure, Madörin, Schwager, Stollenwerk, Iselin u. a. – liess sich sowohl technisch als auch stilistisch von der Dokumentarfotografie anleiten, obwohl ihre Bilder von Beginn an im Hinblick auf eine museale Präsentation geplant worden sind. Die strenge Bildsprache wird gepaart mit selbst entwickelten Konzepten, die sich an künstlerischen Ansprüchen orientieren. Werden solche freien Arbeiten anfänglich von den Fotografen mit Aufträgen oder Stipendien querfinanziert, können sie durchaus den Start einer Karriere im Kunstbetrieb bedeuten.

Dank ihres Platzes im Archiv überleben viele Dokumentaraufnahmen grosse Zeiträume, ohne weiteren Selektionen unterworfen zu werden. Nicht nur ihre dargestellten Dinge ändern sich oder verschwinden derweilen, auch die Paradigmen wissenschaftlicher Erkenntnisfindung verschieben sich, so dass die historischen Dokumentarbilder, entgegen ihrer ursprünglichen Absicht, auch zu Zeugen einer bestimmten Blickweise auf-

gerufen werden können. Das Interesse richtet sich dann, im Sinne einer Beobachtung zweiter Ordnung, auf die Art und Weise, wie die Fotografien ihren Gegenstand erfassen, wie in einem bestimmten kulturhistorischen Umfeld Objektivität konstruiert wird.

## FG.4 KUNSTFOTO- GRAFIE

#### GEGENSTAND

In den vergangenen Jahren ist die Fotografie allgemein stark in den Kunstbetrieb integriert worden. Künstler bedienen sich vermehrt dieses Mediums, aber auch Kuratoren haben sich darum bemüht, entdeckte Archive, Nachlässe oder auf nicht künstlerische Fotografien ausgerichtete Sammlungen der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Auf der andern Seite sind es Nachlassverwalter oder noch lebende Fotografen, die ein angewandtes Œuvre in den Kunstkontext zu überführen hoffen, um es so einer weiteren Verwertung zugänglich zu machen und seine Bewahrung zu sichern. Deshalb erscheint es wenig sinnvoll, alle im Kunstmuseum präsentierten Aufnahmen als Kunstfotografie zu bezeichnen, zumal oft ihre Herkunft aus einem anderen Genre mitbetrachtet und reflektiert werden will.

Gleichzeitig ist die heutige Kunstfotografie, also eine Fotografie, die im Hinblick auf einen Kunstkontext geschaffen wird, kaum mehr an ihren stilistischen Merkmalen zu erkennen, wie das etwa zu Zeiten des Piktorialismus der Fall war. Insofern eignet sich die Genrebezeichnung nicht als Stilbegriff, weil auf ästhetischer Ebene grundsätzlich alles möglich scheint. Die Kunstfotografie zeichnet sich geradezu dadurch aus, dass sie die ästhetischen Eigenheiten anderer Genres aufnimmt und weiterverarbeitet. Sie ist seit 1970 stark konzeptionell ausgerichtet und reflektiert, nachdem sie zuvor eher den Anschluss an Bildtraditionen der Malerei suchte, sowohl den Bezug zur sichtbaren Realität wie auch den zu anderen Bildtraditionen.

#### PRODUKTIONSBEDINGUNGEN

Kunstfotografie, in unserer Auslegung des Begriffs, wird eigens für das Betriebssystem Kunst hergestellt. Die Möglichkeit der Fotografie zur verlustlosen und unendlichen Vervielfältigung wird dabei mit limitierten

Auflagen bewusst eingeschränkt und mit der Signatur des Fotografen den herkömmlichen Kunsteditionen angenähert. Nur so lässt sich ein Name bzw. eine Marke aufbauen und im erfolgreichen Fall die hohen Preise erzielen, die durch die unmittelbaren Produktionskosten nicht zu begründen sind. Die Entwicklung zum Kunstfotografen kann dabei kontinuierlich stattfinden und parallel zu Auftragsarbeiten, in denen oft dieselben Geräte und Apparaturen verwendet werden.

Im Unterschied zur ersten Generation von Kunstfotografen, die vor allem in der aufwändigen Bearbeitung des Abzuges die künstlerischen Möglichkeiten und Legitimation sahen, stellen heutige Fotografen ihre eigenen Abzüge kaum noch selbst her. Prints werden heute bei spezialisierten Firmen in Auftrag gegeben. Selbst bei Aufnahmen, die nicht explizit als surreale Montagen aufgebaut sind, ist die Digitalisierung des Negativs inzwischen die Regel, um Nachbearbeitungen zu erleichtern. Die Belichtung des Fotopapiers erfolgt dann direkt ab digitalen Daten oder das Bild wird mit einem Tintenstrahldrucker auf Papier oder anderes Material geplotet. Neu und beliebt in Kunstkreisen ist etwa der Ausdruck auf ein unmerklich beschichtetes Büttenspapier, was den Abzug in die Nähe von Kunstdrucken rückt. Im Unterschied zum herkömmlichen Fotopapier, das auch in der matten Version einen synthetischen Schleier beibehält, wirkt dieses fast rustikal, mit seiner offenen Oberfläche vollkommen matt, und die Farbe gewinnt darauf eine erstaunliche Tiefe. Die mangelhafte Lichtechtheit der Farben, die bisher ein Hindernis für den Handel und die museale Präsentation war, scheint mit den pigmentierten Tinten, so behaupten es die Händler, gelöst zu sein. Durch Arbeiten von Jeff Wall bekannt geworden und deshalb anfänglich mit der Inszenierten Fotografie verbunden, ist auch die Präsentation grossformatiger Bilder in Leuchtkasten. Die Fotografien erhalten damit die Leuchtkraft von Bildschirmen und sind nicht mehr auf eine externe Beleuchtung angewiesen. Allerdings lässt sich allein mit drucktechnischen Mitteln eine entsprechende Erscheinung auch nicht annähernd erreichen, so dass alle Reproduktionen deutlich hinter dem Original zurückbleiben.

Die museale Präsentation, die Handelsform einer Kunstfotografie oder die gedruckte Version weichen zum Teil erheblich voneinander ab. Der Besuch einer Ausstellung wird so nicht nur, was die Formate anbelangt, zum besonderen Erlebnis, sondern erschliesst dem Betrachter mitunter



Bildbetrachter

die tragende Bildwirkung, wie sie in Reproduktionen nicht zur Geltung kommen kann. Deshalb lässt sich, ähnlich wie beim Tafelbild, auch zwischen verschiedenen Reproduktionsebenen einer Fotografie ein semiotisches Verhältnis ersehen, wobei die Höhe der Auflage oft die Distanz zum Original vorgibt. Ein wesentlicher Teil der Arbeit des Fotokünstlers besteht in der präzisen Überwachung der Produktion bis hin zur Präsentation im Ausstellungsraum: Träger, Reproduktionsverfahren, Format, Rahmung, Hängung, Auflage, Preis, all dies muss bestimmt werden und abgestimmt auf eine mögliche Rezeption und Nachfrage. Rechte und Entscheidungsbefugnisse bleiben ausdrücklich beim Fotografen, und er wird in der Regel auch bemüht sein, die Vertriebskanäle seiner Bilder zu kontrollieren.

#### PUBLIKATIONSMEDIUM

Primäre Erscheinungsform der Kunstfotografie ist eine museal-räumliche Präsentation. Damit unmittelbar verbunden sind Einladungskarten, Plakate, Pressebilder, Kunstkarten, Kataloge. Wichtig bei diesen sekundären Verarbeitungsformen, die ja immer auf dasselbe Negativ bzw. Datenmaterial zurückgreifen und kaum Verluste aufweisen, ist ihr Rückverweis auf ein Original. Der Vintage Print ist ein vom Künstler hergestellter oder auch nur autorisierter Abzug, der auch in einer kleinen Auflage (bis zu 12 Exemplaren) ausgegeben werden kann. Technische Voraussetzung der verschiedenen Handelsformen von Fotografie ist ihre Haltbarkeit, die etwa im Bereich der Farbfotografie zumindest mit einigem Misstrauen beobachtet wird und Bedingungen voraussetzt, die eine Lagerung und Präsentation erheblich erschweren.

#### REZEPTIONSWEISE

Die räumliche Präsentation der Bilder erlaubt dem Betrachter, sich vor dem Bild frei zu bewegen, ohne den Träger zu berühren. Es herrscht bezüglich Farbanteilen und

Stärke ein bestimmtes Licht, eine bestimmte Temperatur und oft eine kontrollierte Luftfeuchtigkeit. Das Ambiente ist dezent, das Bild ist mit einem Rahmen oder auf einer Aluminiumplatte gegen die Wand abgesetzt und auf Augenhöhe gehängt. Das Museum als Raum der Kontemplation reduziert andere Aktivitäten als die Betrachtung auf das Notwendigste und setzt ein explizites Interesse der Besucher voraus. Diese sehen ein Bild aus unterschiedlichen Distanzen und Blickwinkeln, und sie sehen es nicht allein: Bei monografischen Ausstellungen ist es ein Werkkontext, bei thematischen Ausstellungen die Bearbeitung eines Motivs. Es gibt fotografische Werke, deren Wirkung sich erfahrungsgemäss nur in der räumlichen Präsentation erschliesst und die in andern medialen Präsentationsformen letztlich unzugänglich bleiben.

