

Vilém Flusser

SEPTEMBER 82

Fotografie und Tauschwert

Photography and Exchange Value

Man kann den Wert eines Gegenstandes von mindestens drei Standpunkten aus definieren. Erstens kann man zu messen versuchen, wie weit es gelungen ist, in diesem Gegenstand ein Modell zu verwirklichen, so daß der Gegenstand nicht mehr ist, wie er war, sondern so, wie er sein soll. Diesen so definierten Wert kann man den Eigenwert des Gegenstandes nennen. Zweitens kann man zu messen versuchen, welche Menge von Arbeit aufgewandt wurde, um eine derartige Veränderung des Gegenstandes zu bewirken. Diesen so definierten Wert kann man den Produktionswert des Gegenstandes nennen. Und drittens kann man zu messen versuchen, zu welchen Opfern die Leute bereit sind, um diesen derartig veränderten Gegenstand in ihre Gewalt zu bekommen. Diesen so definierten Wert kann man den Tauschwert des Gegenstandes nennen.

The value of an object can be defined from at least three different points of view. First, we can try to measure how far it was possible to materialize a model in an object so that the object no longer is what it was, but rather the way it *should be*. The value defined this way can be called the intrinsic value of an object. Second, we can try to measure how much effort was needed to bring about such a change in the object. This value could be called the *production value* of the object. Third, we can try to measure how much people are willing to sacrifice getting such an object that has been changed this way in their possession. This value can be called the *exchange value* of an object.

Die drei Definitionen des Wertes sind Antworten auf Fragen. Die erste ist die Antwort auf die Frage: „Wie gut ist diese Fotografie?“, die zweite auf die Frage: „Was hat das Herstellen dieser Fotografie gekostet?“, und die dritte auf die Frage: „Was kostet die Fotografie?“. Es sind ungemütliche Fragen. Wenn man näher hinhört, merkt man, daß sich bei diesen Fragen etwas in die Welt der Fotografie hineinschiebt, das nicht hineinpaßt, das aber für die Welt unerlässlich ist. Besser gesagt: bei diesen Fragen schiebt sich das Sein-sollen ins So-sein. Weniger gut: es schiebt sich in die Fotografien das Geld ein. Eigentlich hat Fotografieren mit Geld nichts zu tun, aber ohne Geld kann man nicht fotografieren.

The three definitions of value are answers to questions. The first one named is the answer to the question: “How good is this photograph?”, the second one answers “what did it cost to make this photograph?” and the third one answers the question: “what does this photograph cost?”. These questions are unpleasant things to answer. If we take a closer look we see that these questions introduce something into the world of photography that doesn't belong there but that is vital. Expressed more eloquently: in these questions an imperative becomes something real. Less eloquently: money enters into the picture. Actually photographing has nothing to do with money, but without money it is impossible to photograph.

Wenn Sie genau aufgepaßt haben, dann werden Sie folgenden einwenden: bei der zweiten und der dritten Frage handelt es sich um Kosten, und die können mit Geld gemessen werden. Bei der ersten Frage handelt es sich jedoch um Güte, und die ist in Geld nicht messbar? Der Eigenwert der Fotografie ist also derartig nobel, daß er über dem Geld steht. Ein „unschätzbarer Wert“. Dem „Fotografen als Künstler“ geht es ausschließlich um diesen Wert, er will gute Fotografien machen und sonst nichts, und er verachtet die beiden anderen Werte, (das heißt: falls er genügend Geld hat, um dies tun zu können). Dieser noble Eigenwert der Fotografie ist sozusagen Privatsache des Fotografen.

If you have been paying close attention you will have the following objection. In the second and third question we are dealing with costs that can be measured in terms of money. In the first question we are dealing with quality and can't this be measured in terms of money? The intrinsic value of a photograph is something so noble that it stands above money. An “inappreciable value”. The “photographer as an artist” is only concerned with this value; he wants to make good photographs and nothing other than that. He scorns the other two values (that is, if he has enough money to be able to do so). This noble intrinsic value of a photograph is a photographer's personal matter, as it were.

Diese Noblesse des Eigenwertes verflüchtigt sich aber bei näherer Betrachtung. Es stellt sich heraus, daß auch er, wie die beiden anderen, mit Geld gemessen werden kann. Die Frage: „wie gut ist diese Fotografie?“ betrifft den Vergleich der Fotografie mit einem Modell. Sie fragt: „Inwieweit ist diese Fotografie so, wie sie sein soll?“. Dieses Sein-sollen, dieses Modell, hatte der Fotograf im Kopf, bevor er die Fotografie gemacht hat. Fotografieren heißt, das Nötige tun, damit das, was sein soll, tatsächlich zu einer Fotografie werde. Der Fotograf verändert einen Gegenstand, der so und nicht anders ist, (eine spezifische Oberfläche), damit sie so sei, wie sie seiner Ansicht nach sein soll, (eine Fotografie eben). Das ist es, was der Fotograf tun will: ein Modell verwirklichen. Was aber tatsächlich dabei herauskommt, ist nicht das, was er gewollt hat. Die Wirklichkeit wehrt sich so zu werden, wie sie sein soll. Sie ist tückisch. Und zwar nicht nur die Wirklichkeit dort draußen, (die zu verändernde Oberfläche), sondern ebenso sehr die Wirklichkeit hier drinnen, (die des Fotografen selbst und die seiner Kamera). Gegen diese Trägheit und Tücke der Wirklichkeit muß der Fotograf kämpfen. Bei diesem Kampf kommt es zu zwei Veränderungen, die der Fotograf nicht gewollt hat. Das Modell, das der Fotograf im Kopf hatte, verändert sich: es reibt sich an der Wirklichkeit ab und macht ihr Kompromisse. Und der Fotograf selbst verändert sich dabei: er lernt immer „besser“ zu fotografieren.

