



NADJA KÖFFLER

VIVIAN MAIER

UND DER GESPIEGELTE BLICK

Fotografische Positionen
zu Frauenbildern im Selbstporträt

[transcript] Image

Aus:

Nadja Köffler

Vivian Maier und der gespiegelte Blick

Fotografische Positionen zu Frauenbildern im Selbstporträt

Juni 2019, 248 S., kart., Klebebindung, 50 SW-Abbildungen, 1 Farbabbildung

29,99 € (DE), 978-3-8376-4700-6

E-Book:

PDF: 26,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-4700-0

Die posthume »Entdeckung« der US-amerikanischen Fotografin Vivian Maier (1926-2009) schrieb Schlagzeilen. Internationale Ausstellungen sowie mehrere Fotobände und Dokumentarfilme erzählen heute die Geschichte der zu Lebzeiten ungesesehenen Künstlerin. Eine wissenschaftliche Aufarbeitung von Maiers Oeuvre und seiner Rezeption stellt jedoch noch ein wesentliches Forschungsdesiderat dar.

Der vorliegende Band nähert sich Maiers Bildern werkanalytisch und sucht als Gegenantwort zur medialen Mystifizierung von Maier als »Nanny Photographer« nach dem feministischen Tenor und künstlerischen Selbstverständnis in ihren Selbstporträts. Durch seine bildorientierte Ausrichtung betritt der Band Neuland in einem bis dato vorwiegend genealogischen Diskurs.

Mit einem Geleitwort von Martin Sexl und künstlerischen Beiträgen von Federico Italiano, Jessica Krecklo Naidu und Anna Kus Park.

Nadja Köffler (Mag., MA PhD), geb. 1985, ist freischaffende Redakteurin sowie promovierte Medien- und Bild(ungs-)wissenschaftlerin und als Post-Doctoral-Researcher an der Universität Innsbruck im Feld der visuellen und (inter-)kulturellen Bildung sowie Medienethik tätig. Ihre wissenschaftlichen Arbeiten wurden beispielsweise mit dem *Best Poster Award* (2014) der *European Educational Research Association* sowie dem *Emerging Scholar Award* (2018) des *The Image Research Networks* ausgezeichnet. Sie war Gastdozentin am Beit Berl College (Israel) und Gastwissenschaftlerin an der Hebrew University (Israel) sowie der KU University (Südkorea) und der Concordia University (Kanada).

Weiteren Informationen und Bestellung unter:

www.transcript-verlag.de/978-3-8376-4700-6



© Jessica Krecklo Naidu

Die Eulen sind nicht,
was sie scheinen.
Twin Peaks

Autoritratto, 1955

Nel centro, il buco nero
della tua Rolleiflex, che tieni in mano
come se fosse uno strumento a fiato,
una camera del respiro.

Ti appoggi al lavandino,
le maniche della blusa rimboccate
a liberare pelle e anima, a dare
più resistenza agli occhi che verranno.

Ponti e pagode alle tue spalle,
sul mondo nitido delle piastrelle,
e un' immagine incorniciata – forse
un disegno col carboncino – appesa

al muro. Un cane osserva
un gatto mentre sbriga i suoi bisogni
in una lettiera colma di sabbia:
messa in abisso d'ogni

sguardo. Nello specchio, il riflesso
del tuo pensiero, mentre studi il viso
del tuo futuro, ancora lì, viva, Vivian,
inalterata dalla tristezza di ciò che è fisso.¹

Federico Italiano

1 Selbstporträt, 1955 || In der Mitte das schwarze Loch | deiner Rolleiflex, die du in der Hand hältst | als wäre sie ein Blasinstrument, | eine Atemkammer. || Du lehnt dich an das Becken, | die Ärmel der Bluse hochgekrempelt, | um Haut und Seele zu befreien und mehr | Widerstand gegen die kommenden Blicke zu leisten. || Brücken und Pagoden hinter dir, | auf der klaren Welt der Fliesen, | und ein gerahmtes Bild – vielleicht | eine Kohlezeichnung – hängend || an der Wand. Ein Hund beobachtet | eine Katze, die ihr Geschäft | in einer sandgefüllten Schale verrichtet: | Mise en abyme aller Blicke. || Im Spiegel reflektieren sich deine | Gedanken, während du das Gesicht deiner Zukunft | erforschst, noch da, lebend, Vivian, | unverändert von der Traurigkeit des Fixierten. (Übersetzung von Nadja Köffler)

