

Martin Schuster



# Foto- psychologie

Fotos sehen, verstehen,  
gestalten

SACHBUCH

 Springer

# Fotopsychologie

Martin Schuster

# Fotopsychologie

Fotos sehen, verstehen, gestalten

3. Auflage

 Springer

Martin Schuster  
Department Psychologie  
Universität Köln  
Köln, Deutschland

ISBN 978-3-662-60301-7      ISBN 978-3-662-60302-4 (eBook)  
<https://doi.org/10.1007/978-3-662-60302-4>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© Springer-Verlag GmbH Deutschland, ein Teil von Springer Nature 1996, 2005, 2020

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Einbandabbildung: © felix/stock.adobe.com; Andrey Kiselev/stock.adobe.com  
Planung/Lektorat: Sebastian Müller

Springer ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer-Verlag GmbH, DE und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Heidelberger Platz 3, 14197 Berlin, Germany

# Vorwort

Seit der ersten Auflage dieses Buches hat sich der Gebrauch der Fotografie erheblich verändert. Damals wurde im Wesentlichen noch auf Film fotografiert. Dann kam die digitale Fotografie als Grundlage einer schnellen Kommunikation der fotografierten Bilder. Heute verdrängt das Handy im populären Gebrauch die Kamera. Die sozialen Netzwerke lassen die Massen zu begeisterten Fotografen werden.

Dieses Buch soll zum Verständnis der Fotografie-Mensch-Beziehung beitragen. Der Fotoamateur findet in den besonders gekennzeichneten Foto-Praktika nach jedem Kapitel fotopsychologische Aufgaben, mit denen man die theoretischen Ausführungen auch praktisch nachvollziehen kann. Ein weiterer Gewinn aus der Lektüre dieses Buches soll sein, die Fotografie für das eigene Leben intensiver und persönlicher nutzen zu können.

Hier sei meinen Studenten und den „Kölner Fotodilettanten“ gedankt, die in Diskussionsbeiträgen und mit Fotoarbeiten am Entstehen des Buches mitgewirkt haben. Besonders bedanken möchte ich mich bei Prof. Hans Brög und Prof. Rainer Wick, die wichtige Hinweise zum Thema gegeben haben.

Martin Schuster

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	1
<b>2</b>	<b>Die Historie der Fotografie und der Seele</b>	5
	Fotos werden zum Ritualelement	6
	Fotos liefern Verhaltensmodelle	8
	Die sich wandelnde Akzeptanz der Fotografie	9
	Die Fotografie und die Persönlichkeitsrechte	11
	Die Befreiung des bildhaften Denkens	12
	Die neue Bildkommunikation in sozialen Netzwerken	13
	Sexy Fotos	15
	Influencer	17
	Mobbing	17
<b>3</b>	<b>Fotografie und Wahrnehmung</b>	19
	Die visuelle Wahrnehmung: wie sie abläuft	19
	Schweifender Blick und fokussierender Blick	20
	Vom Ganzen zum Detail und vom Detail zum Ganzen	21
	Visueller Kurzzeitspeicher	22
	Analyse durch Synthese	22
	Schärfe und zweiäugiges Sehen	26
	Die optischen Hintergründe der Redner	30
	Die Wahrnehmung des Fotos	30
	Unschärfe als Stilmittel	32
	Neue visuelle Metaphern	32
	Die Größenverzerrung von nahen Objekten	33

Die fallenden vertikalen Linien	34
Der „Moment“ des Fotos	36
Die Fotografie und die historische Entwicklung der Wahrnehmung	38
Das neue Seherlebnis als kulturelle Leistung	43
Die besondere Schönheit von Bildern und Fotos	44
Unschärfe und Schönheit des Bildes	46
Fotospezifische Erschwerungen der Bildwahrnehmung	47
Malerei vs. Fotografie	49
Stört das Fotografieren die aktuelle Wahrnehmung?	53
Muss man lernen, eine Fotografie zu sehen?	55
Fotopraktikum: Wahrnehmung	59
<b>4 Fotos und Erinnerungen</b>	<b>61</b>
Blitzlichterinnerungen	62
Das Foto als Erinnerungshilfe	64
Fotos von Urlaubserinnerungen – eine kleine empirische Studie	65
Erinnerungen und aktives Fotografieren	68
Erinnerung an geliebte Sachen	71
Fotos als Erinnerungen an geliebte Menschen	74
Vergangenes behalten wollen, Vergangenes vergessen wollen	76
Erinnerungen an sich selbst, die eigene Identität	77
Fotos formen die weitere Erinnerung	78
Erinnerung an Fotos statt an die Wirklichkeit?	79
Das Fotointerview	81
Fotopraktikum: Fotografie und Erinnerung	83
<b>5 Fotos in der Fototherapie</b>	<b>85</b>
Fotos sehen lernen	86
Fotos als dokumentierte Vergangenheit	89
Fotos als Stellvertreter von Personen	92
Fotos als symbolischer Gegenstand	94
Die Auseinandersetzung mit dem eigenen Äußeren	95
Das Wiedererinnern und Aufrufen früherer Ressourcen	98
Entwicklungsmöglichkeiten der Fototherapie	98
Fototherapie und Kunsttherapie	100
Eine Pathologie des Fotografierens – das geheime Foto	100
Fotopraktikum: Fototherapie	103

<b>6</b>	<b>Wie Fotos auf Instinkte wirken</b>	105
	Das Objektiv als Auge	105
	Fotos „machen uns an“	109
	Die Entwicklung der erotischen Fotografie	110
	Das Auto als Ort erotischer Fantasien	115
	Einflüsse der erotischen Fotografie auf das heutige Erleben	116
	Wann sind Fotos pornografisch?	117
	Die Erotik des Fotografierens	118
	Kinderfotografie	119
	Food-Fotografie	120
	Gesten als Teil einer Instinktbewegung	121
	Der untypische Moment erhält im Foto Dauer	125
	Die Dauer des Fotos verändert die Bedeutung einer Mimik	126
	Fotopraktikum: Instinkte	130
<b>7</b>	<b>Das Porträtfoto</b>	131
	Neue Verhaltensmöglichkeiten durch das Porträtfoto	134
	Eine neue Art des Ruhms	135
	Die neue Kontinuität des „Ich“ über den Lebenslauf	136
	Neue Möglichkeiten, ein Gesicht zu betrachten	137
	„Quasi-Bekanntheit“, „Quasi-Gemeinschaft“	137
	Gesichtsausdruck und Gesichtsschönheit	138
	Der aktuelle Ausdruck	138
	Wie erreicht man spontanen Ausdruck?	139
	Der habituelle Ausdruck und Gesichtsschönheit	141
	Weitere Merkmale der Gesichtsschönheit	143
	Gesicht und Charakter	145
	Manipulation des Aussehens durch die Fotografie	145
	Porträtähnlichkeit	149
	Hintergründe und Accessoires	151
	Das untypische Foto	151
	Gedanken über die Frage „Wie sehe ich aus?“	154
	Moden in der Gestaltung von Porträts	157
	Das Porträtfoto im sozialen Kontext	160
	Das Selfie	161
	Selbstliebe oder Kommunikation	162
	Bildinnovationen durch die Selfie-Fotografie	163
	Das Handy als Album	164
	Fotopraktikum: Porträt	164