#### SEMANTIK

Kunsträume sind symbolische Räume. Sie sind geprägt von einer gesellschaftlichen Wertschätzung für die Kunst und bestimmen insofern das Rezeptionsverhalten. In Bezug auf einen konkreten Raum sind es die Architektur, die Sorgfalt und Präzision der Inszenierung und schliesslich die Ausstellungstradition der betreffenden Institution, die die Semantik des Mediums prägen. Hinzu kommt der je aktuelle Ausstellungskontext, die aktuelle Bedeutung respektive das Preisniveau der beteiligten Künstler und nicht zuletzt die allgemeine Aufnahme beim Publikum, die sich etwa in der Zahl der anwesenden Besucher ausdrückt.

#### TRANSFER

Die kulturelle Aufmerksamkeit scheint derzeit grösser zu sein als die Innovationsfähigkeit der Kunstproduktion. In dieser Situation werden Bilder aus andern Produktionsgenres für das Museum erschlossen, sei von Künstlern selbst, sei von Kuratoren. Es gehört mittlerweile zum festen Programm von Kunstinstituten, immer neue Fotobestände



Fernseher, alt

zu erschliessen. Dabei spielt ihre primäre Verwendung eine untergeordnete Rolle. Wichtiger sind die Verfügbarkeit, die Qualität und Dichte eines Konvolutes und seine Unbekanntheit, die es erlaubt, eine Entdeckung zu lancieren. So gelangten in den vergangenen Jahren verschiedene Bildbestände an die Öffentlichkeit, die nicht unbedingt dafür vorgesehen waren: von der Polizei- und Tatorfotografie über Amateurfotos bis hin zu Dokumentar-, Sach- und Reportageaufnahmen. Überdies arbeiten viele Künstler mit Fotomaterialien, ohne sich explizit als *Fotokünstler* zu verstehen, präsentieren ihre gesammelten Fotoarchive im Kunstkontext oder lehnen sich in ihren Fotoarbeiten an bestehende Genres an. Die Kunstfotografie erweist sich hierhin als sehr adaptionsfähig und sowohl ihre ästhetischen wie technischen Errungenschaften lassen sich oftmals als Weiterentwicklung bestehender Gattungen erkennen. So gesehen fungiert das Genre der Kunstfotografie als *Transfermedium* und inszeniert, wie oben beschrieben, sein Spiel mit den Genres, mit der semantischen Komplexität eines unter der weitläufigen Bezeichnung Fotografie erfassten Bildmediums. Der Anspruch auf einen unverfälschten und unmittelbaren Einsatz der medialen Möglichkeiten wechselt dabei im geschichtlichen Verlauf mit reflexiveren Arbeitsformen. Konstituierend bleibt, dass die Ansprüche an die Qualität über die Menge der hervorgebrachten Bilder reguliert wird. Was in beliebiger Anzahl verfügbar ist, disqualifiziert sich in diesem auf Knappheit bedachten Markt.

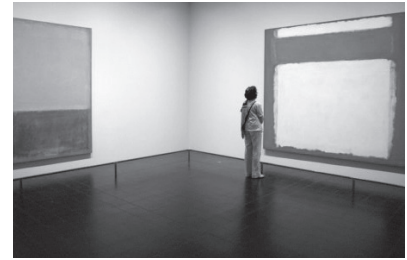
Ob Bestände in das Kunstsystem übergehen und mit einer gewissen Selbstverständlichkeit als Kunstfotografien rezipiert werden, wird nicht mit einer einmaligen Präsentation bestimmt. Dazu braucht es ein anhaltendes Interesse von Seiten der Kunstinstitutionen wie auch von Seiten des Kunstmarktes. Für die Fotografien bzw. deren Hersteller und Besitzer bedeutet jede Präsentation in einem Kunstkontext eine Aufwertung. Es ist also nicht überraschend, dass nun, wo sich der streng verwaltete Kunstbereich offener zeigt, viele diesen Transfer aktiv anstreben. Die Herkunft der Bilder von ausserhalb ist damit nicht gelöscht, sondern bleibt, besonders wo sie nicht rekonstruierbar ist, als Geheimnis spürbar und macht einen besonderen Reiz aus. Überdies finden sich die Fotografien in einer Exposition wieder, mit der sie nicht gerechnet haben, so dass mit einer anhaltenden Aufmerksamkeit einiges entdeckt werden kann, was bisher vielleicht unbeobachtet blieb.

Bedenkt man, dass ein beträchtlicher Teil der gehandelten Fotografien in privaten Besitz übergehen und entsprechend in profanen Räumen platziert werden, kann auch dies als Transfer gesehen werden. Die Folgen dieses Umzugs sind stark von individuellen Momenten geprägt – den privaten Räumlichkeiten, der Einrichtung, den wechselnden Lichtverhältnissen usw., doch es bleiben vielleicht zwei Konstanten: Mit seiner permanenten Exposition verändert sich die Wahrnehmung eines Bildes hin zu mehr Beiläufigkeit. Ein gehängtes Bild ist gleichsam in verschiedenen Lebenssituationen mit anwesend, im Unterschied zur biografischen Entwicklung eines Menschen bleibt es identisch und kann so aus unterschiedlichen zeitlichen Standpunkten betrachtet werden. Wie leidenschaftliche Sammler berichten, kann daraus ein fast intimes Verhältnis entstehen, das weniger auf eine stete Betrachtung angewiesen ist als auf die blosse physische Anwesenheit. Zudem werden Fotografien im privaten Raum anders exponiert, die Frage nach ihrem Status darf offenbleiben und wird nicht im Vorhinein über die Autorität des Raumes entschieden. Dieser Sekundenbruchteil, in dem die ganze Bedeutung zur Disposition steht, macht dieses Ambiente für Betrachter wertvoll.

## FG.5 AMATEUR- FOTOGRAFIE

### GEGENSTAND

Amateurfotografie ist ein Sammelbegriff für die Fotografie von Nicht-Berufsfotografen. Amateurfotografen haben keine professionelle Ausbildung absolviert – da es diese in den Anfängen der Fotografie nicht gibt, wird dieses Kriterium erst später relevant – und betreiben ihre Tätigkeit nicht als Erwerb. Innerhalb dieser Rahmenbedingungen ist der Hobbyfotograf vom Knipser zu unterscheiden. Während Ersterer viel Zeit und Leidenschaft für sein Hobby aufwendet, in seinen Fotografien einen künstlerischen Wert anstrebt und diesen in eigenen Zeitschriften diskutiert, zeichnet sich Letzterer dadurch aus, dass er seine Fotografien nicht primär als Bilder gestaltet, sondern mit ihnen überwiegend biografisch bedeutende Momente festhält. Diese ästhetische Indifferenz führt mitunter zu einmaligen Aufnahmen: Schnapshots, wie sie nur unter Mitwirkung des Zufalls gelingen können.

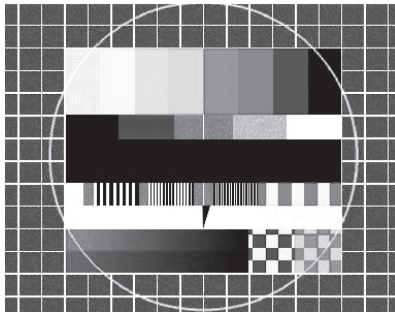


M. Rotko

Die unterschiedliche Ausrichtung bestätigt sich auch in der Motivwahl. Werden die Motive vom Hobbyfotografen im Hinblick auf das gelungene Bild gewählt und stark an verfügbare Kunsttraditionen angelehnt, richtet der Knipser seine Kamera auf alles, was ihm interessant erscheint; im Nahbereich ist dies der Alltag mit Familie, im Krisengebiet die Verwüstungen. Dass häufig der Amateur schon vor Ort ist, bevor der Pressefotograf eintrifft, und seine Betroffenheit vielleicht unmittelbar im Bild zum Ausdruck kommt, führt mitunter dazu, dass es solche Aufnahmen (Pick-ups) bis auf Titel von Zeitungen schaffen. Aber auch allgemein gewinnen Knipserfotos eine zunehmende Bedeutung für die Historiografie und die Soziologie, da sie gerade das dokumentieren, was künstlerische und massmediale Bilder nur gefiltert wiedergeben: das mehr oder minder authentische private und kulturelle Umfeld.