Whatever is noble in the intrinsic value, however, disappears when we take a closer look. We find out that also this value can be measured in terms of money. The question: “How good is this photograph?” asks how a photograph can be compared with a model. It asks: “To what extent is this photograph the way it should be?” This idea of how something should be, this model is what the photographer has in mind before he makes the photograph. Photographing means doing what is necessary so that idea of what should be actually becomes a photograph. The photographer changes an object which is this way and no other way (a specific surface) so that it becomes what he imagines it to be (that is a photograph). This is what the photographer *wants* to do: to objectify a model. What actually evolves from this, is not what he originally wanted. Reality defies being what it should be. It is tricky. Not reality out there, but to the same measure, reality here inside (of the photographer and his camera). The photographer fights against the tricks reality plays. This conflict entails two changes the photographer *did not intend*. The model the photographer had in mind changes: it leaves its imprint on reality and compromises with it. In the process the photographer himself changes: he is continually learning how to photograph better.

Thus it is possible to deduct three further questions from the question “how good is this photograph?”. “To what extent was the model objectified?” “To what extent did the model become falsified?” “To what extent did the act of

Also läßt sich die Frage: „wie gut ist diese Fotografie?“ in drei weitere zerlegen. „Wie weit ist in ihr tatsächlich das Modell verwirklicht worden?“, „Wie weit hat sich dabei das Modell verfälscht?“. Und „wieweit hat sich dabei das Fotografieren selbst verändert?“. Plato, der glaubte, daß Modelle unveränderbar sind, („ewige Ideen“), würde also das Fotografieren für einen Unfug halten. Er glaubte nämlich, daß nur das Betrachten der „Modelle an sich“, die Philosophie, zur Weisheit führen könne. Wir hingegen sind „modern“: wir glauben an die Modellierbarkeit der Modelle. Darum interessiert uns die Fotografie: es interessiert uns, daß Modelle verwirklicht werden, aber genauso interessiert uns, daß sie sich dabei verwandeln, und daß sich das Fotografieren dabei wandelt. Wir glauben an den „Fortschritt“. Und all diese interessanten Dinge meinen wir, wenn wir fragen, wie gut eine Fotografie ist.

Und dabei stellt sich heraus, daß das Modell, das der Fotograf im Kopf hat, nicht dort „entsprungen“ ist, etwa wie Pallas Athene aus dem Kopf ihres Vaters. Es ist ein Modell, das die Narben vorangegangener Kämpfe mit der Wirklichkeit trägt, in dem sich die Geschichte des Fotografierens spiegelt. Zwar ist also das Modell vom Fotografen aus gesehen „privat“: er hat es im Kopf. Aber von uns aus gesehen, kommt es aus der Fotografien erzeugenden und konsumierenden Gesellschaft. Es kommt aus ihr, und soll für sie verwirklicht werden. Sein Modell ist von der öffentlichen Erzeugung und vom öffentlichen Tausch verdorben. Daher ist, wenn auch indirekter, der Eigenwert der Fotografie mit Geld meßbar, genauso wie der Produktions- und der Tauschwert. Es ist nichts Nobles an ihm. Es rieselt das Geld in ihm von allen Seiten hinein, genauso wie bei den beiden anderen Werten.

Aber lassen Sie mich betreffs des Geldes mit Emphase sagen: „non olet“. Das Geld ist ein Maßstab, welcher erlaubt, das, was ist, mit dem, was sein soll zu vergleichen: das Reich der Wirklichkeit am Reich der Ideale zu messen. Bankiers und Geldfälscher sind Idealisten. Allerdings soll die unser Treffen finanzierende Österreichische Länderbank bei dieser Hymne auf das Geld nicht in Verzückerung fallen. Das Geld ist ein außerordentlich unverlässlicher Maßstab. Zum Unterschied vom Metermaß mißt es nicht Gegenstände an Gegenständen, sondern Gegenstände an Modellen. Sein am Sollen. Wenn ich sage: „diese Fotografie ist tausend Schilling wert“, dann meine ich nicht „sechs Unterhosen“, sondern „man soll auf sechs Unterhosen verzichten, will man die Fotografie haben“. Das Geld vergleicht Unvergleichbares, ist daher eine ontologisch dehnbare Skala.