<b>8</b>	<b>Soziale Beziehungen und Fotografie</b>	167
	Die Fotografie als Fortsetzung der Kommunikation mit anderen Mitteln	170
	Die Rollen von Fotografen, Fotografierten und Passanten	171
	Die Rolle des Fotografen	172
	Die Rollenübernahme durch die Fotografierten	174
	Die Rollenübernahme durch Passanten	175
	Das Bild – auch eine Art Sozialkontakt	176
	Die Kamera – eine Liebesbeziehung	180
<b>9</b>	<b>Das öffentliche Foto in Presse, Internet, Werbung und Propaganda</b>	181
	Fotografie und Demokratie	181
	Bilder mischen sich in das Denken ein	184
	Das psychoaktive Pressefoto	185
	Stilentwicklung durch die Pressefotografie	187
	Die soziale Fotografie	188
	Pressebild und „Wahrheit“	192
	Ereignisse für das Pressebild	194
	Pressebild und Text	195
	Das Foto als Beweismittel	196
	Das Werbebild	196
	Werbebilder als Botschaft	198
	Das Propagandafoto	201
	Aussehen und Wirklichkeit – das Wesen im Äußeren	205
	Fotopraktikum: Das öffentliche Foto	206
<b>10</b>	<b>Fotografie und Kunst</b>	209
	Das geheime Zaubermittel	210
	Das Foto führt zu neuen Wahrnehmungserfahrungen	212
	Fotografische Effekte dringen in die Kunst	213
	Das Foto als Rohmaterial für das Kunstwerk	214
	Das Foto als Hilfsmittel im kreativen Prozess	215
	Das Foto als Materialisierung des Kunstwerks	216
	Das Kunstfoto	217
	Fotografen-Künstler	223
	Das Problem des Originals	226
	Das Porträt des Künstlers	228
	Ist Fotografie Kunst?	228
	Fotopraktikum: Kunst	229

<b>11 Die Fotografie als Hobby</b>	233
Ist Fotografie ein weibliches oder männliches Hobby?	233
Der Amateur im Abglanz der Künstler	234
Fotoclubs	235
Motive der privaten Fotografie	239
Das Löschen von Fotos	240
Die Ordnung der Fotos – Verlust vorbeugen	240
Fotopraktikum Fotohobby	241
 <b>12 Fotopsychologie – Psychofotografie</b>	 243
Eine neue persönliche Fotografie	245
Fotos öffnen neue Welten	252
Der technische Wandel	255
Notizbuchfunktion	255
Kommunikation	256
Bleibt das digitale Bild „geheim“?	257
Bilderfluten	258
Bildbearbeitung und Wahrheit des Bildes	258
Fotografie und Film	259
Fotopraktikum: Persönliche Fotografie	259
 <b>13 Zwei fotopsychologisch orientierte Interviews</b>	 263
Interview mit dem ehemaligen Model Katrin	263
Interview mit dem Kunstmaler Professor Johannes Wickert	265
 <b>Literatur</b>	 269



# 1

## Einleitung

Die Psychologie ist die Wissenschaft vom menschlichen Erleben und Verhalten. In der Fotopsychologie geht es also um den Einfluss der Fotografie auf das Verhalten und Erleben der Menschen.

Der Mainstream der Psychologie sucht Gesetze menschlichen Verhaltens (z. B. des Lernens), die über alle Zeiten Gültigkeit haben. Aber gerade weil Menschen lernen können, weil ihr Wissen aus ganz verschiedenen Erfahrungen und Geschicklichkeiten zusammengesetzt ist, kann sich die Psyche (oder technischer ausgedrückt: die innere Informationsverarbeitung) im Lauf der Epochen verändern. Menschen haben bildhafte Erinnerungen, sie denken – fast ausschließlich, wie z. B. Arnheim glaubt, – in Bildern. Das bildhafte Denken der Menschen kann sich durch die Fotografie verändern. Dies versuche ich hier nachzuzeichnen.

Ob wir von einem geliebten Verstorbenen noch ein Bild haben oder nicht, beeinflusst die weitere Erinnerung an ihn. Dies ist nur eine von vielen Möglichkeiten, wie das Besitzen und Machen von oder auch nur die Erinnerung an Fotos in unser Verhalten und Erleben eingreifen.

Die Kulturentwicklung, in diesem Fall die Erfindung der Fotografie, wirkt also auf die Psyche zurück. Der Mensch des Jahres 1890 hat eine andere Psyche, denkt anders und fühlt anders als der Mensch von 2020. Diese Erkenntnis hat sich in der Psychologie erst in jüngster Zeit durchgesetzt. Dieses Buch versteht sich auch als Beitrag, die historische Bedingtheit des menschlichen Erlebens aufzuzeigen. Die Fotografie hat sich in den letzten Jahren und mit den Möglichkeiten der Digitalfotografie einen ganz

besonderen Platz im Leben der Menschen erobert. Im Internet gibt es eine massenhafte bildhafte, private Kommunikation. Dies soll in der aktuellen Auflage dieses Buches ausführlich gewürdigt werden.

Es gibt bereits ein älteres Werk über Fotopsychologie von Spitzing (1985), dem das Verdienst gebührt, das Thema eröffnet zu haben. Dieses gelungene Buch findet seine Fundamente stärker im fotografischen Wissen, während hier eine Weiterentwicklung der Fotopsychologie auf der Basis der Kunstpsychologie versucht wird (vgl. Schuster 2001).

In einem fortgeschrittenen Zustand der Wissensansammlung eines bestimmten psychologischen Bereichs kann der Autor eines Fachbuchs auf den Kenntnisstand, der innerhalb dieses Bereichs gesammelt wurde, zurückgreifen. Meist geben mehrere Gesamtdarstellungen in Zeitschriften und bewährten Werken Gliederungen vor, an die sich spätere Autoren mehr oder weniger eng halten.

In einem jungen Fach jedoch gleicht die Kenntnissammlung einem Flickenteppich, den allein zu beschreiben für den Leser wenig nützlich wäre. Die Bereiche, in denen Forschungen Erkenntnisse geben *könnten*, und erste Hypothesen, welche Ergebnisse zu erwarten wären, füllen hier die weißen Stellen auf der Landkarte des Wissens aus.