### PRODUKTIONSBEDINGUNGEN

Die Amateurfotografie im engeren Sinne beginnt Ende 19. Jahrhundert mit der Lancierung der ersten industriell gefertigten und massenhaft verbreiteten Handkameras wie der Kodak No. 1. Ab diesem Zeitpunkt war die Fotografie durch den Rollfilm, kompakte Fotoapparate und eine komfortable Handhabung hinreichend einfach und mobil geworden, um grosse Kundenkreise zu erschliessen. In den 1950er Jahren wurde der Markt der Amateurfotografen zusätzlich mit speziell einfachen und komplikationslosen, so genannten Kompakt- oder Instanokameras versorgt. Um die Jahrtausendwende schliesslich eroberten digitale Kameras den Heimanwenderbereich und belebten den erlahmten Fotohandel neu. Überraschenderweise führte dies nicht zur erwarteten Abnahme der Aufträge in Fotolaboratorien, sondern gar zu einer leichten Steigerung. Auch im Bereich der Technik zeichnet sich deutlich eine Trennlinie zwischen dem Hobbyfotografen und dem Knipser ab. Während Letzterer mit automatischen Kompaktkameras fotografiert



Testbild

und die belichteten Filme ins Grosslabor schickt, verwendet Ersterer lieber eine Spiegelreflexkamera mit verschiedenen Objektiven, besteht auf Handeinstellungen und entwickelt und vergrössert die Bilder unter Umständen selbst. Mit der digitalen Fotografie fällt die Entwicklung der Filme weg und man geht davon aus, dass nur mehr ein Bruchteil der gemachten Aufnahmen je auf Papier fixiert wird. Die damit einhergehende Beschleunigung – ein Schnappschuss lässt sich unmittelbar nach der Aufnahme betrachten und allenfalls löschen – und die Verbilligung des Aufzeichnungsverfahrens selbst dürften insbesondere die Zahl der geknipsten Bilder vervielfacht haben.

Mit der Integration von Digitalkameras in Mobiltelefone und andere Kommunikationsgeräte erlebt die Knipserfotografie einen weiteren, zumindest quantitativen Impuls. Die Qualität der Linse, Auflösung und Betrachtungsmöglichkeiten der Bilder sind anfänglich so bescheiden, dass der Erfolg dieser Applikation erstaunt. Da die Kamera nunmehr als Accessoire in ein Accessoire eingebaut ist, verschwindet nach dem Film auch das Gerät selbst. Damit sinkt die Schwelle der Bildintention ein weiteres und wohl ein letztes Mal. Soweit Einblicke in dieses weitgehend private Knipsermaterial über Moblogs möglich sind, scheint sich zwar eine eigene, vorwiegend technisch bedingte Ästhetik zu etablieren, die aber auf eine typisierte Motivwelt ausgerichtet ist.

#### PUBLIKATIONSMEDIUM

Seit Ende des 19. Jahrhunderts treffen sich die engagierten Mitglieder von Fotoclubs in privaten oder öffentlichen Räumen, veranstalten Ausstellungen und Vorträge, geben Bücher und Zeitschriften heraus. Über diesen aktiven Austausch prägt sich eine Bildästhetik, die zwar künstlerischen Vorbildern nacheifert, aber schliesslich wenig namhafte Autoren hervorbringt. Mitt-

lerweile hat sich diese rege Tätigkeit der Fotoamateure ins Internet verlagert, etwa in die Photoblogs und Diskussionsforen. Diese spielen insbesondere bei der Einführung einer neuen Technologie eine wichtige Rolle, zumal das Wissen der Händler kaum mehr mit den Neuerungen Schritt hält. Im Photoblog lassen sich die Bilder zeitlich und geografisch unbeschränkt zugänglich machen und damit steigt auch die Chance bzw. Hoffnung auf einen Verkauf. Im Hinblick auf diese Entwicklungen könnte man auch von Halbamateuren oder Halbprofis sprechen.

#### REZEPTIONSWEISE

Sofern die Knipserfotografie ihre Motive in Festen, Reisen, familiären Ritualen findet, beschränkt sich ihre Betrachtung auf Familie und Freunde. Suchen die passionierten Amateure die Publikation in der Zeitschrift, der Amateur-Ausstellung oder im Fotowettbewerb, haben speziell die Knipser mit dem Fotoalbum, der Diaschau unter Freunden oder der digitalen Schau am Bildschirm eigene Präsentationsformen entwickelt. → AA.8, GLÜCKLICHE STUNDEN, S. 57 Dabei bleibt das Bild nicht auf sich gestellt, sondern wird begleitet von Erzählungen, Erinnerungen und Anekdoten, die zur allgemeinen Belustigung dargeboten werden. Nicht die feine Abstimmung der Werte oder die Bildgestaltung sind Gegenstand der Betrachtung: Man könnte im Knipserbild einen Reminder sehen, der lediglich dazu dient, das Erlebte zu aktualisieren. Insofern wird im Knipserfoto das Gesehene in einem synästhetischen Gesamtbild aufgehoben, einer Atmosphäre, die durch das Bild an einen bestimmten Ort und Moment gebunden ist.

#### SEMANTIK

Wie oben erwähnt, lässt sich dieses Genre in zwei Bereiche unterteilen, Hobbyfotografie und Knipserfotografie. Was jene an künstlerischen Bemühungen zu viel investiert, geht dieser an solchen ab. Wird die Hobbyfotografie durch Bildtraditionen und schwärmerische Ansprüche geprägt und gleichsam durch Überinszenierung entlarvt, herrscht bei der Knipserfotografie eine heitere Unverfrorenheit, die ihr ästhetisches Potential nicht mal zur Kenntnis nimmt. Beide Gattungen lassen sich also, wenn auch in unterschiedlicher Richtung, leicht durchschauen und geniessen den Status einer gewissen Unschuld und Ehrlichkeit. In Anbetracht des begrenzten Wirkungsradius und der gerne belächelten Grossproduktion mag man diesem Genre keine reflexive Aufmerksamkeit, ge-

schweige denn Kritik angedeihen lassen. Tatsächlich hat sich diese Gebrauchsform der Fotografie so breit durchgesetzt – wer macht heute schon eine Zeichnung oder geht zum Fotografen?, dass die soziale Funktion gegenüber der ästhetischen sehr viel stärker zu gewichten ist.

#### TRANSFER

Das soziohistorische Potential dieses unendlichen Fundus an Bildern wird erst nach ca. zwei Generationen und mit dem Wechsel in einen öffentlichen Kontext freigesetzt. Sobald die innerfamiliären Erinnerungen nicht mehr in die Bildwelten hineinreichen, die Geschichten also nicht mehr anhand der Bilder erzählt werden können, werden die Bestände weitergegeben: ins Archiv, auf den Flohmarkt, an den Sammler. Gerade die Unvertrautheit mit den Abgebilde-



Giclée Printer

ten macht die Aufnahmen nun für eine historische Betrachtung zugänglich. Nun ist es das Alltagsdesign, von der Frisur über Kleider, Möbelstücke, Inneneinrichtungen und Autos bis zur Gartenlandschaft und zur Natur, das Bedeutung gewinnt, der Habitus der Figuren und die ganzen Sets ritueller Feierlichkeiten. Und nicht zuletzt werden die Fotografien selbst zu Zeugen einer Technikgeschichte des Fotografierens, zumal die Neuerungen und Verfallserscheinungen sehr vielfältig und zeitlich gut ausdifferenzierbar sind.

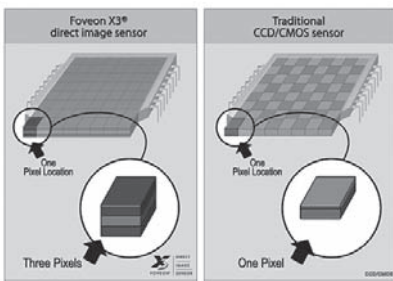
In einzelnen Fällen ist es auch die ästhetische Eigenart, die für die Aufnahme in eine Sammlung entscheidend ist. Voraussetzung dafür ist allerdings eine aufwändige Sichtung von Beständen, die weitaus grösser sind als die Kapazitäten von Archiven und verfügbaren Ausstellungsräumen. Diese Diskrepanz zwingt zur massiven Selektion, das Lebenswerk eines passionierten



Somatom Emotion

Hobbyfotografen hat unter diesen Bedingungen wenig Chancen, von einer öffentlichen Institution bewahrt oder auch nur gesichtet zu werden. Was heute Konvention ist, wird sich aber morgen nur anhand einer Fülle von redundantem Material dokumentieren lassen und nicht mit einzelnen ausgewählten Beispielen.

Amateurbilder werden ins Archiv, in einen kulturhistorischen Kontext und auch gelegentlich in ein Kunstmuseum oder eine Kunstfotosammlung verschoben. Weil Amateurbilder häufig anonym auftreten, ist die direkte Entschädigung des Fotografen eher die Ausnahme. Es ist auch deshalb nicht überraschend, dass viele Fotografien aus dem Amateurbereich in andere Kontexte transferiert werden und nicht umgekehrt. Dabei ist die Amateurfotografie hinter der Reportagefotografie gewiss das exportfreudigste Genre, nicht nur was einzelne Bilder anbelangt, sondern auch ihre eigene, etwas verhaltene, schummrige Ästhetik und Motivwelt. Diese wird von Künstlern, Werbe- und Pressefotografen übernommen, um die gestalterischen Parameter ihrer Genres aufzusprennen und eine Symbolik der Intimität und Unmittelbarkeit auf ihre Bilder zu übertragen.