Die Symbole der Geldskala, zum Beispiel „tausend Schilling“, bedeuten eine Maßeinheit, genau wie dies beim Symbol „ein Meter“ der Fall ist. Nur bedeutet „ein Meter“ einen eindeutig gegebenen Gegenstand: einen in Paris aufbewahrten Stahlstab. „Tausend Schilling“ hingegen bedeutet etwas gespenstisch Nebelhaftes: einen Wert eben. Diese gespenstische Nebelhaftigkeit der Geldskala ist unvermeidlich, und aus ihrer ontologischen Stellung gegeben. Das Geld mißt eben Objekte an Nicht-Objekten, „Indikative“ an „Imperativen“, und kann daher nicht „objektiv“ messen. Dabei nützt es nichts, eine Geldskala mit einer anderen zu stützen, (Schillinge mit Dollars), oder mit einer Nichtgeldskala, (mit Goldmünzen: das Werten wird immer nicht-objektiv bleiben).

Die „Künstler“, darunter manche Fotografen glauben, daß alles Werten subjektiv sein muß, da es ja nicht objektiv sein kann. Vor allem glauben sie dies, wenn sie fühlen, daß man ihre Arbeit nicht genug hochschätzt. Sie sind im Irrtum. Wenn ich feststelle, daß diese Fotografie tausend Schilling wert ist, dann habe ich eine weit mehr als subjektive Werteinschätzung, („Fotokritik“), in Händen. Nämlich eine Kritik, die mir erlaubt, meine eigenen subjektiven Kriterien an anderen, ebenso-subjektiven, zu überprüfen. Das Urteil „diese Fotografie ist tausend Schilling wert“ ist ein intersubjektives Urteil.

photographing change?“ Platon, who believed all models to be invariable. (“eternal ideas”) would have regarded photography as being an idle activity. He believed namely that only observing the “models as they are”, could lead to knowledge. We, however, are “modern” in believing that models can modelled. This is the reason for our interest in the act of photographing something: it interests us that models are objectified, but to the same extent we are interested that something in it changes in the process, and that the act of photographing also changes. We believe in “progress”. It is to all these interesting aspects we are referring when we ask how good a photograph is.

It becomes evident that the model the photographer has in mind didn't “shoot forth” like Pallas Athene did from her father's head. It has entered into his head in previous photographic experience. It is a model bearing the scars of past battles with reality: here the history of photography is reflected. The model is something “private” from the photographer's point of view: it is in his head. However from our point of view, it is a product of a society in which photographs are produced and consumed. A product of society, they are supposed to be made for it. Its model has been undermined by public manufacture and public trade before it ever enters into his head. Therefore, the intrinsic value of photograph can be measured in terms of money, even if only indirectly, just the same way as production and exchange values can be measured so.

There is nothing noble involved here. Money rains in from all sides just as it does in both other values.

With regard to money, however, let me once again stress: “non olet”. Money is a measure enabling us to compare something real with something that should be so ideally: to measure the realm of reality in terms of ideals. Bankers and money contereiters are idealists.

However, this extolation of money isn't meant to enrapture the “Österreichische Länderbank”, the sponor of our get-together. Money is an extremely unreliable measure. Unlike the meter measure it doesn't measure objects in terms of objects, but measures *objects in terms of models*. What is real in terms of imperatives. When I say: “this photgraph is worth a thousand shillings” I don't mean “six pairs of underwear”, but rather that we should do without these six pairs of underwear if we want this photograph”. Money compares uncomparable things and is therefore an unclearly defined concept *in ontological terms*. The symbols of a scale of money: for instance, “thousand shillings” refer to a measuring unit, in the same way the symbol “one meter” does.

With the exception that “one meter” refers to a real object: a steel rod kept in Paris. “Thousand shillings”, on the other hand, refers to something shrouded by an uncanny vagueness, which is exactly value. This uncanny vagueness of scales of money is inevitable and is something due to its ontological definition. Money measures objects in terms of non-objects, “indicatives” in terms of “imperatives” and therefore it cannot measure objectively. It also doesn't help to boost one money system with another one (shillings with dollars) or with a scale not based on cash (gold coins): measuring something will always remain a *non-objective* act. Artists among them we find some photographers—believe that any estimation of value must be subjective, since it simply can't be objective. They mainly believe this when they have the feeling that their work has not been appreciated enough. They are mistaken. If I ascertain that this photograph is worth a thousand shillings, what I'm doing is more that a subjective estimation of value. (“Photo critique”). This is a critique allowing me to reexamine my own subjective criteria with other, equally subjective ones. The final judgment: “this photograph is worth a thousand shillings” is an *intersubjective* judgment.