Für Autor und Leser ist dieser noch nicht „verfestigte“ Stand des Fachs besonders spannend. Natürlich ist es mit einer Entdeckerfreude verbunden, die ersten Spuren auf einer fast unberührten Schneedecke (des Wissensstandes) zurückzulassen, und der Leser ist viel direkter als in späteren Zuständen der Berichterstattung aufgefordert, die Plausibilität des Dargestellten mit seiner eigenen Erfahrung zu vergleichen. Und die Leerstellen sind ja gerade jene Ansatzpunkte, an denen die interessierten Studenten des Fachs mit eigenen Forschungsbeiträgen mitarbeiten können.

Wenn in diesem Buch Thesen und Interpretationen gegeben werden, so soll das nicht bedeuten, dass alle beschriebenen fotografischen Phänomene immer so ablaufen oder zu begründen wären. Die gleiche Handlung kann ja unterschiedlich und vielfältig determiniert sein. Selbst eine so grundlegende und einfache Handlung wie Flüssigkeit aus einem Glas zu trinken, kann vielerlei Gründe haben: Einmal entsteht sie aus dem Durst heraus, ein anderes Mal aus dem Wunsch, berauscht zu werden, ein drittes Mal, um den Geschmack der Flüssigkeit, vielleicht eines Weines, zu prüfen. Wie viel mehr Motive und Varianten wird es da erst für das komplexe Verhalten „Fotografieren“ und „Fotografiertwerden“ geben? Einmal mag der Fotoapparat mehr im Sinne eines Abwehramulettes mitgeführt werden, ein anderes Mal ist er beispielsweise einfach das Werkzeug des professionellen Fotografen usw.

Hier werden Bewertungen der verschiedenen fotografischen Bestätigungen und Professionalisierungsgrade vermieden. Beim Studium der entsprechenden Literatur fallen nämlich viele Abwertungen auf. In der kunstnahen Literatur wird der Alltags- oder Selfie-„Knipser“ belächelt. Aber auch der engagierte Amateur, der die Ästhetik der Fotojournale anstrebt, wird schlecht angesehen. Sicher liegt die abwertende Attitüde mancher Autoren darin begründet, dass man für die eigene Tätigkeit einen Kunstwert reklamiert und sich umso mehr von amateurfotografischen Unternehmungen abheben muss, je näher sie der eigenen Tätigkeit kommen. Mir scheint gerade die Vielfalt des Umgangs mit Fotografie interessant.

Weil viele Themen, die behandelt werden müssen, noch nicht in umfangreichen statistisch-empirischen Untersuchungen erforscht sind, wird der Leser hier häufig einzelne Beispiele finden, die keine Beweiskraft haben, die aber sehr anschaulich illustrieren, wie die Psychologie eines gegebenen Sachverhaltes ist (oder sein könnte). An manchen Stellen des Buchs könnte man eher von „erzählender“ Psychologie sprechen als von empirisch-wissenschaftlicher. Dies hat aus meiner Sicht der Entwicklung der Psychologie große Vorteile. Denn die wissenschaftliche Psychologie, die über große Stichprobengruppen zu mitteln versucht, findet doch oft eher das absolut Triviale, das wenig Überraschende. Das Besondere zeigt sich nur im außergewöhnlichen Einzelfall, nicht aber bei allen Elementen oder zumindest der Mehrheit der Elemente einer Stichprobe.



# 2

## Die Historie der Fotografie und der Seele

Am Beispiel des Reisens soll zu Beginn überlegt werden, wie die Fotografie menschliches Verhalten verändert.

Da alle Sehenswürdigkeiten der Welt bereits als Abbild vorliegen, könnte der Tourist auf Sightseeing verzichten, die Annehmlichkeiten des ruhigen Strandlebens genießen und dabei einen Bildband sehenswerter Architekturkunstwerke seines Reiseortes studieren. Jetzt wird auf einmal zu einem besonderen Reiseerlebnis, was man nicht so ohne weiteres auf einem Foto abbilden kann:

Die riesige Weite der Wüste, die erhabene Größe der Berge – das sind Erfahrungen, die auf einem kleinen Foto nicht rüberkommen. Das Große und Mächtige ist es, was erst angesichts der Wirklichkeit in seiner ganzen Relation zur menschlichen Winzigkeit auffällt. Aber auch das Erleben des Heiligen und Ominösen ergibt sich nicht vollständig beim Anblick eines Bildes. Erst das Berühren der Reliquie ist wundertätig, und nur, wer die Mumie des Pharaos Auge in Auge sieht, hat jenes merkwürdige Gefühl, einem einst lebendigen Weltherrscher gegenüberzustehen.

Viele Gefühlslagen gegenüber der wirklichen Welt können dem Foto gegenüber nicht entstehen. Einer lebenden Schlange zu begegnen, ist eben etwas völlig anderes, als ein Foto von ihr zu sehen. In einer engen Tropfsteinhöhle herumzukraxeln, weckt ganz andere Gefühle, als Bilder solch bizarrer Gesteinsformationen zu betrachten.

Wenn die traditionelle Sehenswürdigkeitentour durch Kirchen und Paläste bei der Jugend und auch vielen Älteren keine große Gegenliebe mehr findet, dann nicht zuletzt deswegen, weil die dort erfahrbaren Ansichten kaum noch neu sind.

## Fotos werden zum Ritualelement

In unserer Kultur gibt es viele Rituale. Das sind Handlungsfolgen, die nicht eigentlich funktionell sind, sondern symbolische Bedeutung haben. Das Austauschen der Eheringe ist ein solches symbolisches Sichbinden innerhalb des Gesamtrituals der Hochzeit.

Rituale markieren wichtige Wandlungen: Die Schultüte zum Schuleintritt, die Abschlussfeier des Gymnasiums oder die Feier zur Aufnahme neuer (Korps-)Studenten in der Tracht der Verbindung, Hochzeit und Geburt der Kinder – alles dies sind typische Momente der Wandlung, die oft eine Neuorganisation der sozialen Verbindungen erfordern. Bereits in den früheren Familienalben werden diese Wandlungen festgehalten. Es geht nicht einfach um ein Foto des Sohnes, sondern um ein Foto des Sechsjährigen mit Schiefertafel in der Schuluniform. Die kleine Aufführung mit der Tüte voller Süßigkeiten und die engagierte Beteiligung der Väter und Mütter soll Eltern und Kindern den Wandel bildhaft deutlich machen und die Notwendigkeit neuer Verhaltensweisen stützen (Abb. 2.1).



Abb. 2.1 Das Hochzeitsfoto ist heute Teil des Rituals. (Adam Zborowski)

Der Stolz auf das Erreichte kommt dabei auch immer hinzu: der natürliche Stolz, der sich aus der wachsenden Kompetenz des Älterwerdens ergibt, aber auch aus dem Gelingen der verschiedenen Lebensaufgaben. Der Stolz, Rekrut sein zu dürfen, liegt heutigen Generationen nicht mehr so nahe wie den jungen Männern des Kaiserreichs. Auf den vergilbenden Fotos präsentieren sie sich stolz in ihren schönen Uniformen.