Pixel

## FG.6 STOCKFOTO- GRAFIE

### GEGENSTAND

Stockbilder lassen sich thematisch kaum eingrenzen. Sie zeigen die ganze Welt, aber dies in einem besonderen Licht: Meist herrscht schönes Wetter, die Farbpalette ist hell, die Bildschärfe ergreift den ganzen Bildraum. Ästhetik und Inhalt sind primär auf eine Kundschaft ausgerichtet und eine möglichst breite Verwendbarkeit. Der Begriff geht zurück auf ein Auswahlverfahren, das zum Teil heute noch Anwendung findet. Dabei werden jene Newsbilder, die den Aktualitätsanforderungen nicht mehr genügen, ausgesondert und zu anderweitiger Verwendbarkeit in den bleibenden Bestand (stock) aufgenommen. Stockbilder lassen sich auf Grund ihrer Ausrichtung als Kerngebiet des Mainstreams bestimmen und werden deshalb von Fotografen gerne gering geschätzt. Andererseits belegen diese Bilder den grössten gemeinsamen Nenner, was in Zeiten zunehmender Unübersichtlichkeit wiederum als etwas Besonderes gewertet werden darf.

### PRODUKTIONSBEDINGUNGEN

Der Vertrieb von Stockbildern wurde in den vergangenen zehn Jahren weitgehend digitalisiert und wird heute über Internetportale abgewickelt. Das bedeutete nicht nur für die Agenturen eine grosse Umstellung, sondern auch für die Fotografen. Es werden bedeutend mehr Bilder angeboten, die Märkte sind globaler und zeigen nicht mehr von Land zu Land ihre Eigenarten. Ästhetische Modeerscheinungen werden schneller adaptiert und vermengt und entsprechend kürzer sind die Verfallszeiten. Zu den eigenen Bedingungen der Stockfotografie gehört auch, dass die Aufnahmen vollkommen freigegeben werden und weder der Fotograf noch die abgebildeten Personen (RM Rights Managed) Einfluss auf ihre Reproduktion nehmen können. Die Fotografien werden entsprechend beliebig verändert, beschnitten, mit Schriftzügen überdruckt, also weniger als abgeschlossene Bilder behandelt denn als Bildmaterial zur weiteren Verarbeitung. Die Preise werden von der Agentur je nach Verwendungszweck, Grösse und Auflage festgelegt. Bei etwas älteren Bildern wird auch diese Verwaltung auf-



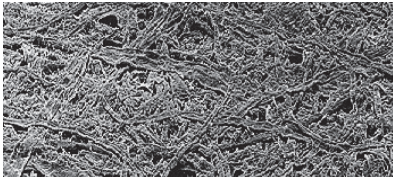
Mosaik, blau

gegeben, zugunsten von so genannten Royalty-Free-CDs, mit denen ganze Bildpakete zum freien Gebrauch angeboten werden.

In der Schweiz gibt es keine ausschliesslichen Stockfotografen, doch es gibt Fotografen, die sich auf ein bestimmtes Segment - food, nature, places, economy, landscape - spezialisiert haben. Ihre Fotografien bewegen sich auf technisch hohem Niveau, zeigen keine persönliche Handschrift und sind dennoch nicht dokumentarisch zu nennen. Man könnte von einer Produktionsform «anonymer Fotografie» sprechen; die Autoren treten in der Bildgestaltung stark zurück, was dazu führt, dass man sich angesichts eines Bildes eher an andere Fotografien erinnert als an die Welt. Stockbilder sind von allgemeinem, typisierendem Charakter und dabei nicht emotionslos. Sie sollen sich von Einzelsituationen ablösen und, selbst wenn es um biografische Ereignisse geht, immer für das Thema stehen. Auffallend ist auch, und dies kommt dem internationalen Handel entgegen, wie alle lokalen Bezüge vermieden werden und die Bilder etwa auf der Ebene der Zeichen, Logos und Marken völlig bereinigt sind. Wenn sie identifizierbare Objekte zeigen, wie das Matterhorn, die Pyramiden, den Eiffelturm, dann nur solche, die sich bereits in Symbole verwandelt haben.

### PUBLIKATIONSMEDIUM

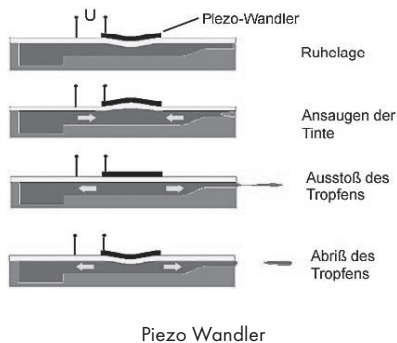
Stockfotografien erscheinen in Magazinen, Hefen, überall wo Bilder als unspezifische Illustration oder grafische Dekoration eingefügt werden. Und in Werbung integriert, überall da, wo grafische Werbung



Streichrohpapier 80g/m<sup>2</sup>

auftritt. Vor dieser Anwendung werden sie im Stockkatalog zum Kauf angeboten. Anfang 1980er Jahre als dünnes Heft eingeführt, wächst sein Umfang im Verlauf des Jahrzehntes rapide, das Cover wird jeweils von der vertreibenden Agentur hinzugefügt. Umfang und Auflagen erreichen Mitte der 90er Jahre ihren Höhepunkt. Da entstehen gewichtige Schmöcker mit bis zu 4000 Bildern in Auflagen, die weltweit 170 000 Exemplare erreichen. Mit dem jüngsten Einbruch des Stock-Geschäftes hat sich diese Euphorie gelegt. Der Bilderhandel wird zunehmend über Internetplattformen abgewickelt, und damit erübrigt sich der kostspielige Druck und Versand kiloschwerer Bücher.

Derzeit entstehen noch kleinere und feinere Handbücher, die sich oft auf ein bestimmtes Thema konzentrieren und den Kunden mit einer beigelegten CD auf das umfangreichere digitale Archiv aufmerksam machen. Bemerkenswert in beiden Angebotsformen ist, dass der Autor keine vordringliche Rolle spielt, sofern er überhaupt erwähnt wird. Die Bildlegende besteht einzig aus einem Code und man erfährt nicht, wo, wann oder wie das Bild aufgenommen wurde. Diese Referenzen treten in den Hintergrund zu Gunsten des Themas, einer allgemeinen symbolischen Qualität. Tatsächlich werden die Stockfotos nur nach Themen recherchiert und abgelegt. Die Beschlagwortung ist für die Agentur wie für die Recherchierenden entscheidend, und sie bezieht sich immer auf das im Bild Sichtbare und nicht auf die Bildgestaltung.



## REZEPTIONSWEISE

Entsprechend ihrer Funktion als Dekor und leichter Illustration werden Stockfotografien bloss beiläufig rezipiert, zusammen mit dem jeweils tragenden Kontext. Ein Stockbild steht nie allein, es exponiert sich nicht als Bild, weder an der Wand noch alleine auf einer Buch- oder Magazinseite. Selbst im Verkaufskatalog für Grafiker und Bildredakteure wird ein Motiv nur in einer Auswahl von Bildern angeboten. Eine leichte Konsumform des Bildes also, die von professionellen Bildproduzenten gerne abgewertet wird, zumal sie sich stark auf bekannte Motive und Verarbeitungsformen abstützt. Andererseits gilt es diese Unverbindlichkeit des «easy viewing» zu wahren und gestalterisch so zu inszenieren, dass der Eindruck von etwas Neuem entsteht. Denn tatsächlich bleibt dieser Anspruch auch in diesem Unterhaltungssegment bestehen und mündet in einem nicht leicht einzulösenden Paradox eines «innovativen Déjà-vus».

## SEMANTIK

Stockbilder vertreten ästhetisch den Bild-Mainstream, den gemeinsamen Nenner nicht hoch differenzierter Geschmäcker. Sie enthalten keine Information, keine überraschenden Bildaussagen, sondern Stimmungen und Atmosphären, die sich wie ein Duft nach der Wahrnehmung wieder verflüchtigen. Dennoch kann ein Stockbild in dieser Unbestimmtheit sehr präzise die Befindlichkeit eines Milieus ansprechen, so dass unter ihnen eigentliche Bestseller auszumachen sind. Es bleibt aber unbedeutend, ob der gegebene Weltausschnitt so existiert hat oder inszeniert worden ist, entscheidender ist seine allgemein symbolische Bedeutung, die sich nicht auf ein historisches Ereignis fokussiert. Weil sich der Bestand von Stockbildern an Kunden und an möglichen Betrachtern ausrichtet, enthält er in der Summe betrachtet viel Information über die Vorlieben eines Publikums in einem spezifischen kulturhistorischen Kontext.

## TRANSFER

Es kann als Hinweis auf die allgemeine Wertschätzung von Stockfotografie gedeutet werden, dass diese Fotografie weder gesammelt noch in Museen eigens präsentiert wird. Grosse Bestände von Diabildern und Abzügen wurden in den vergangenen Jahren im Zuge der Umstellung auf digitale Datenbanken vernichtet oder an Fotografen zurückgegeben und verloren so ihre Aussagekraft als Repräsentanten eines Zeitgeschmacks. Allerdings finden sich in Museumshops und Kunstbuchhandlungen

durchaus Bücher, die dem Stockkatalog in Aufmachung und Fotoästhetik verblüffend ähnlich sehen. Allen voran hat sich Hans-Peter Feldmann um solche Materialien gekümmert. Nach anhaltenden Bemühungen der Kunst um sinnfällige, anrührende Bildaussagen erscheint die Stockfotografie im Kunstkontext mit ihrer Unvoreingenommenheit gegenüber Kitsch und Beliebigkeit wie eine Geste der Erleichterung und spiegelt zudem den populären Gebrauch von Fotografien.