Das Gefühl des Fotografen, daß seine Arbeit unterschätzt wird, kommt von der Tatsache her, daß Eigenwert, Produktionswert und Tauschwert nicht deckungsgleich sind. Daher die Begriffe „teuer“ und „billig“. Der Erzeuger mag der Meinung sein, daß der Tauschwert dem Eigenwert der Fotografie nicht entspricht: die Fotografie ist ihrem Eigenwert nach 5.000 Schilling wert, kann aber nur für tausend verkauft werden. Das Problem der Inkongruenz der drei Typen von Wert ist nicht ökonomisch, (eine Frage der Marktlage), obwohl das ökonomische Moment dabei mitspielt. Sondern es kommt daher, daß jeder der drei Werttypen seine eigenen Meßkriterien fordert, da jeder dieser Werte auf eine andere Frage antwortet, als die beiden anderen. Das Paradoxe dabei ist, daß trotzdem alle drei Werttypen in Geld gemessen werden können.

Die hier vorgeschlagene Ethik und Ästhetik, (alle Werte können in Geld ausgedrückt werden, auch die sogenannten „höchsten Werte“), stoßen aber auf zwei eigentümliche Grenzen, an denen sie Schiffbruch erleiden. Die erste Grenze ist die Inflation, die zweite die Stereotypisierung. Die erste Grenzsituation des Wertens ist für die ausgehende bürgerliche Gesellschaft charakteristisch. Die zweite Grenzsituation des Wertens deutet auf die kommende nachbürgerliche Gesellschaft, und die Fotografie bietet ein hervorragendes Beispiel für diese Art von „Krise aller Werte“.

Inflation: die ontologische Dehnbarkeit des Geldes, seine schwankende Stellung zwischen dem Reich der Wirklichkeit und dem der Werte, bewirkt eine dem Geld eigene Dialektik. Einerseits ist das Geld ein *Maß für Werte*: es erlaubt, die von ihm „gemeinten“ Werte in den Griff zu bekommen, sie zu definieren. Andererseits stellt sich das Geld zwischen die Wirklichkeit und die Werte, verstellt die Werte, und stellt sich selbst als Wert vor. Die so entstandene Geld-Idolatrie verdeckt die eigentliche Funktion des Geldes, nämlich Werte zu messen. Nicht mehr: „diese Fotografie soll so gut sein, um tausend Schilling wert zu sein“, sondern: „diese Fotografie soll tausend Schilling wert sein“. Dank seiner ontologisch dehnbaren Stellung, neigt das Geld immer mehr zur Ökonomisierung aller Werte, alles Sollens, aller Imperative. Und das heißt: es neigt dazu, den Eigenwert und den Produktionswert unter den Tauschwert zu stellen, den Tauschwert nicht mehr am Geld zu messen, sondern ihn als eine Geldmenge anzusehen.

Wird nun das Geld als ein Wert angesehen, (und als der einzige „bedeutsame“ Wert), dann stellt sich heraus, daß es ein manipulierbares Modell ist. Vergißt man, daß das Geld ein Maßstab ist, und nimmt man es als Wert an, dann kann man diesen Wert, eben wie einen Maßstab, beliebig einsetzen. Und ein solches Manipulieren des Geldwertes führt zu seiner Entwertung. Zur Inflation. Man könnte glauben, daß die Inflation die „Falschheit“ des Geldes als Wert aufdeckt, und daher das Blickfeld für die vom Geld verdeckten „echten“ Werte wieder öffnet. Das ist ein Irrtum. Beim Manipulieren des Geldes verliert es nicht nur seinen „eigenen“ Wert, sondern es ist auch nicht mehr als Maßstab für die „eigentlichen“ Werte verwendbar. Alle Werte verschwinden aus dem Blickfeld. Die Frage: „welchen Wert hat diese Fotografie?“ wird dann zu einer bedeutungslosen Frage. In der Inflation wird alles Handeln, (Erzeugen), und alles Leiden, (Verbrauchen), immer wertloser, weil es immer schwieriger wird, „dahinter“ ein Sollen zu erkennen. Mit dem entwerteten Geld ziehen sich alle Werte aus der Wirklichkeit zurück. („Götzendämmerung“), und das Leben wird immer absurder. Im Grunde genommen wird alles zu „Gottes Lohn“ getan und erlitten, und wenn „Gott tot ist“, (Inflation), dann hat nichts mehr einen Sinn, auch nicht das Fotografieren. Nicht die „Umwertung aller Werte“, sondern die „Ebbe aller Werte“ ist das Ende der bürgerlichen Gesellschaft.

Stereotypisieren: In der bürgerlichen Gesellschaft heißt

That an artist feels his work is not being appreciated enough is due to the fact that the intrinsic value, production value and exchange value are not one and the same thing. This is also the reason for terms such as “cheap” and “expensive”. The manufacturer must believe that the exchange value is not equal to the photograph’s intrinsic value: according to its intrinsic value a photograph is worth 5.000 shillings, but it can only be sold for a thousand shillings. The issue of the incongruency of the three different types of value is not an economical one (pertaining to the market situation), although economical factors are involved. It is much rather due to the fact that each of the three types of value require their own measuring criteria, since each of these values responds to a different question. What is paradoxical is that it is still possible to measure all three types of value in terms of money.