Fotos dieser kleinen Inszenierungen sind sozusagen ein Zustandsbericht der individuellen Lebensphase. Sie erzeugen und erhalten die Identifikation mit der neuen Rolle.

Beim Durchblättern privater Fotoalben von 1858 bis 1918 (Maas 1975) wird gerade aus der zeitlichen Distanz deutlich, dass die individuellen Erlebnisse der Wandlung, wie sie von einer Kulturepoche vorgegeben werden, in eine (rituelle) Verbindung mit dem Mythos der Zeit treten. Neben den persönlichen Bildern nämlich finden sich Fotos berühmter Denkmale, der Walhalla, der Ruhmeshalle, großer deutscher Persönlichkeiten sowie Bilder der Fürstenhäuser, die verschiedene Verbindungen und Hochzeiten verklären. Das Individuum wurde so – im Familienalbum sichtbar – zum Teil der deutschen Nation, deren Ruhm, Ausdehnung und Wohlstand das Ziel aller war.

Die kostbaren Fotoalben mit Ledereinband und Bronzeschließe waren ein wichtiger Teil der Selbstdefinition und der Selbstpräsentation. Um die Jahrhundertwende gehörte dazu auch der Sport, der Sportsgeist und der gesunde Körper – ein Mythos, der heute im allgegenwärtigen Joggingkult wahrscheinlich noch nicht einmal seinen Höhepunkt erreicht hat.

Im Kontrast zur Bilderwelt solcher Alben werden die Mythen unserer Zeit schärfer bewusst. Die Alben des heutigen Fotoamateurs sind ganz wesentlich mit Urlaubsbildern gefüllt. Das bringt die gemeinsame Überzeugung der Zeit zum Ausdruck, das Glück im Privaten zu suchen, speziell in der Flucht aus dem entfremdeten Erwerbsleben.

In der Sonne zu liegen, ist vielleicht unbequem und schweißtreibend, aber eine „rituelle“ Visualisierung des schönen Müßiggangs. Entsprechend häufig wird diese Pose mit der Kamera eingefangen. Das Streben nach dem ewigen Sommer des Urlaubslandes lebt sicher in seinen Wurzeln von den Fantasien vom glücklichen und konfliktfreien Leben auf der exotischen Südseeinsel – ein Traumbild, das ja auch in der Werbung allenthalben beschworen wird.

Die Rolle der Fotos im rituellen Handeln kann sich in den Epochen verändern: Früher durfte der Fotograf bei Trauungen und Taufen nur außerhalb der Kirche arbeiten. Heute markiert gerade das Blitzen (das „Blitzlichtgewitter“) die wichtigen Momente des Übergangs. Der helle „Sternenglanz“ der Blitze gleicht einem Feuerwerk, einer Hommage an

das Ereignis. So ist das Fotografieren, das Geräusch des Verschlusses, die Anwesenheit des Fotografen nicht nur eine Dokumentation des wichtigen Momentes, sondern wird zu einem Teil des wichtigen Momentes selbst. Das Fotografieren zum richtigen Zeitpunkt erhebt den Moment ins Besondere. In China und Hongkong etwa wird das Hochzeitsfoto in ganz besonderem Maße zum Ritual und Statuselement. In den schönen Parks der Städte finden stundenlange Fotosessions mit dem Hochzeitspaar statt. Die Wichtigkeit der Familie wird so unterstrichen.

Das Foto ist Erinnerung und Beweis, aber auch Reliquie des Ereignisses. Es hatte Kontakt zu diesem wichtigen Moment und ist daher dauerhaft geweiht, so wie heiliges Wasser oder Glücksbringer geweiht sein können. Das Foto wird umgeben von der assoziativen Aura des Gottesdienstes und kann die damalige gerührte Stimmung wieder aufrufen. Bilder von Hochzeiten, Taufen und Konfirmationen, Bilder also, die Teil eines rituellen Geschehens sind, besitzen fast alle Menschen, auch diejenigen, die im Allgemeinen kein besonderes Interesse an der Fotografie haben.

## Fotos liefern Verhaltensmodelle

Fotos liefern das Vorbild für Selbstpräsentationen. Die Mimik des Weltmeisters im Blitzlichtgewitter wird später zur alltäglichen Mimik (Abb. 2.2). Für die Siegerfotografie werden Posen und für das Fernsehpublikum Bewegungsfolgen entwickelt, die Freude und Triumph optimal – und zeitgemäß – vermitteln. Dabei wird der Charakter der Aufführung für das Foto besonders deutlich – einer Aufführung, die sich an ein durch die Kultur vorgegebenes Drehbuch hält und keineswegs natürlicher Ausdruck spontaner Emotion ist (vgl. Abschnitt zum Selfie in Kap. 7).

Beim Autorennen ist es die spritzende Sektfontäne und die bewundernde Gegenwart von zwei oder drei Schönheiten, die den Triumph – sportspezifisch – visualisieren. Tennisstar Boris Becker machte bei seinen Siegen die Faust am abgewinkelten Unterarm populär. Im Fußball hat sich nach den beinahe homosexuell wirkenden Umarmungsszenen (alle springen zu einem Triumphhaufen übereinander), wie sie außerhalb des Spielfeldes nicht vorkommen, ein Tänzeln am Spielfeldrand entwickelt, das von den afrikanischen Fußballlegionären als geeignete Triumphsprache abgesehen wurde.

Solche Vorbilder werden aus den Pressefotos übernommen und im Alltagsfoto in abgeschwächter Form nachgeahmt. Auf jeden Fall handelt es sich um ein kleines „Theaterspiel“ vor der Kamera, um ein Sichtbarmachen



**Abb. 2.2** Triumphgeste. (Heiko Schuster)

der Situation und der Emotionen. Ob diese Emotionen gerade wirklich vorhanden sind, scheint nicht so wichtig; Aufregung und Stress liegen in vielen Fällen hinter der gezeigten freudigen Stimmung.

## Die sich wandelnde Akzeptanz der Fotografie

Die Fotografie hat bereits eine kurze Geschichte. Verwendungsmöglichkeiten, Einstellungen und Schamhaftigkeiten der Fotografie gegenüber haben sich in dieser Zeit schon dramatisch verändert. Bourdieu veröffentlichte 1965 die „sozialen Gebrauchsweisen der Fotografie“. Offenbart sich da die Ästhetik des „einfachen Volkes“ (S. 18), wie er durch eine Frage nahelegt? Wohl eher nicht. Dennoch sind die Ergebnisse seiner Untersuchungen aus heutiger Sicht interessant, weil sie eine historische Bedingtheit eines

Verhaltensbereichs, wie den Umgang mit der Fotografie, aufzeigen. Der hohe Preis eines Fotos zum Beispiel machte zum Zeitpunkt der Untersuchung eine stärkere Beschäftigung der unteren Schichten mit dem Foto schwierig:

„... außerdem hat man auf dem Land andere Ausgaben als für Filme und Fotoapparate ...“ (S. 65)

Die *Bauern* erleben das Fotografieren als ein Statussymbol, das ihnen nicht zukommt, aber gleichwohl ihren Neid erweckt:

„MF spielt sich nur auf, sie kommt nur von Paris, um hier anzugeben. In Paris leben, mit einer jämmerlichen Stelle, nichts zu beißen zu haben, aber mit einem Fotoapparat ankommen.“ (S. 65)

Der Landbewohner wehrt sich gegen seinen geringen Status und gestattet ein Foto nur in ausgesprochen würdiger und daher auch steifer frontaler Pose. *Arbeiter* dieser Zeitepoche stellen die Fotografie über die Malerei, loben in einem Gespräch das bunte Landschaftsfoto im Gegensatz zu einem kubistischen Bild, drücken also eine Bevorzugung für naturalistische Abbildung auf Wandbildern aus.