Inhalt

**Wie Blicke Körper machen:
Ein Geleitwort von Martin Sexl | 11**

**Prolog: Rezeptionsweisen, ikonografische
Leerstellen und QR-Codes | 25**

- 1 Vom Präsentierteller zum Werksinn:
Thematische Hinführung | 41**
- 2 Vom Werk zur Fotografin:
»Finding Vivian Maier« | 53**
 - 2.1 Maiers Œuvre, seine Rezeption und
die Fragestellungen dieser Arbeit | 55
 - 2.2 Maiers Nachlass: Ein fotohistorischer
Sensationsfund und wem er gehört | 71
 - 2.3 Das biografische Bild eines »Misfit Genius« | 76
- 3 Von der Frau im Bild zum Bild der Frau:
Selbstporträts als feministische Artikulation? | 85**
 - 3.1 Fotografie, Selbstporträt und Identität | 87
 - 3.2 Weibliche Kunst zwischen kultureller
Codierung und Selbstbehauptung | 93
 - 3.3 Medienbilder als künstlerischer Bezugspunkt
und ihre Auswirkungen auf das Bild der Frau | 100
- 4 Methodologisch-methodische Überlegungen zu
einer werkbezogenen Oszillation zwischen
Form, Inhalt und Kontext | 115**
 - 4.1 Der epistemische Gehalt von Bildern:
Was uns Fotografien wissen lassen | 116
 - 4.2 Zur ikonologisch-ikonischen Bildanalysemethode
nach Ralf Bohnsack | 122

- 5 Nah am Werk:**
 - Maiers Bilder sprechen lassen** | 133
 - 5.1 Bildkorpus und Analyseschritte im Überblick | 135
 - 5.2 Kategorienbildung und Kategorisierungsbereiche | 138
 - 5.3 Exemplarische Einzelbildanalysen | 143
 - 5.3.1 Schattenporträt | 143
 - 5.3.2 Beziehungsporträt mit weiblich konnotiertem Sujet | 150
 - 5.3.3 Selbstfokussierendes Porträt | 159
 - 5.3.4 Mehrfachspiegelungsporträt | 166
 - 5.3.5 Einfachspiegelungsporträt | 173
 - 5.3.6 Kameradistanzierendes Porträt | 183

- 6 Gesamtinterpretation und fotohistorisch-feministische Kontextualisierung** | 191

- 7 Schlussbetrachtung** | 213

- 8 Literatur** | 219

- 9 QR-Code-Register** | 233

Wie Blicke Körper machen: Ein Geleitwort von Martin Sexl

Die Tatsache, dass Arbeitskraft eine Ware ist, die gekauft und verkauft werden kann sowie einen Gebrauchswert und einen Tauschwert hat, ist ebenso wenig neu wie das Wissen darüber, dass weibliche Arbeitskraft im Durchschnitt weniger wert ist als männliche: Frauen erhalten oft immer noch für die gleiche Arbeit weniger Lohn, arbeiten überdurchschnittlich oft in wenig renommierten Berufen, sind häufig zu Teilzeit- oder Schwarzarbeit gezwungen (z.B. als Reinigungskräfte oder Pflegerinnen) und verrichten den Hauptteil der meist unbezahlten reproduktiven Arbeit wie Kindererziehung, Pflege von Angehörigen oder Hausarbeit (vgl. Penny 2012, S. 91ff). Da jede Form der Arbeit, auch reproduktive, (woanders) einen Mehrwert generiert,² sind es auch überdurchschnittlich oft Männer, die von weiblicher Arbeit profitieren. Diese Form der Ausbeutung hat strukturelle wie kulturelle Gründe.