# FG.7 WERBEFOTO- GRAFIE

## GEGENSTAND

Die Werbefotografie wendet sich allem zu, was verkauft und beworben werden will. Das Feld ist entsprechend weit – um eine präzisere Beschreibung zu geben, müsste man jene Motiv-Bereiche unterscheiden, auf die sich Fotografen spezialisieren: so etwa Mode, Automobile, Lebensmittel oder Inneneinrichtungen. Die Werbefotografie entsteht grundsätzlich im Auftrag, und ihr Ziel ist nicht bloss die Darstellung eines Objektes, sondern seine Verknüpfung mit Wünschen. Die Inszenierung orientiert sich am Bedürfnis künftiger Konsumenten und arbeitet mit der Andeutungs- und Überzeugungsrhetorik, um von der Lust des nachmaligen Besitzers zu erzählen. Entsprechend häufig sind gesunde, gut aussehende und glückliche Menschen mit den Objekten im Bild vereint. Die Kunst des Fotografen besteht darin, die Erscheinung seiner Bildwelt bis in alle Details auf eine Befindlichkeit hin auszurichten. Oft verbinden sich die Gegenstände in einer aufwändig inszenierten Unberührtheit, die wohl den Wunsch wecken soll, jene zu ergreifen.

Die allgemeine Entwicklung verläuft wohl in allen Bereichen ähnlich wie in der Mode. Die Fotografie löst sich von einer sachlichen Vorführung des Objektes und bewegt sich hin zu einer atmosphärisch dichten Inszenierung, bei der das beworbene Objekt fast beiläufig auftritt, die darstellerischen Mittel aber sehr wichtig werden. Diese Strategie erreicht ihren vorläufigen Höhepunkt in den Quick-Time-Filmen, die man auf You-Tube oder anderswo im Netz findet: Ein paar junge Leute amüsieren sich auf eine leicht

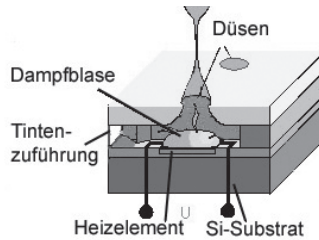
absurde oder groteske Weise, filmen sich dabei, und ab und zu taucht mal hier eine bestimmte Tasche auf, mal da eine Mütze mit Logo. Solche Unternehmungen scheinen getragen vom Erlebnishunger der Jugend, werden aber verdeckt finanziert und mitinszeniert von den jeweiligen Firmen.

### PRODUKTIONSBEDINGUNGEN

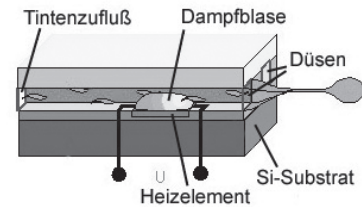
Aufwand und Budget der Werbefotografie sind, insbesondere wo Personen engagiert werden, entsprechend hoch. Eine Location muss gefunden und gemietet, die entsprechenden Modelle müssen gebucht werden, eine Stylistin hat sich um deren Kleider, Frisuren und Accessoires zu kümmern, von Assistenten wird Strom zugeführt, Lampen und Blenden werden aufgestellt und schliesslich muss das Objekt selbst, wenn es denn als Gegenstand verfügbar ist – es kann sich auch um ein Privatkonto handeln, oder einen Telefonservice –, eingesetzt werden. Spielt die Szene draussen, erhöhen Licht und Wetter das Risiko, so dass mitunter ganze Sets in eine andere Weltgegend verlegt werden, die ein kooperierenderes Klima aufweist. Der Fotograf agiert wie ein Regisseur mit seiner Crew, unter Zeit- und Kostendruck und meist im Auftrag einer Werbeagentur oder eines Grafikbüros. Seine Aufnahme wird entsprechend als Material behandelt und nach den Vorgaben der Werbebotschaft bzw. den Bedürfnissen des Kunden verändert, montiert, beschnitten, überdruckt. Die jüngst eroberte künstlerische Freiheit in der Werbefotografie beschränkt sich auf einzelne Produktbereiche und auch auf einzelne Künstlerfotografen, die ihrerseits so bekannt sind, dass ihr Name die mögliche Unverständlichkeit der Botschaft aufwiegt. Das Gros der Werbefotografen bleibt weiterhin anonym und gestalterisch stark an die verschiedenen Parameter des Auftrags angebunden.

### PUBLIKATIONSMEDIUM

Die Werbefotografie präsentiert sich in unterschiedlichsten Medien: Tageszeitungen und Magazinen, Prospekten, Katalogen und Büchern, Plakaten und Screens, Fernsehen und Internet – überall wo sich ein grösseres Publikum zusammenfindet. Die Anzahl potentieller Rezipienten bestimmt die Wichtigkeit und die Kosten eines Auftritts. Ein primäres Publikationsmedium oder eine primäre materielle Erscheinungsform kann unter diesen Umständen nicht genannt werden, noch können bestimmte Kontexte wie etwa der Kunstbetrieb ganz ausgeschlossen werden. Denn aus allen erdenklichen Produktionsbereichen heraus



Bubble Jet Verfahren



bemüht man sich um die Gunst der Sponsoren und räumt ihnen als Gegenleistung immer prominente Auftritte ein.

Das Besondere in diesem Zusammenhang ist, dass Werbung und mit ihr die Werbefotografie in allen Medien als solche kenntlich auftritt, kenntlich gemacht werden muss, auch wenn sie diese Grenze mit verschiedenen Strategien zu unterlaufen sucht. Werbung bildet gleichsam ein Medium quer zu allen andern, mietet sich kurzfristig in andern Gefässen ein, um ihre Botschaften zu platzieren. Und spielt damit für die finanzielle Existenz anderer Medien eine tragende Rolle, so dass sich im Hintergrund der kausale Zusammenhang verkehrt: Nur dank der eingestreuten Werbebotschaften erreichen uns weiterhin redaktionelle Nachrichten. Trotz dieser Machtposition beschränkt sich die Werbung nicht auf eigene Medien wie etwa den Prospekt oder das Plakat, sondern sucht sich mit Vorliebe andere mediale Kanäle, um da möglichst unerkannt ihre Botschaften zu verbreiten.

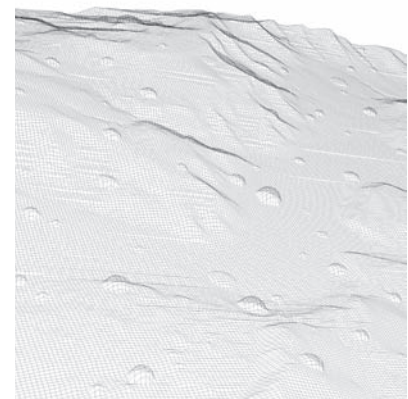
### REZEPTIONSWEISE

Werbung will gesehen werden, redaktionelle Beiträge setzen das Interesse des Publikums voraus. Mit dem Betrachten von Werbung verdient sich der Rezipient eine zusätzliche Leistung. Weil die Werbung davon ausgeht, dass niemand sie mit einem spezifischen Interesse betrachtet, drängt sie sich an jene Plätze – sei in der Öffentlichkeit oder in den Massenmedien, die ohnehin von den Blicken überstrichen werden. Die Rezeption von Werbefotografie ist folglich eine originär beiläufige, oftmals fühlt man sich gar gestört durch die Unterbrüche und Einsprengsel, und dieser Umstand wirkt wieder zurück auf die Werbestrategien, etwa auf die Häufigkeit und Einprägsamkeit der Bilder. Obwohl sich für die Werbefotografie kaum stilistische Eigenheiten ausmachen lassen und gerade die Werbung umgehend alle sich andeutenden Moden aufgreift, gibt sie dennoch ein typisches Bild. Sie zeigt die Dinge und Räume meist als unberührte, lässt die Oberflächen so deutlich hervortreten,

als blickten wir in eine staublose, durchsichtigere Welt, so dass die Objekte uns näher treten, als von der Raumgeometrie her zu erwarten. Diese Hypertrophie des Greifbaren wird zwar im Bildraum sicher verwahrt, doch scheint sie die Unzugänglichkeit und Unberührbarkeit der Dinge im Bild durch eine «visuelle Haptik» kompensieren zu wollen.