The ethics and esthetics I am proposing here (all values can be expressed in terms of money, even the so-called “highest values”) encounter two points where they cease being relevant. The first one is *inflation*, and the second, *stereotyping*. The first abnormal situation of estimation is characteristic for the bourgeois society nearing its end. The second situation is encountered in a society that follows the bourgeois one. Photography provides an excellent illustration of this sort of “crisis of all values”.

Inflation: the ontological ambiguity of the idea of money, its fluctuation between the realm of reality and the one of values produces a dialectical movement inherent in money. On the one hand, money is a *measure for value*: it enables us to come to terms with the value it “refers” to and to define it. On the other hand, it slips in between reality and value, distorting value and then appearing as a value itself. The money-idolatry which results from this covers up money’s real function of measuring value. It is no longer true: “this photograph is worth a thousand shillings”, but rather “this photograph should be worth a thousand shillings”. Because of its ontological ambiguity money tends increasingly to economize every type of value, every imperative, meaning it tends to place intrinsic value and production value behind exchange value. The exchange value is no longer measured in terms of money, but rather it is regarded as a sum of money.

If money is regarded as being a kind of value (and as the only “significant” one) it turns out being a model that can be manipulated. If we forget that money is a criterium and assume it to be a value, we can then freely apply this value, in the same way as a measure wherever we wish. Such manipulation of the value of money leads to it being devaluated. To inflation. We could assume that inflation reveals the “counterfeit” character of money as a value, thus opening the eye to “real” values hidden by money. In this we are mistaken. Through manipulation money not only loses its “own” value but it is also no longer valid as criterium of “true” values. All values disappear from the picture. Thus the question “what value does this photograph have?” becomes meaningless. In inflation each activity (production) and each suffering (consumption) decreases in value, since it becomes more difficult to recognize an imperative. The devaluation of money is accompanied by all values disappearing from reality (“twilight of the idols”) and life becoming increasingly absurd. Basically everything done and suffered is for the “glory of God” and when “God is dead” (inflation), there is no meaning left in anything, not even in photography. Not “transvaluation”, but rather the “ebb of all value” is the end of bourgeois society.

Stereotyping: In bourgeois society manufacturing means: objectifying a model in an object, transforming an imperative into an indicative. In short: manufacturing pieces of work. The value resides within the product and is transported by it. Through transport value changes its *owner*. At first, it resides within the manufacturer’s head, belonging to him. Then it

resides within the product, representing its intrinsic value. Finally, it is "appropriated" by someone willing to sacrifice something for it (buyer, conqueror, thief). Here, the production and exchange value are both subordinate to the intrinsic value and property is the central topic of estimation. Since the second industrial revolution, however, "manufacturing" can also mean something else: to materialize a model in a tool, in a "prototype", that is an imperative not into an indicative but rather into something it could be. The tool can be integrated into a number of objects and thus become identical with the model objectified in it. *The bourgeois piece of work gives way to the post-bourgeois tool.* In such a method of production the value resides in the prototype and the prototype is valuable, not as a reality but as a possibility; it can function. Thus it cannot be exchanged for objects, for objective reality: it belongs to a different ontological realm. When the intrinsic value is transferred to the tool, the exchange value no longer exists. The model residing within the tool is the origin of many objects, "stereotypes". The tool *informs* by means of them. This way the model within the tool stores information, a "message". Stereotypes are by themselves of no value, whereas the prototype is valuable. Both the stereotype and prototype, however, are carriers of the same information. It turns out that the intrinsic value of a tool functions as a carrier of information and that information can be measured objectively (for instance, in "bits"). It is no longer useful to measure the intrinsic value in terms of money: "bits" are a more appropriate scale. This means that the intrinsic value is no longer an imperative, but it is rather being able to inform. The intrinsic value in the bourgeois sense of the word, no longer exists and along with it property ceases to exist. In post-bourgeois society values are not imperatives, but rather informational structures. Photographers were among the *first* to bring about the revolution in production as described above. Photographers, by the nature of their practice, no longer manufacture products, but they produce tools. It is because of their practice, they stand beyond any ethics of production or creation beyond property: "beyond good and evil". Their work consists in diffusing information by means of a prototype through numerous stereotypes. The value they have in mind is an informational model. Therefore, the value can be estimated in terms of "bits". Money is no longer needed. Money represents a scale that cannot be applied to measure value in photography. Photography is subject to inflation, the "crisis of values". This is also the reason why the field of photography is one of the first places where the concept of "art" no longer is valid in the manufacture of pieces of work. Photography's leading position in today's revolution makes its study so extremely fascinating.