Angehörige der *Mittelschicht* organisieren sich dagegen sogar in Fotoklubs. Sie suchen nach Möglichkeiten, bessere und andere Bilder als die „Knipser“ zu machen. Die *Oberschicht* der damaligen Zeit wiederum empfand Fotografie – im Gegensatz zur hohen Wertschätzung, die Malerei erfuhr – als vulgär. Beitrag einer Befragten:

„Mein Mann macht keine Fotos, er weiß, was er sich schuldig ist ... die Leute sehen nicht mehr, sondern denken nur noch ans Fotografieren.“ (S. 65)

Es wird auch darauf verwiesen, dass man keine Zeit fürs Fotografieren habe.

Dieses Momentbild aus dem Frankreich der 1960er-Jahre würde heute kaum noch zutreffen. Die Kosten der Fotografie haben sich drastisch reduziert. Daher ist die Fotografie als Verhaltensmöglichkeit auch in die unteren Sozialschichten gelangt. Die Anfertigung eines Fotos ist heute durch technische Erleichterungen ohne große Anstrengung möglich. Man muss also auch nicht mehr „vulgär handwerklich“ werden. Gleichzeitig ist eine gewisse Beruhigung eingetreten bezüglich der Frage, ob der Mensch nun immer Kunst machen müsse, wenn er fotografiert (und daher im Zweifelsfall nicht fotografieren darf), so dass man sich heutzutage sehr wohl

Prominente – z. B. aus Fürstenhäusern – vorstellen kann, die mit einer Kamera umgehen. Ja, im englischen Königshaus wurde gar ein Fotograf zum Ehepartner erkoren. Der Oberklassen- „Playboy“ Gunter Sachs trat mit Porträts schöner Frauen an die Öffentlichkeit, ganz offensichtlich ohne sich seiner fotografischen Ambitionen zu schämen.

Es ist auch anzumerken, dass die englische Königin Alexandra bereits 1901 gern mit einer Box-Kamera posierte und selbst begeisterte Amateurfotografin war. Ihre Familienschnappschüsse wurden auf mehreren Ausstellungen gezeigt (Collins 1990). In Amerika gab es anscheinend noch weniger Berührungängste. Die Kodak-Geschichte zeigt Bilder der Roosevelt-Familie, die sich fröhlich gegenseitig im Schnappschuss abzulichten versucht. Vorbehalte der Oberschichten gegen die Fotografie sind also zeitlich und lokal eher ein begrenztes Phänomen.

## Die Fotografie und die Persönlichkeitsrechte

Eine einzelne Fotografie im Jahr 1902 löste eine Debatte aus. Es war die Fotografie der jungen Miss Abigail Robertson. Ein ohne ihr Wissen aufgenommenes Bild wurde von der Franklin-Mill-Company 25.000 Mal mit dem Text „Flour of the Family“ (Mehl – sprachlicher Anklang an Blume – der Familie) vervielfältigt. Miss Robertson wurde deswegen gehänselt und litt psychisch unter den Folgen des Werbeplakats. Das Gericht, das mit diesem Fall beschäftigt wurde, stellte fest, dass es ein Recht auf „Privatheit“ im Gesetz nicht gebe. Miss Robertson verlor den Prozess. Doch es begann eine öffentliche Debatte, die im Staat New York 1903 zu einem Gesetz führte, das den nicht autorisierten Gebrauch des Namens oder des Bildes verbot.

Wenn man noch heute damit rechnen müsste, ohne sein Wissen auf Plakaten abgebildet zu werden, wäre die Einstellung gegenüber der Fotografie eine andere. Natürlich bewegt sich eine Fotopsychologie immer im historischen Rahmen derartiger Gesetze. In Deutschland dürfen Fotos ohne weitere Autorisierung nur von Personen des öffentlichen Lebens abgebildet werden, und sie dürfen nur Tätigkeiten in der Öffentlichkeit wiedergeben. In England ist es dagegen erlaubt, auch Bilder aus dem Privatleben der „öffentlichen Personen“ ohne deren Genehmigung zu vervielfältigen. In England kann es sich also lohnen, heimlich Fotos von Berühmtheiten in verfanglicher Situation zu schießen. Folglich werden die Gefühle eines englischen Prominenten in Bezug auf die Fotografie ganz andere sein als die eines deutschen Prominenten. Die Auswirkung der jüngsten Veränderung der Datenschutzgesetze auf die Fotografie ist noch nicht absehbar.

## Die Befreiung des bildhaften Denkens

Die vielen Bilder der Erinnerung sind leider in uns eingeschlossen. Sie können nicht ohne weiteres „sichtbar“ gemacht werden. Wer kann schon so gut malen, dass er seine eigene Erinnerung illustrieren könnte? Worte beschreiben Vorstellungsbilder im Gespräch mit anderen nur vage.

Mit Worten setzen wir die Erinnerung, die aus unzähligen Bildern besteht, in Sachverhalte um, die für das Erzählen relevant sind. So bleiben die Erinnerungsbilder immer in einem monadischen Gefängnis in uns verschlossen. Ja, das Generieren von Erinnerungsbildern gerät unter der fortlaufenden Praxis der Versprachlichung von Erfahrungen und Erinnerungen aus der Übung. Im Zuge dieser Praxis werden Erzählstrukturen gelernt. Zum Beispiel: Was ist nach einem Urlaub erzählenswert? Das großartige Naturerlebnis, das großartige Bildungserlebnis, gefährliche Abenteuer? (Dabei gibt es allerdings Einschränkungen, das Verirren auf der Fahrt wird eher verheimlicht.) Die Schönheit der Urlaubslandschaft wird erwähnt, kann dem Partner aber in Worten kaum vermittelt werden. Die Kommunikation wäre an eine Bildvermittlung gebunden. Aus dem unendlich vielfältigen Strom der Erinnerung wird das in Worten Erzählbare herausgesucht und – je nach kultureller Aufmerksamkeit – thematisch selektiv gebündelt kommuniziert. Anderes, wie die nicht erzählbaren Bilderinnerungen, wird nie wieder hervorgeholt. Es gibt dann bald keinen Pfad der Abrufstruktur mehr, der das spezielle Erinnerungsbild aufruft.