### SEMANTIK DES MEDIUMS

Eine Werbefotografie wird geprägt vom Gebrauchskontext und lässt sich nur in seltenen Fällen ausserhalb dieses Kontextes beobachten. Sie wird daher zwingend in diese Rhetorik der Überredung eingebunden, die mit allen verfügbaren Kommunikationsebenen operiert und letztlich den Kaufentscheid eines Konsumenten herbeiführen will. Sowohl die Motive wie deren Aufbereitung definieren sich durch unzählige Nogos, deren Einhaltung oft von einem ganzen Team von Verantwortlichen überwacht wird. Insofern ist die Werbeaufnahme in den meisten Fällen autorenlos bzw. Teamarbeit und vor allem geprägt von vorausseilend befolgten gesellschaftlichen Normen und den Vorgaben der Marke. Diese Vorgaben bringen es mit sich, dass die Werbefotografie trotz ihrer grossen Präsenz in der Öffentlichkeit kaum stilbildend ist, sich aber



Grosser Regen



Mondboden

je nach Ausrichtung auf ein Zielpublikum die unterschiedlichsten Stile anverwandelt. Bei aller Bemühung, dieses andienende und zugleich überredende Moment zu verdecken, bleibt genau dies das Gemeinsame der diversen Produktbereiche. Entsprechend darf man diesen Bildern mit einem gewissen Misstrauen begegnen. Denn allein aufgrund ihrer Kommunikationsbemühungen, die sich etwa darin manifestieren, dass die Werbung dem Rezipienten überallhin folgt, kann nicht jene Coolness entstehen, die tatsächlich anziehend wirkte.

Mit ihrer grundlosen Präsenz in der städtischen Öffentlichkeit offerieren Werbebilder einen Umgang mit Dingen, ohne unsere Aufmerksamkeit explizit zu beanspruchen. Deshalb bleibt diese Vertrautheit verborgen, so dass die Bilder selbst da, wo sie rezipiert wurden, Teil einer Öffentlichkeit bleiben und diese mitunter ausmachen. Werbefotografie transferiert eine Unmenge von Szenen und Dingen an Knotenpunkte auch des medialen Verkehrs, immer im Versuch, die angehenden Wünsche und intimen Lebenswelten vorwegzunehmen und zu vergesellschaften. Selbst wenn sich also ihr eigentlicher Zweck nicht einlöst, das Vorhandensein der Dinge als Bild möglicherweise ihren Kauf ersetzt, ist ihre kommunikative Funktion in Bezug auf eine «inverse» Öffentlichkeit nicht zu unterschätzen.

#### TRANSFER

In Anbetracht der sich in der Werbefotografie aufzeichnenden gesellschaftlichen Konventionen, die mit grossem technischem und finanziellem Aufwand immer von neuem nachformuliert werden, könnte man sich ein regeres soziohistorisches Interesse für dieses Genre vorstellen. Doch während die Modefotografie die grossen Museen und Sammler interessiert, bleiben andere Bereiche im musealen Kontext vollkommen ausgeblendet, es sei denn, der Fotograf hätte sich zuvor als Künstler einen Namen gemacht. Das liegt gewiss auch

daran, dass die Werbefotografie in enger Verschränkung mit andern grafischen Disziplinen auftritt und so allenfalls in eine Plakatsammlung, eine Sammlung angewandter Grafik oder über Zeitschriften in eine Bibliothek Eingang findet. Werbefotografie befindet sich, wenn nicht auf einem Plakat und in einem Werbeprospekt, praktisch immer in einem fremden Medium und ist entsprechend in allen Medien präsent. Die einzige Möglichkeit, Werbung in einen fremden Kontext zu transferieren, bestünde darin, einen bis anhin werbefreien Raum zu erobern, und dies wäre wohl ein Raum ohne Publikum.

## FG.8 SACHFOTO- GRAFIE

### GEGENSTAND

Werbe-, Dokumentar- und Sachfotografie sind als Genres nicht scharf gegeneinander abzugrenzen. Dennoch macht es Sinn, auch die Sachfotografie gesondert zu behandeln, ohne die Sache zum Unterscheidungskriterium zu machen. Sachfotografie entsteht unter anderen Bedingungen als Werbe- und Dokumentaraufnahmen und hat entsprechend ihre eigene Bildsprache. Diese wiederum ist nicht gleichzusetzen mit dem Stil der Neuen Sachlichkeit oder der Neuen Fotografie, obwohl deren nüchterne Zurückhaltung in deutschsprachigen Ländern bis in die 70er Jahre auch für die Sachfotografie bestimmend war. Das Genre der Sachfotografie wird zwar geprägt von Stilen, bezieht sich aber primär auf eine Studiosituation mit Objekten und Objektiven, organisierten Lichtquellen und überschaubaren Arrangements.

An die Tradition des Stilllebens anknüpfend, sind dabei der Zugang und die Darstellungsabsicht nicht zum Vornherein festgelegt und bewegen sich von einer künstlerisch reflektierten Auseinandersetzung bis hin zu fast normierten Blickstellungen. Die Bildsprache ist entsprechend vielfältig und wählt sich die Zusammenstellung von Objekten auch mal als experimentelles Spielfeld zur Erprobung einer Kamertechnik. Darüber hinaus darf dieser Zuwendung zum Ding und seiner Erscheinung eine ontologische Komponente unterstellt werden, eine Vergewisserung im Bereich des allzu Selbstverständlichen.

### PRODUKTIONSBEDINGUNGEN

Sachfotografie wird sowohl in künstlerischer Absicht wie auch im Auftrag hergestellt – bei einigen bekannten Fotografen überlagern sich die Motive. Zumindest quantitativ überwiegt die Fotografie für den Waren- oder Versandkatalog, für das Firmenarchiv oder die Designsammlung. Voraussetzung dafür sind eine professionelle Ausbildung, ein entsprechendes Equipment und die Räumlichkeiten in der Firma bzw. im privaten Studio. Die Sachfotografie ist eng mit der Produktion verbunden, dem Warenumsatz und verfällt entsprechend mit jeder Innovationsrunde. Vielleicht werden die Aufnahmen in einem Firmenarchiv gesammelt, vorab da, wo auch die Tradition einer Firma einen Wert darstellt. Doch selbst lange gehegte Archive können mit der Übernahme oder Umstrukturierung eines Konzerns plötzlich ihren Wert verlieren und werden oft in einem bilderstürmerischen Akt entsorgt oder weggegeben.

Mit der Ablösung des Versandkataloges durch das Internetportal wird das Bildmaterial noch flüchtiger, enthält noch weniger Angaben zu Autor, Aufnahmedatum und Funktion eines Objektes. In Zusammenhang mit Auktions- oder Tauschhandlungsplattformen kann gar von einer Amateur-Sachfotografie gesprochen werden, wollen doch all diese gebrauchten Gegenstände gezeigt und gesehen werden, bevor man sie ersteigert. Nicht alle Bilder entstehen in diesem direkten Zusammenhang mit dem Warentausch, man denke etwa an die oft umfangreichen Dokumentationen von Privatsammlungen oder Kunstmuseen. Obwohl die Bedingungen vergleichbar sind, bleibt dabei der Rahmen für Inszenierungen sehr eingeschränkt, doch gewinnen hier die Sachfotografien ihrerseits als Reproduktionsvorlagen einen Tauschwert.



Kinderzeichnung

## PUBLIKATIONSMEDIUM

Folgen wir dem Schwerpunkt der Sachfotografie, so pendelt ihr erstmaliges Auftreten zwischen Warenkatalog und Archiv. In beiden Fällen findet sich das Einzelbild in einer Fülle von ähnlichen aufgehoben und tritt als solches kaum in Erscheinung. Im Unterschied zur Dokumentarfotografie, die im Auftrag einer Behauptung, eines Nachweises oder einer Bezeugung gemacht wird, entsteht die Sachaufnahme quasi im Auftrag des Dings: «Mich gibt es.» Durch die Fotografie wird es herausgelöst aus seiner Umgebung, und wenn es doch in einer Szenerie eingebettet auftritt, dann erscheint diese nicht als Teil der Welt, sondern als Peripherie des Objektes, die immer mit dabei ist. Hingegen wird der Kontext der eigenen Wiederholung, diese unvermeidliche primäre Umgebung eines jeden Massenprodukts, auffallend selten im Bild wiedergegeben. Sobald die Sachaufnahme weiter austritt und sich im Versandkatalog oder Werbeprospekt direkt an mögliche Käufer wendet, wird die Information mit Attraktionen angereichert, wird das Bild zur Werbefotografie.

## REZEPTIONSWEISE

Die Rezeption kann sich insofern kaum auf das Bild beziehen. Es verschwindet zu Gunsten des Gegenstandes und wird in seiner Funktionsweise nur von Herstellerseite reflektiert. In weiten Teilen eines Produktangebotes bleibt das Bild ein Erkennungszeichen, das die schriftlichen Angaben ergänzt und bestätigt. Wichtiger ist die einfache Navigation, eine nachvollziehbare Erschliessung oder beim gedruckten Katalog eine übersichtliche Darstellung mit Register. Demgegenüber steht eine künstlerische Sachfotografie, die im Anschluss an die nature morte diskrete Objekte vorzieht, um deren Bildwerdung vor Augen zu führen. Dabei werden die Motive «desinformiert», ihre Kennlichkeit steht nicht mehr im Vordergrund, sie werden als Versatzstücke des Realen zitiert, nur um im Bildganzen aufgehoben zu werden.