However, this is not all of the truth. Photographers are by definition of their work "new people", but they have no other choice but to live in the final period of bourgeois society in which intrinsic, production and exchange values are endangered by inflation, even if these values have nothing to do with their work. This means: since they can't eat "bits", they need money. This is the *magical aspect* (in the true sense of the word) of their situation. Most photographers try with greater or less success to make the "bits" diffusing information money: a bit = a cent, to compromise with value being information and value being an imperative. Other photographers try to adjust their work to the bourgeois method of production, that is to say, they remain "artists" in spite of everything, and manufacture pieces of work. In order to understand this decline we must take a closer look at two word pairs: property/possession, and original/copy. Both word pairs are typical for bourgeois society. "*To appropriate*" means: to have appropriated values for oneself. "*To own*" means to have power over the functions of values. Stereo-types cannot be appropriated because they have no value.

"Erzeugen": ein Modell in einem Gegenstand verwirklichen. Sollen in Sein verwandeln. Kurz: Werke herzustellen. Der Wert steckt im Werk, und wird dadurch transportierbar. Bei diesem Transport wechselt der Wert den Eigentümer. Zuerst ist er im Kopf des Herstellenden, ist ihm "eigen". Dann steckt er im Werk, ist der Eigenwert des Werkes. Und schließlich wird er sich von einem Opferwilligen, (Käufer, Eroberer, Dieb), "angeeignet". Bei solch einem Wertkommerz sind Produktions- und Tauschwert dem Eigenwert untergeordnet, und das Eigentum steht im Zentrum des Wertens.

Seit der zweiten Industrierevolution kann aber "Erzeugen" etwas anderes bedeuten, nämlich: ein Modell in einem Werkzeug verwirklichen, in einem "Prototyp", also Sollen nicht in Sein, sondern in Sein-Können verwandeln. Das Werkzeug kann in zahlreichen Gegenständen inne wohnen, um sie mit dem in ihm verwirklichten Modell zu identifizieren. Das nach-bürgerliche Werkzeug tritt an die Stelle des bürgerlichen Werkes. Bei einer dertartigen Produktionsmethode steckt der Wert im Prototyp, und der Prototyp ist wertvoll, nicht als eine Wirklichkeit, sondern als eine Möglichkeit: er kann funktionieren. Er kann daher nicht für Gegenstände, für objektive Wirklichkeit, ausgetauscht werden: er gehört einem anderen ontologischen Bereich an. Wenn der Eigenwert aus dem Werk ins Werkzeug übersiedelt, ist der Tauschwert zu Ende. Das im Werkzeug enthaltene Modell ist der Ursprung zahlreicher Gegenstände, von "Stereotypen": es informiert durch sie. Dadurch erweist sich das im Werkzeug steckende Modell als ein Informationslager, als "Botschaft". Die Stereotypen sind zwar wertlos, während der Prototyp wertvoll ist, aber beide, Stereotyp und Prototyp, sind Träger der gleichen Informationen. Es stellt sich also heraus, daß der Eigenwert des Werkzeuges als Sender von Informationen funktioniert, und die Informationen können objektiv, (zum Beispiel in "bits"), gemessen werden. Es ist nicht mehr funktionell, den Eigenwert in Geld zu messen: bits sind eine geeignetere Skala. Und das heißt, daß der Eigenwert nicht mehr ein Sollen ist, sondern ein Informieren-Können. Der Eigenwert im bürgerlichen Sinn ist zu Ende, und damit ist auch das Eigentum zu Ende. In der nachbürgerlichen Gesellschaft sind Werte nicht Imperative, sondern Informationsstrukturen.

Die Fotografen sind unter den ersten, die die oben geschilderte Produktionsrevolution vollbrachten. Fotografen sind, vom Wesentlichen ihrer Praxis her, nicht mehr Hersteller von Werken, sondern von Prototypen. Nicht mehr Hersteller sondern Werkzeugmacher. Sie stehen, dank ihrer Praxis, jenseits der Werk- und Scharftunungsmoral, jenseits des Eigentums, "jenseits von Gut und Böse". Ihr Engagement geht dahin, Informationen mittels eines Prototyps über zahlreiche Stereotypen auszustrahlen. Der Wert, denn sie im Kopf haben, ist ein Informationsmodell. Darum kann der Wert des von ihnen Hergestellten in "bits" gemessen werden. Geld ist nicht nur mehr nötig, sondern es ist eine auf Fotografien nicht anwendbare Skala. Sie haben die Inflation, die "Krise der Werte", im Rücken. Darum ist auch das Gebiet der Fotografie eines der ersten, auf dem der Begriff "Kunst" beim Herstellen von Werken keinen Platz mehr hat. Diese Erstlingsstellung der Fotografie in der gegenwärtigen Revolution macht ihre Betrachtung so außerordentlich faszinierend.