Manchmal, durch Zufall, durch ein ähnliches Ereignis, durch bestimmte Gerüche, durch die besondere Thematik eines Gesprächs, kommen alte Erinnerungen hoch, Inseln eines längst vergessen geglaubten Reiches gespeicherter Bilder.

Welche Schätze daraus gehoben werden könnten, zeigt uns die Weisheit des Traumes, der über die ganze ungefilterte und unversprachlichte Erfahrung verfügt, der uns warnt, der kleine und kaum beachtete Ereignisse hervorhebt. Ja, der Traum kann, wie fast jeder einmal erfahren hat, auch prophetisch sein.

Eine verborgene, tiefere Natur in uns ist seit langem Thema von Künstlern und Wissenschaftlern. Schon die romantische Dichtung beschrieb die Erfahrung, die dem Postulat des Unbewussten zugrunde lag, das von Freud in der Psychologie etabliert wurde. Das Unbewusste, daran sei hier erinnert, bedient sich des *bildhaften Denkens*, z. B. im Traum, der „via regia“ zum Unbewussten. Auch die frühen Erinnerungen an die Kindheit sind nur bildhaft (vgl. Kap. 4), und die Romantik wollte eben jene Welt wiedererlangen, die in der frühen Kindheit erlebt wurde (vgl. Pikulik 1992).

Immer schon gab es eine Hoffnung, man könne aus uns Menschen diese höhere Natur (bildhaften Denkens) zur Kommunikation hin befreien. Der Dichter Wackenroder wollte das Unbewusste mit einem gewaltigen Schlag befreien. Nietzsche suchte den neuen – spielerisch unbewussten – Übermenschen. Jungs Archetyp der Individuation schließlich meint auch nichts anderes, als dort Bewusstsein zu schaffen, wo Unbewusstes ist.

Auch die Surrealisten wollten eben diesen Übermenschen schaffen, der die Kräfte seines Unbewussten ins Bewusste führen kann. Gerade Maler haben ja mehr Kontakt zu inneren Bildwelten, sie haben die Möglichkeit der bildhaften „Ausgabe“ von Erinnerungen. So üben sie ihr bildhaftes Denken, halten es stärker bewusst als andere Berufsgruppen. Die Fotografie lässt uns alle in gewissem Sinn zu Malern werden. Wir können von Ereignissen Bilder machen, auf denen viel mehr und anderes ist als bei einer späteren Erzählung versprachlicht werden könnte.

Die Fotografie befreit in einem gewissen Sinne die bildhaften Erinnerungen aus ihrer absoluten Isolation. Sie werden durch ein Foto kommunizierbar.

Insofern ist die Fotografie ein technisches Instrument, das die Möglichkeiten des Denkens und Kommunizierens verändert hat und zur Erweiterung der zwischenmenschlichen Kommunikation beiträgt. In gewissem Sinn hat also die Fotografie die Potenz, den lang ersehnten „Übermenschen“, den Menschen, der sein bildhaftes Erleben dokumentieren und mitteilen kann, in uns zu erlösen.

## Die neue Bildkommunikation in sozialen Netzwerken

Fast jeder trägt eine Kamera im Handy mit sich herum. Der Druck auf den Auslöser genügt für ein gelungenes Foto. So entstehen nun massenweise Bilder, die in sozialen Netzwerken geteilt werden.

Warum sind Handys und soziale Netzwerke aber so wichtig für die sogenannten Millennium-Kids? Von ihren Eltern rund um die Uhr betreut, haben sie wenig Bedarf für echte Freunde. Die Lästigkeiten des Umgangs mit realen Menschen mit ihren Launen, Dominanzstrebungen und Eigenwilligkeiten muss man sich nicht antun. Die Eltern bieten Hilfe und Unterstützung an, ohne reziproke Gegenleistungen einzufordern. An die Stelle

wirklicher Freunde tritt nun die Gruppe der Follower und der virtuellen Freunde im Netz, deren glückliche Aktivitäten man täglich mehrere Stunden lang verfolgen kann. Das ist nun die Peergruppe (Gruppe der Gleichaltrigen), deren Urteil bald wichtiger wird als die Meinung der Eltern. Mit den vielen virtuellen Freunden entsteht das tiefe Gefühl des Verbundenseins mit einer Gruppe von Gleichgesinnten, das für Jugendliche so bedeutend ist. Nach deren „likes“ und zustimmenden Kommentaren sehnt man sich, und danach richtet man sich aus. Die neue Bindung an die Netzgruppe kann so weit gehen, dass man Schuldgefühle empfindet, wenn man versäumt hat, neue Fotos einzufügen (Oeldorf-Hirsch und Sundar 2016).

Sean Parker, einer der frühen Investoren von Facebook, äußerte sich (nach *Welt am Sonntag* 2019, Nr. 12, S. 14) kritisch: Ziel der Firma sei es, die Menschen in einer Art Suchtschleife nach sozialer Bestätigung gefangen zu nehmen. Das sei das Ausnutzen einer Schwachstelle der menschlichen Psyche. „Gott allein weiß, was es mit den Gehirnen unserer Kinder macht.“

Manche Netzwerke, wie Flickr oder Instagram sind speziell für das Teilen von Fotos eingerichtet. Man kann zu Bildern Kommentare geben oder sie mit einem „Fav“ (Favoritenbutton) auszeichnen (eventuell kann das auch einmal auf Gegenseitigkeit basieren). Besonders Instagram stellt das Bild in den Vordergrund, der Text kommt an zweiter Stelle. Der Dienst bietet auch schon Bearbeitungstools und einen leichten Upload. Man kann stolz auf die Zahl der Follower sein. Mit Prominenten kommt es zu einer Art Pseudo-Sozialbeziehung (die Sängerin Rihanna hat allein 11 Mio. Follower). Durch das Teilen der Fotos wird der Informationsfluss so detailreich, wie es sonst nur bei guten Bekannten der Fall wäre. Die „Freundschaften“ im Netz fühlen sich dadurch fast echt an. Man weiß, was der Partner trägt, aus welchem Porzellan er isst usw. Eine verbindliche (Jugend-)Kultur verbreitet sich so über den Intimraum der Schule bis über die nationalen Grenzen hinaus.

Erst seit die Fotos digital sind und sofort zur Verfügung stehen, konnte sich diese neue soziale Seite der Fotografie entwickeln und damit eine neue Epoche der Kindheit und Jugend eröffnen.

Die Generation, die mit dem Handy aufgewachsen ist, ist dadurch allerdings nicht glücklicher geworden. Schüchterne Menschen können z. B. über Facebook Kontakte pflegen und „Freundschaften“ gewinnen. Gleichzeitig wird aber das soziale Vermeidungsverhalten belohnt.