## SEMANTIK

Die Referenz einer Sachfotografie bleibt greifbar. Da wo sie nicht mehr ist, unterliegt das Bild bereits einem andern Nutzungsmodus. Die Summe aller Sachfotografien verdichtet sich auf Grund ihrer systematisierten Aufnahmetechnik zu einem unendlich facettierten Weltbild, das das Vorhandensein einer Gegenstandswelt über die aktuelle Wahrnehmung hinaus gewährleistet. Unter diesen Umständen kann

sich das semiotische Verhältnis verkehren: Die aktuelle Erscheinung eines Dinges verweist dann auf seine standardisierte, prototypische Darstellung.

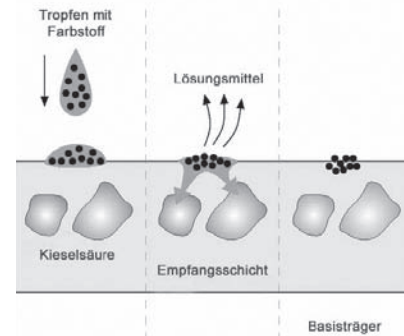
## TRANSFER

Hier wie bei andern Übertragungen gehen mit dem Transfer wichtige Daten verloren. Beispielhaft ist das Firmenarchiv, das vielleicht von einem pensionierten Mitarbeiter mit viel Erfahrung und Sachwissen geführt wird, ohne dieses Wissen je zu objektivieren. Bei seinem Abgang oder einer Umstrukturierung des Unternehmens stehen solche Archive plötzlich zur Disposition, und wenn die Bilder nicht ganz verloren gehen, so häufig das personen-gebundene Wissen. Der Kontextwechsel setzt eine Unbrauchbarkeit der Fotografien im primären Zusammenhang voraus. Wie bei andern Genres mit einem verfallenden Gebrauchswert ist ein Transfer unvermeidlich, um eine Tradition sichtbar zu machen. Mit Ausnahme wiederum jener Sachfotografie, die von Beginn weg in einem künstlerischen Umfeld entstanden ist.

# FG.9 WISSENS- SCHAFTSFOTO- GRAFIE

## GEGENSTAND

Die Wissenschaftsfotografie dokumentiert Ereignisse im Rahmen eines experimentellen Settings, die dem menschlichen Auge oft unzugänglich sind, weil sie zu klein oder zu gross, zu schnell oder zu langsam oder weil sie sehr unwahrscheinlich sind. Der Fotograf muss dabei selbst eine wissenschaftliche Haltung einnehmen, er braucht die Neugier und Unvoreingenommenheit eines Forschers, um sich bei seinem Tun vom Untersuchungsgegenstand leiten zu lassen. Manipulative Eingriffe sind unzulässig und gleichzeitig bedarf die Wissenschaft bekanntermassen der Inszenierung, um ihre Resultate zu visualisieren oder, wie Kritiker meinen, zu konstruieren. Die gewonnenen Bilder basieren oft auf einer extremen Aufbereitung des Erscheinenden oder machen durch Transformation Ereignisse sichtbar (z.B. Wärmeabstrahlung eines Hauses), die an sich keine visuelle Spur hinterlassen. Die Codierung erschliesst sich also nicht allein über eine Referenz zur



Schichtaufbau

Wirklichkeit und kann entsprechend auch für eine unlautere Beweisführung eingesetzt werden, etwa in Form der Aurafotografien oder Aufnahmen von UFOs.

## PRODUKTIONSBEDINGUNGEN

Um das Rezeptionsspektrum des menschlichen Auges zu erweitern, werden aufwändigste technische Hilfsmittel eingesetzt. Im Fokus dieser Apparaturen steht ein wenn auch noch so kleines oder flüchtiges Geschehnis. Allein für die Aufzeichnung bedarf es in den meisten Fällen eines grossen Vorwissens und für die Interpretation des Bildbefundes ebenso. Gleichzeitig ist nicht ausgeschlossen, dass auch die Betrachtung z.B. eines Computertomogramms für den Laien reizvoll ist, doch wird er nicht in der Lage sein, auf dieser visuellen Basis eine Diagnose zu stellen. Nicht jede Wissenschaftsaufnahme eignet sich also für Kommunikationszwecke, der Informationswert für die Wissenschaft entspricht nicht unbedingt dem Kommunikationswert nach aussen.

Die aufwändige Technik ist Instrument der Erkenntnisfindung, aber nicht Bedingung der Wissenschaftsfotografie. Auch ganz einfache Geräte wie etwa Fotofallen können hier zur Anwendung kommen oder hochkomplexe wie das Hubble-Weltraumteleskop, und entsprechend unterschiedlich sind deren Resultate. Zur Produktion von Wissenschaftsbildern gehört allerdings, dass die technischen Daten wie auch die Bedingungen der Aufnahme erfasst und dem Bild beigegeben werden. Dabei spielt der Autor gemäss dem wissenschaftlichen Paradigma keine bzw. nur als mögliche Störungs- und Manipulationsquelle eine Rolle.



Fotograf

## PUBLIKATIONSMEDIUM

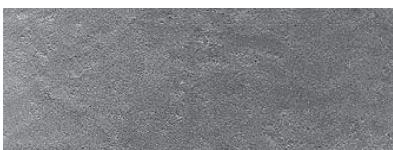
Wissenschaftsfotografie wird in verschiedenen Gradationen angewandt. Sofern sie Situationen sichtbar macht, wird mit ihr die empirische Grundlage der Forschung erst hergestellt. In einer fachspezifischen Kommunikation dient sie als Basis der Auseinandersetzungen und wird in der Lehre schliesslich zur Überlieferung des Wissens eingesetzt. Erst für die Kommunikation der Ergebnisse einer Forschung in Fachzeitschriften und Lehrbüchern werden Wissenschaftsfotografien gedruckt und erhalten quasi eine definitive Form. Ästhetische Kriterien spielen dabei eine untergeordnete Rolle, und doch bedarf jegliche Präsentation gestalterischer Entscheidungen, die hier oft in naiver Art getroffen werden. Dies mag neben der Erschliessung unbekannter Welten mit ein Grund sein, weshalb sich Künstler und Gestalter stark für solche Materialien interessieren.

## REZEPTIONSWEISE

Die Rezeption ist Teil eines Erkenntnisprozesses. Er setzt ein differenziertes Vorwissen voraus, eine Kenntnis der speziellen Codierung und bleibt üblicherweise auf einen kleinen Kreis von Spezialisten beschränkt. Aus



Einfachstrich 12g/m<sup>2</sup>



Doppelstrich 22g/m<sup>2</sup>

diesem Status des Bildes ergibt sich auch, dass die Einbindung in einen Text fast zwingend ist, dass das Bild ohne Text oder ausführliche Bildlegende nicht jenes Wissen erschliesst, das darin bewahrt wurde. Da wo einzelne Bilder oder ganze Werkgruppen populär werden, wie etwa bei Eiskristallen, Aufnahmen der Mondoberfläche oder das Milchkrönchen in seinen unzähligen Variationen, gilt die Begeisterung den wunderbaren Formen der Natur. Nicht ganz unwichtig dürfte dabei sein, dass die entsprechenden Phänomene zwar von Auge knapp beobachtet werden können, in ihrer Schönheit aber erst durch die Kamera zugänglich werden.

## SEMANTIK

Unabhängig von den hochtechnisierten Verfahren zeigt die Wissenschaftsfotografie ein Naturereignis bzw. einen Vorgang, der ohne die Aufmerksamkeit einer Kamera oder eines Menschen ebenso verlaufen wäre. Das Bild bezieht sich also in dokumentarischer Haltung auf eine Wirklichkeit. Insofern es sich dabei um minimalste Spuren einer Strahlung handelt, entzieht sie sich einer ikonischen Beziehung zum Referenten und wird zum Anzeichen, das seinerseits der Interpretation bedarf. Gerade weil sich hier der Fotografie ungewohnte Spielräume eröffnen, wird sie mit einer ethischen Haltung des Fotografen verbunden, die die Wahrheit und die Brauchbarkeit des Bildes als Basis weiterer Erkenntnisse garantieren soll.

## TRANSFER

Das Genre der Wissenschaftsfotografie erreicht zwar populärwissenschaftliche Kontexte in Form von Zeitschriften und Ausstellungen, ein Einzelbild erhält aber selten Kunststatus. Voraussetzung dafür ist eine grosse zeitliche Distanz, so dass auch das überlebte Paradigma einer Wissenschaft daran kenntlich wird. Gerade ihre Erscheinung ausserhalb der ästhetischen Normen macht sie für kunstgewohnte Rezipienten attraktiv und verweist auf einen anderen Modus der Bilderstellung. In diesem Zusammenhang steht auch die lange beliebte Parallelisierung von Kunst- und Wissenschaftsbildern, verbunden mit dem impliziten Hinweis auf die Analogie der jeweiligen Erkenntnismethoden. Auch kann eine allfällige dekorative Wirkung eines Bildes in populären Plakaten Verwendung finden. Reziprok zur zunehmenden Visualisierung wissenschaftlicher Resultate werden auch vermehrt Fotografien aus anderen Genres einer wissenschaftlichen Betrachtungsweise zugänglich gemacht.