Das ist aber nicht die ganze Wahrheit. Die Fotografen sind zwar ihrer Praxis nach "neue Menschen", aber sie sind, wie wir alle, verurteilt, in der aussehenden bürgerlichen Gesellschaft, mit den von der Inflation bedrohten Produktions-, Eigen- und Tauschwerten zu leben, wenn auch diese Werte auf ihre Praxis nicht passen. Das heißt: da sie nicht "bits" essen können, müssen sie Geld haben. Das ist das "Tragische", (im echten Sinn dieses Wortes), an ihrer Lage. Die meisten der Fotografen versuchen, mit größerem oder kleinerem Erfolg, die in der von ihnen ausgetrahten Information enthaltenen "bits" zu Geld zu machen: ein bit = ein Groschen, einen Kompromiß

zwischen Wert als Information und Wert als Imperativ einzugehen. Andere Fotografen versuchen, ihre Praxis der bürgerlichen Produktionsmethode anzugleichen, also trotz allem doch „Künstler“ zu sein, und Werke herzustellen.

Um diesen Rückfall zu fassen, muß man zwei Begriffspaare, nämlich „Eigentum/Besitz“ und „Original/Kopie“ näher betrachten. Beide Begriffspaare sind für die bürgerliche Gesellschaft charakteristisch. „Eignen“ heißt: sich Werte angeeignet haben. „Besitzen“ heißt: über die Funktionen von Werten verfügen. Stereotypen können nicht angeeignet werden, weil in ihnen kein Wert steckt. Aber man kann sie besitzen. In der nachindustriellen Gesellschaft kann es kein Eigentum geben, dafür aber wird immer mehr besessen werden. Die funktionellen Stereotypen werden sich kaninchenartig vermehren, und flutenartig in den Besitz der Gesellschaft dringen. Dieses Klischeehafte, Schablonenartige der künftigen Gesellschaft, bei der nichts mehr angeeignet und alles von allen besessen wird, ist bereits jetzt auf allen materiellen und geistigen Gebieten der Massenkultur erkenntlich. In ihr sind alle Werte in unzugänglichen und uneigenbaren Prototypen „aufgehoben“. Und die Eigentümer der Prototypen sind nicht Menschen, sondern Apparate. Das „Aufheben“ des Eigentums und der Sieg des Besitzes ist das Übergangsstadium von der bürgerlichen in die nachindustrielle Gesellschaft.

Das Original ist ein Gegenstand, der die Spuren der Bemühungen trägt, einen Wert sichtbar zu machen. Diese Spuren sind der Beweis, daß hier ein Wert verwirklicht wurde. Diese „Authentizität“ ist für Eigentümer wichtig: sie beweist, daß der Käufer, Eroberer oder Dieb, nicht betrogen wurde. Die Kopie ist ein Gegenstand, der die Spuren der Bemühungen trägt, ein Original nachzumachen. Diese Spuren sind der Beweis, daß hier nicht ein Wert verwirklicht wurde, sondern ein schon verwirklichter Wert irgendwie verzerrt, verfälscht, verwaschen wurde. Auch diese „Authentizität“ ist für Eigentümer wichtig: sie beweist, daß die Kopie wertlos ist. Die Fotografen versuchen so das Original in die nachindustrielle Gesellschaft hinüberzuretten.

Eigentlich sollte ihnen beides: Eigentums- und Originalrettung, nicht gelingen. Der fotografische Prototyp kann kein Original sein. Er kann daher im bürgerlichen Sinn nicht angeeignet, sondern nur aufgehoben werden, sie funktioniert als Informationsmedium, und kann daher von jedermann besessen, aber von niemandem angeeignet werden. Aber manchen Fotografen gelingt der Trick trotzdem. Er gelingt dank den sogenannten „Kennern“. Das sind Leute, welche erkennen, ob eine Fotografie die Spuren von Bemühungen trägt, einen Wert sichtbar zu machen. Leute, die in Fotografien Originale erkennen. Und diese Leute sind mögliche Eigentümer: sie sind bereit, sich unter Opfern die so als Original erkannte Fotografie anzueignen. Dieser Leute wegen manipulieren manche Fotografen einige wenige Fotografien, um sie als Originale zu Geld machen zu können.

Aber dieses Spiel hat keine Zukunft. Nicht nur, weil es dem Wesen des Fotografierens entgegenläuft, und weil in Zukunft die Begriffe „Original“ und „Eigentum“ leere Begriffe sein werden. Sondern vor allem, weil die revolutionäre, stereotypisierende Produktionsmethode sich technisch perfektioniert hat, sich automatisiert, elektronisiert, kybernetisiert, und dadurch allen „Kennern von Originalen“ zuwider läuft. Alles wird stereotypisiert werden, und zwar bis zu einem technisch so hohem Perfektionsgrad, daß jeder Versuch, unter Stereotypen zu unterscheiden, heißt: im bürgerlichen Sinn zu werten. Unsinn wird. Und zu dieser Entwicklung hat das Fotografieren gewaltig beigetragen.

Lassen Sie mich nun versuchen, das Gesagte zusammenzufassen, um eine Antwort auf den Titel dieses Beitrags: „Fotografie und Tauschwert?“, zu geben. In der gegenwärtigen Situation des Überganges von der Industrie- zur nachindustriellen Gesellschaft gehen Inflation und Stereotypisierung Hand

In post-industrial society property no longer exists. Instead of this more and more things will be owned. Functional stereotypes will proliferate and sweep over society in great number. This clichelike, uniform character of future society in which nothing can be appropriated and everything is owned by everybody is already now noticeable in all material and intellectual aspects of mass culture. Here, all values are abolished in inaccessible and inappropriate prototypes. Those owning prototypes are not humans but machines. The abolishment of property and the victory of possession is the transition from bourgeois to post-industrial society.