Im Netz liest man Textnachrichten, aber man betrachtet eben auch Fotos von den Aktivitäten der „Freunde“, die für eine breitere Personengruppe bestimmt sind. Man sieht den glücklichen Alltag der anderen.

Siegerposen und Posen des Glücks (Abb. 2.2) werden auf den Bildern inszeniert. Das geht vom Hochwerfen der Arme, der stolz geschwellten

Brust über glückliche Luftsprünge und der Siegerfaust bis zum Zerreißen des Sporthemdes (nach dem Vorbild des Olympiasiegers Oswald im Diskuswerfen, ich sah das auch bei Mädchen, wo es etwas doppeldeutig wird). Natürlich gibt es das Victoryzeichen, sogar beidhändig. Neue Siegerposen werden erfunden, um die Aufmerksamkeit zu fesseln, und bilden dann wieder neue Moden.

Zur Visualisierung glücklichen Zusammenseins auf Festen eignet sich auch das Trinken von Alkohol. In einer belgischen Studie fanden die Autoren (Beullens und Schepers 2013) auf 6,5 % der Bilder eine Darstellung von Alkoholgenuss. Das waren dann häufig Bilder, die einen positiven Kontext zeigten (Partys usw.) und von den Betrachtern dann auch meist positiv kommentiert wurden. Dies wurde von den Autoren als ungünstiges Verhaltensmodell mit Besorgnis zur Kenntnis genommen.

Missgeschicke, Unglücke, Krankheiten, wie man sie früher unter dem Siegel der Verschwiegenheit dem besten Freund beichtete, gibt es dort nicht. Bei der gegebenen Suggestionskraft von Bildern scheint das Leben der anderen einfach nur glücklich. Das private Unglück bleibt den Mitmenschen anscheinend erspart. Und die virtuellen Freundschaften haben ihre eigenen Regeln: Soziale Beziehungen werden einfach dadurch, dass man nicht mehr reagiert (*ghosting*), beendet.

Die Hälfte der Menschen ist aber eben weniger schön, weniger sportlich und schlank als die andere Hälfte. Viele schneiden also beim Vergleichen mit den Bildern der anderen schlecht ab. Das führt zu Depressionen. Im Jahr 2015 haben sich in Amerika 46 % mehr Jugendliche umgebracht als im Jahr 2007. Besonders Mädchen sind gefährdet, depressive Symptome zu entwickeln (nach Twenge 2017).

Die Selfies oder Posies lassen sich natürlich bearbeiten. Einfache Retuschen, um eine reine Haut, einen schöneren Teint oder weißere Zähne vorzutäuschen, lassen sich bereits auf dem Handy durchführen. Mit einem Photoshop-Plug-in (*face control*) lassen sich sogar der Gesichtsausdruck und die Gesichtsform verändern.

## Sexy Fotos

Die meisten „likes“ bekommen sexy Fotos und Videos, so dass sich schon ganz junge Mädchen dazu hinreißen lassen, in Unterwäsche zur Musik zu tanzen, ohne zu wissen, welche Zielgruppe sie neben ihren Altersgenossen auch noch ansprechen. Es kann zu realen Gefährdungen führen, wenn pädophile Erwachsene dann um noch sexualisiertere Fotos bitten,

mit denen die Jugendlichen dann möglicherweise erpresst werden. Ein sexy Auftreten hat für die Selbstdarstellerinnen erwünschte und weniger erwünschte Konsequenzen: Man weckt das Interesse der männlichen Nutzer, wird aber von weiblichen Nutzern negativer bewertet (Daniels und Zurbriggen 2016). Heranwachsende Mädchen, die ihre geposteten Fotos bearbeiteten, zeigten mehr Unzufriedenheit mit ihrer Figur (McLaen et al. 2015). Die Anforderungen an einen schönen, schlanken Körper führen speziell bei Mädchen zu Abmagerungsversuchen und Essstörungen. Ein listiger Zwischenweg zwischen sexy Foto und harmloser Aktivität sind Bilder von der Brustfütterung eines Babys, die in letzter Zeit in Amerika modern wurden.

Im Netz kann man viele nackte Mädchen finden. Aber die Nacktheit der Schulkameradin dort zu entdecken, ist etwas ganz anderes. Das Geheimnis des eigenen Körpers zu offenbaren, hat einen erotisch-sexuellen Aufforderungscharakter, man bietet ihn sozusagen an. So war das Bild „Frühstück im Freien“ von Manet gerade deshalb ein Skandal, weil man die abgebildeten Personen erkennen konnte. Das gewährte oder „geraubte“ Aktfoto kann also dem Ruf eines Menschen erheblich schaden. Die Entfernung aus dem Netz ist schwierig, wenn das Foto nun schon auf Hunderten fremden Endgeräten gespeichert ist. Besonders im Dienst „Tumblr“ finden sich Aktfotos von Personen, die man leicht erkennen kann. Lust am Tabubruch und am Abenteuer, vielleicht auch ein gewisser Exhibitionismus mögen da am Werk sein. Man nimmt offenbar stalkende Follower oder Nachteile im Beruf bewusst in Kauf. Hart (2017, S. 309) zitiert eine Teilnehmerin seiner Studie zu Aktfotos im Netz:

„Ich bin von Eltern aufgezogen worden, die den Körper für privat und nur für die eigenen Augen bestimmt halten. Es ist so befreiend und aufregend, so etwas Intimes ins Netz zu stellen. Ich war schon immer rebellisch und ein Draufgänger.“

Es wundert nicht, wenn Fotos speziell auf Dating-Seiten die Schokoladenansicht einer Person zeigen. Das wurde auch einmal untersucht (Hancoch und Toma 2009). Speziell bei den Bewerberinnen sah die Person im Foto hübscher aus; dies wurde z. B. auch mit den Mitteln der Fotobearbeitung in Photoshop erreicht. Auf jeden Fall will man auf den Profilbildern der sozialen Netzwerke gut, erfolgreich und glücklich aussehen. Da werden oft Hunderte Fotos geschossen, um dann ein „richtiges“ auszuwählen, das dann wie ein zufälliger Schnappschuss aussehen soll und viele „likes“ einbringt.

## Influencer

Im Netz erlebt man sich in einem gemeinsamen Wertekosmos und richtet sich an den geteilten Werten aus. Daher werden Werbebotschaften aus der eigenen Gruppe heraus besonders verpflichtend. So hat sich neben den Werbungen in Zeitungen und Fernsehen eine weitere Werbeform etabliert: die Produktwerbung in sozialen Netzwerken (virale Werbung). Bei höheren Followerzahlen treten Firmen an die User heran und bieten Werbeoperationen an. Als Influencer sollen sie dann ihre Follower zum Kauf der beworbenen Produkte anregen.