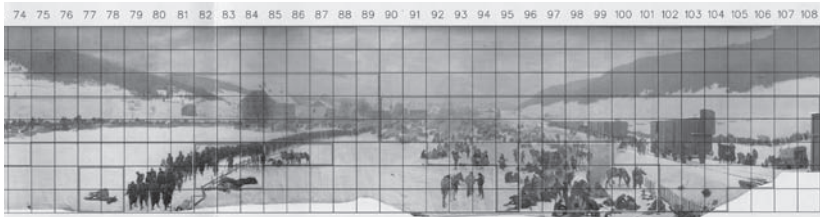
# FG.10 PORNOGRAFIE

## GEGENSTAND

Mit dem Vorschlag, auch die Pornografie oder erotische Fotografie in unsere Genrematrix aufzunehmen, widersprechen wir unseren eigenen Vorgaben. Nicht das Motiv sollte für die Abgrenzung entscheidend sein, sondern die Herausbildung eigener Produktions- und auch Rezeptionsbedingungen. Doch gerade weil sich die Pornografie allein über ihre Motive definiert, sehen sich ihre Hersteller gezwungen, sowohl ihre eigenen Produktionsstudios wie auch ihre Vertriebskanäle zu betreiben. Keine Fotografie, und wir beziehen uns hier nur auf stehende Bilder, ist deutlicher als Genre fassbar und verdankt dies nicht zuletzt einer gesellschaftlichen Ausgrenzung. Gleichzeitig beschränkt sie sich auf einen sehr engen Motivkreis, die Darstellung nackter Körper und sexueller Handlungen, die sich allerdings einer globalen und konstanten Nachfrage erfreuen. Die Entwicklung folgt, sofern eine auszumachen ist, den körperlichen Idealen im Herstellerland, um die beabsichtigte Wirkung, die sexuelle Erregung des Betrachters, möglichst zu steigern. Erstaunlich, dass sich die Produktion nicht erschöpft, der Markt offenbar immer neue Darstellungen verlangt, die sich allerdings in Qualität und Motiv kaum von den verfügbaren unterscheiden. Bemerkenswert überdies, dass die Lust, die doch so sehr auf taktile Reize und eine gewisse Intimität angewiesen ist, sich tatsächlich durch typisierende Bilder übertragen lässt.

## PRODUKTIONSBEDINGUNGEN

Die Herstellung von Pornobildern ist weitgehend auf unzugängliche Räume beschränkt, bzw. auf Temperaturen, die es den Akteuren erlauben, unbehelligt und unbekleidet zu agieren. Die Ein- oder Zweisamkeit der Darsteller wird auf dem Set von etlichen Personen geteilt, dem Fotografen, dem Beleuchter, der Stylistin, die allerdings nie im Bild auftauchen, damit sich der Betrachter als Voyeur seinerseits unbeobachtet fühlen kann. Ausserdem ist die fotografische Darstellung menschlicher Haut und nackter Körper in Bezug auf Beleuchtung, Lichttemperatur, unerwünschte Reflexe und Schatten besonders im Farbbereich sehr anspruchsvoll. Professionelle Aufnahmen lassen sich entsprechend leicht



Bourbaki Panorama (E.Castres)

von Amateurbildern unterscheiden, der Produktionsaufwand lässt sich aber auch an der Schönheit der Akteure, im Sinne eines aktuellen Ideals, ablesen. Wieweit die Körper dabei sichtbar werden, hängt vom Profil der Darsteller und von den Zielmedien ab. Insbesondere im Filmbereich gibt es unterschiedlichste Gradationen, die mit ausdifferenzierten Bezeichnungen zwischen Erotik und Hardcore benannt werden. Eine sinnliche Verführung spielt mit dem Verdecken und Entblößen von intimen Körperzonen, sowohl in der Wirklichkeit als auch auf medialer Ebene. Dem gegenüber steht die Macht oder Gewalt des Begehrens, das in entsprechend rohen, unvermittelten Bildern zum Ausdruck kommt.

#### PUBLIKATIONSMEDIUM

Auf Grund lokaler Gesetzgebungen ist die Verbreitung pornografischer Bilder auf eigene Kanäle angewiesen. Die gesellschaftliche Ächtung fördert gleichsam die Innovation und Vielfalt in diesem Bereich, derzeit dürfte allerdings das Internet alle herkömmlichen Medien wie Pornohefte, Bücher und Zeitschriften als primäre Publikationsform verdrängt haben. Damit ist auch gesagt, dass vorwiegend digitale Bilder benützt werden und dass die Materialität des Bildschirms, die hinterleuchtete und verglaste Fotografie, die Erscheinung bestimmt. Die berührbare Oberfläche bleibt so immer die eigene, während die Bilder auf ihrer Rückseite wechseln, eine Hinterglasfotografie, deren Rahmen alle nur denkbaren Bilder bereits als Möglichkeit enthält. Es mag mit ihrer Nähe zur Pornofilm-Industrie zusammenhängen, dass auch pornografische Fotos meist in Serien zusammengestellt werden. Die Dramaturgie dieser Reihen folgt einem stereotypen Ablauf, bei Einzeldarstellungen im Sinne einer Enthüllung, bei Paaren hin zum sexuellen Höhepunkt.

#### REZEPTIONSWEISE

Für den Konsum pornografischer Fotografien erweist sich das Internet als nachgerade ideal: Viele Bilder sind gratis, jederzeit überall verfügbar, sie können nach Belieben betrachtet werden und mit geringem Risiko, dabei beobachtet zu werden. Ihre Suche auf dem Netz mündet praktisch in einem unendlichen Prozess immer weiterer Seiten, die beim Anklicken eines Bildes aufspringen und wieder neues Material anbieten. Anders als bei andern Medien bildet sich hier kein Massenpublikum, es existieren jedoch ungezählte Konsumenten, die aus Schamgefühl oder Angst vor gesellschaftlicher Ächtung nicht als solche erkannt werden möchten und im Dunkeln bleiben. Nur da, wo sexuell erregende Fotografien mit einem Kunstanspruch verbunden werden – sei es über eine mythologische Verbrämung von Aktdarstellungen oder eine ästhetisierende Aufbereitung der Bilder –, darf das Publikum sichtbar werden und sind museale Präsentationen möglich und oft sehr erfolgreich. Dass eine Anregung oder gar Erregung erfolgt, ist dann nicht der Streitpunkt, entscheidender ist, ob dieses Ziel in der Darstellung verdeckt oder offen angestrebt wird.

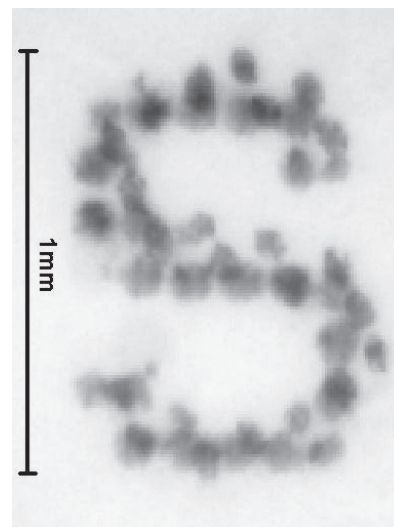
#### SEMANTIK

Auch wenn die vorgeführte Lust nur gespielt ist, und dies oft in einer durchschaubaren Weise, handelt es sich doch um echte Darsteller, die einander wirklich sexuell verkehren. Allein diese Kerngewissheit erlaubt offenbar die Übertragung der Lust, die erwartungsgemäss einer ähnlichen Dramaturgie folgt wie die Bildserie. Der Verlust der Selbstkontrolle in der Ekstase wird scheinbar identisch mit ihrer Darstellung und prägt so, aller Stilisierungen zum Trotz, schliesslich den Umgang mit sexuellen Wünschen. Die Bilder ziehen dank ihrer untrüglichen biologischen Basis die Referenz nach sich, sie beeinflussen die Phantasmen und das Sexualleben ihrer Betrachter. Dies bestätigt der immense

Umsatz der Pornindustrie, aber auch die anhaltende Kritik, die hierhin ihre Befürchtungen formuliert.

#### TRANSFER

Die Übergänge zwischen Kunst und Pornografie sind fließend. Nicht zuletzt die Aussicht, einen werbewirksamen Skandal zu inszenieren, bewegt immer wieder Künstler dazu, die gesellschaftlich gesetzten Grenzen in gespielter Unschuld zu überschreiten und die hinlänglich bekannten Diskussionen zu provozieren. Aus dem nämlichen Grund ritzt auch die Werbung gerne unter dem Motto Sex sells dieses Tabu, allerdings mit dem Risiko, dass eine zu gewagte Kampagne abgeschossen wird. Es gibt auch Beispiele, in denen ausdrücklich pornografische Bilder von Künstlern adaptiert wurden, dann aber meist in einer medialen Brechung, die eine reflexive Distanz markiert und dennoch die intendierten Reize nicht ganz ausschliesst. Es ist ein ausdrückliches Spiel mit «High» und «Low», das so bereitwillig als Kritik an einer Erwartungshaltung des bürgerlichen Kunstpublikums reflektiert und als solche dann durchaus begrüsst wird. Daraus lässt sich immerhin schliessen, dass pornografische Darstellungen noch immer ein dunkles Potential bergen, das nicht bloss aus Gründen ästhetischer Anspruchslosigkeit abgelehnt wird.



Graues S mit Injekt