The *original* is an object bearing the traces of the effort to make a value visible. These traces are proof that a value was objectified here. This “authenticity” is important to the owner. It proves that the buyer, conqueror or thief was not cheated. The *copy* is an object showing the traces of the effort to imitate an original. These traces are proof for the fact that there was no value was objectified here, but rather that an objectified value was distorted, adulterated, diminished. Here, also the authenticity is important to the owner: it proves that the copy has no value. The photographers try in this way to get the original over to post-industrial society.

Actually both these things should fail: saving property and saving the original. The photographic prototype cannot be an original. It cannot be appropriated in the bourgeois sense, but rather it can only be abolished. It is a stereotype functioning as an informational medium and can therefore be owned by anyone, but it cannot be appropriated by anyone. Some photographers succeed in tricking people. This is possible thanks to the so-called “knowers”.

These are people who recognize whether a photograph shows any traces of an effort to make a value visible. People, who recognize an original in a photograph. These people are willing to appropriate a photograph which has been recognized as an original whatever the price might be, being potential owners. It is because of these people that some photographers manipulate photographs so that they can make money with them as originals.

This game, however, has no future. Not only because it is contrary to the nature of photography, not only because in the future the original and property will have no meaning. But rather mainly because the revolutionary method of production will become refined technically, increasingly automatized, electronized, cybernetic and will thus be contrary to the interests of all “knowers” of originals. Everything will become stereotyped to such a high degree of technical perfection that any attempt to differentiate stereotypes (that is: in the bourgeois sense of estimation) will become ridiculous. This has contributed greatly to the development of photography.

Permit me now to summarize what I have said here in order to answer the question I asked in the title of this paper: “Photography and Exchange Value”. In the present transitional situation, in which we are moving from industrial to post-industrial society, inflation and stereotyping at the same time are following the new direction. In the direction of a cybernetic society in which ethics and aesthetics orient themselves according to values that are no longer imperatives but informational models. Today and tomorrow money is the measure of imperatives and according to this measure, we still try to measure all values according to objects. We succeed in doing this less and less, because inflation is becoming a hindrance. However, objects already exist for which money is no longer relevant, because informational models are already taking the place of imperatives. Photographs are such objects. This is precisely the value of photography: it directs us towards new ethics and esthetics, while keeping us informed about this development and it at once seduces us and warns us with regard to it.

6

in Hand in Richtung einer neuen Gesellschaft. In Richtung einer kybernetischen Gesellschaft, deren Ethik und Ästhetik sich an Werten orientiert, die nicht mehr Imperative, sondern Informationsmodelle sind. Heute und morgen ist das Geld der Maßstab für Imperative, und nach diesem Maßstab versuchen wir immer noch, alle Werte an Gegenständen zu messen. Was uns immer weniger gelingt, weil die Inflation uns daran hindert. Aber es gibt bereits Gegenstände, für die das Geld nicht mehr kompetent ist, weil sich in ihnen nicht Imperative, sondern bereits schon Informationsmodelle realisieren. Die Fotografien sind solche Gegenstände. Und das eben ist der Wert des Fotografierens: daß uns die Fotografien den Weg in das Gebiet der neuen Ethik und Ästhetik weisen, uns über diesen Weg informieren, daß sie uns aber zugleich in ihn hineinlocken, und uns auch vor ihm warnen.



Foto Hollos

VILEM FLUSSER

geboren 1920 in Prag/CSSR; von 1940 bis 1972 in Sao Paulo/Brasilien; seither in Europa. Ordentlicher Professor für Theorie der Kommunikation an der Fakultät für Kommunikation und Geisteswissenschaften (FAAP), Sao Paulo.

Mitglied des Brasilianischen Philosophischen Institutes; Mitglied des Beirats der „Fundacao Bional das Artes“, Sao Paulo; Autor zahlreicher Bücher über Kommunikation, Ästhetik und Kulturkritik; Mitarbeiter von brasilianischen, europäischen und nordamerikanischen Zeitungen und Zeitschriften.

Teilnahme an internationalen philosophischen und künstlerischen Symposien, oft als Vertreter Brasiliens.

VILEM FLUSSER

born 1920 in Prague, Czechoslovakia. Lived from 1940 until 1972 in Sao Paulo, Brazil, since then in Europe. Full professor of communication theory at the Faculty for Communications and Humanities (FAAP), Sao Paulo.

Member of the Brazilian Philosophical Institute; member of the Advisory Board of the "Fundacao Bional des Artes, Sao Paulo"; author of various books on communication, esthetics and cultural criticism.

Contributes to Brazilian, European and North American newspapers and magazines. Participation in international philosophical and artistic symposia, frequently representing Brazil.