Um die dafür nötigen Followerzahlen zu erreichen und also mit wenig Arbeit womöglich viel Geld zu verdienen, ist manches von Vorteil: gutes Aussehen, hübsche und sexy Bilder und Videos von sich selbst. So sieht man auf den Webseiten mittlerweile ziemlich gute und oft auch originelle oder witzige Fotos, die den Follower unterhalten. Aber Vorsicht: Um viele Klicks zu erhalten, scheuen manche User nicht davor zurück, „fake news“ zu verbreiten.

Um einen quasi persönlichen Kontakt zum Follower aufzubauen, werden gerne die Höhen und Tiefen des eigenen Lebens gepostet, das eigene Leben also gnadenlos öffentlich gemacht. Manche Eltern nutzen sogar ihre niedlichen Kinder aus, um hohe Followerzahlen zu erreichen.

## Mobbing

Die Anonymität des Netzes bringt bekanntermaßen auch dunkle Seiten der menschlichen Seele zutage. Man spricht von Online-Enthemmung. Kinder und Jugendliche werden mit kompromittierenden Fotos, die eventuell unter Alkoholeinfluss entstanden, oder sogar mit Fotos von Vergewaltigungen gemobbt. Gewalttaten werden mit dem Handy aufgenommen, um damit das Opfer weiter zu demütigen. Es ist in der Folge bereits zu vielen Selbstmorden gekommen.

Um jemanden zu mobben, kann sogar ein Aktfoto vorgetäuscht werden: Der Täter montiert das Gesicht einer bekannten Person auf einen fremden nackten Körper.

In einem Bericht über eine Erpressungsaffäre erfahren die erstaunten Leser, dass ein Zeitungstycoon Penisfotos (*big dick*) verschickte. Auch dies scheint gar nicht so selten zu sein. Solche „Eigenwerbung“ wird natürlich von vielen als sexuelle Belästigung erfahren. Fotos von einem erigierten Penis gab es natürlich auch schon in der Zeit vor den Handys. In der Phase einer Impotenz versicherte ein Fotograf seiner neuen Freundin so seine prinzipielle Standfestigkeit.



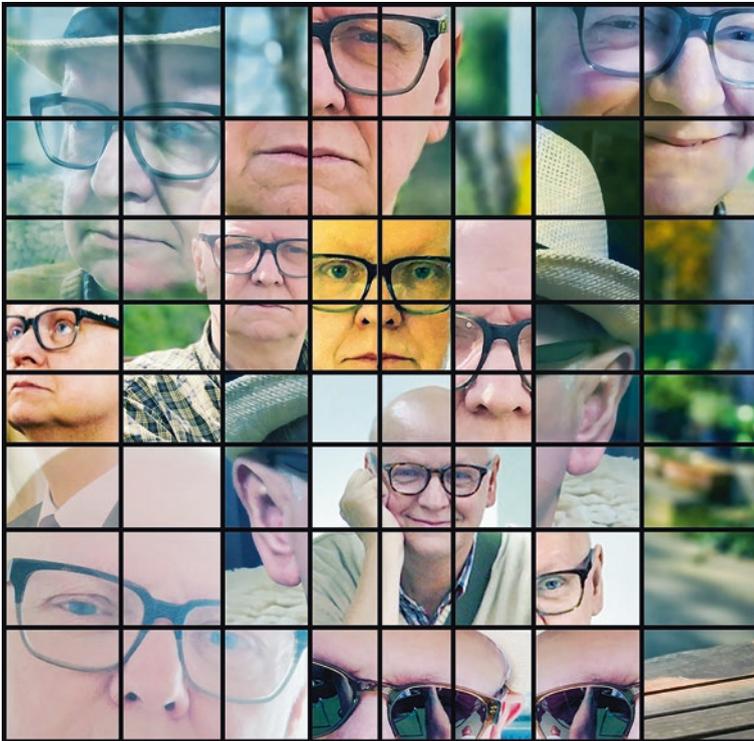
# 3

## Fotografie und Wahrnehmung

Ist das Foto genau wie das Bild, das auf der Netzhaut entsteht? Ist die Fotowahrnehmung also einer „natürlichen Wahrnehmung“ ganz gleich? In beiden Fällen werden ja Bilder durch eine Linse auf eine verdunkelte Fläche geworfen. Man könnte also zunächst durchaus ein Ja auf diese Frage in Erwägung ziehen. Allerdings – und dies wird im Folgenden zuerst erörtert – ist die Wahrnehmung, also das, was als inneres „Bild“ bewusst wird, ja nicht allein Ergebnis der Projektion eines Bildes auf die Netzhaut. Dies ist nur ein Bestandteil der Wahrnehmung. Auf dem Weg zum Bewusstsein passiert mit den visuellen Informationen manches, was in der Folge zu Unterschieden von Foto und „innerem Bild“ führt. Im zweiten Teil des Kapitels geht es um die Wahrnehmung des Fotos. Kann man z. B. Fotos ohne Weiteres erkennen oder ist dazu ein gewisses „Lernen“ notwendig? Wie werden Fotos wahrgenommen? Was bewirkt es, wenn alle visuelle Information – wie im Foto – auf einer Tiefenebene liegt?

### Die visuelle Wahrnehmung: wie sie abläuft

Die visuelle Wahrnehmung funktioniert mühelos und automatisch. Der einzelnen Schritte oder der Begrenzungen der Wahrnehmung ist man sich nicht bewusst. So glauben wir nur, die Szene insgesamt scharf zu sehen. Lässt man den Blick aber auf einer Stelle, ohne die Augen zu bewegen, z. B. auf einem Buchstaben einer Tastatur, sieht man praktisch nur einen einzigen Buchstaben scharf. Die daneben liegenden Tasten verschwimmen schnell in völliger Unschärfe. Wie



**Abb. 3.1** Das Bild der Person wird – im aktuellen Kontakt – aus verschiedenen einzelnen Blicken zusammengesetzt. (Adam Zborowski)

kann es aber zur scharfen Wahrnehmung einer ganzen Szene kommen? Die Wahrnehmung wird aus vielen Blicken zusammengesetzt! Blickt man nun einen großen Gegenstand an, z. B. ein breites Regal, tasten die Blickbewegungen diesen Gegenstand ab und er wird – sozusagen im Kopf – zusammengesetzt: Ein Blick allein kann das ganze Regal nicht erfassen (Abb. 3.1).

### **Schweifender Blick und fokussierender Blick**

Zunächst liefert die Wahrnehmung einen Film. Dabei sind zwei „Modi“ zu unterscheiden, die mit ein wenig Konzentration jeder selbst beobachten kann. Die Wahrnehmung kann schweifend sein, d. h., der Blick gleitet über die Szene, ohne irgendetwas genau zu erkennen. Man sieht grobe, unscharfe Umrisse oder Farben. Dabei hat man den Eindruck, eine Art „Bild“ zu sehen. Wenn man vielleicht zunächst dachte, dass da die Hauskatze sitzt, entpuppt sich das Gebilde beim Fokussieren als Rucksack. Ein