Abstrakter gefasst könnte man daher auch sagen, dass die Unterscheidung in zwei Klassen (jene, die Mehrwert produziert, und jene, die diesen abschöpfen kann), teilweise deckungsgleich ist mit der Unterscheidung zwischen Männern und Frauen, die klarerweise mit einem Machtungleich-

2 Wer als Kunde/Kundin einen IKEA-Schrank zusammensetzt, verrichtet unbezahlte Arbeit, deren Mehrwert dem Unternehmen zugute kommt. Es mag sein, dass dadurch die Güter billiger werden, allerdings verschafft dies dem Unternehmen, das immer in Konkurrenz zu anderen Möbelanbieter*innen und Handwerksbetrieben steht, einen Vorteil, der sich in letzter Konsequenz als Zwang auf andere – seien es Kund*innen oder andere Unternehmen – auswirkt.

gewicht einhergeht. Dies betrifft nicht nur das strukturell-ökonomische Ungleichgewicht, sondern infiziert auch direktere Formen von Machtausübung, Machtmissbrauch und Ausbeutung. Dass Täter bei sexueller Gewalt, um nur ein Beispiel zu nennen, in der Regel Männer und Frauen ihre Opfer sind, hat also nichts mit der ›Natur des Mannes‹ zu tun, sondern unter anderem mit ökonomischen Strukturen, die Habitus und ›Kultur‹ von geschlechterspezifischen Beziehungsformen prägen – in anderen Worten: mit Macht.³

Die Unterscheidung von Arbeitskraft und Arbeit (bzw. Arbeiter*in) garantiert gewissermaßen die Integrität der arbeitenden Person, denn sie verkauft nicht sich selbst, sondern nur einen Teil von ihr. Diese Unterscheidung verdeckt allerdings, dass in vielen Fällen Kaufende nicht nur Arbeitskraft erwerben – weil Verkaufende nichts anderes haben, das sie verkaufen können –, sondern auch einen weit direkteren Zugriff auf den Körper der Verkaufenden. Im Falle von Prostitution wird dies augenscheinlich, und zwar auch dann, wenn diese innerhalb geregelter Arbeitsverhältnisse organisiert ist. Aber auch in weniger offensichtlichen Fällen – wenn etwa reiche (ältere) Männer mit (oft weit jüngeren) Frauen, die ökonomisch in einer schwächeren Position sind, eine ›Partnerschaft‹ eingehen – ist die grundlegende Struktur beobachtbar.

Frauen (als Ware) sind in Zeiten des Kapitalismus häufiger als Männer gezwungen, visuell attraktiv zu sein. Nicht nur, aber auch deshalb sind es viel mehr Frauen als Männer, die mit Hilfe von (teuren) Körperpflege- und Schminkprodukten in ihren Körper investieren und an der Optimierung ihres Aussehens arbeiten (müssen), was die Reproduktion der ›Arbeitskraft‹ (in dem Falle: des Körpers) verteuert und die ökonomische Position zusätzlich schwächt.⁴ Nicht der Gebrauchswert des Körpers wird solchermaßen optimiert, sondern die

3 #MeToo hat die enge Verknüpfung von Sexualität und Macht vor Augen geführt. Eva Illouz dazu: »Die sexuelle Macht der Männer leitet sich von ihrer sozialen und ökonomischen Macht ab.« (Illouz 2018a, S. 48)

4 »Von der Arbeitszeit, die für den Kauf und den strategischen Einsatz von Kleidung, Frisur und Schönheitsprodukten aufgewendet wird, über die tatsächliche Arbeit bei Diät und Fitness, bis zur Erschaffung und Erhaltung der sexuellen Rolle – die Selbstverdinglichung ist Arbeit, zuerst und vor allem.« (Penny 2012, S. 37) »Weiblichkeit ist so eng mit Arbeit und Verdinglichung verbunden, dass

»Erscheinung des Gebrauchswertes [...]. Schein wird für den Vollzug des Kaufakts so wichtig – und faktisch wichtiger – als Sein. Was nur etwas ist, aber nicht nach ›Sein‹ aussieht, wird nicht gekauft. Was etwas zu sein scheint, wird wohl gekauft. Mit dem System von Verkauf und Kauf tritt auch der ästhetische Schein, das Gebrauchswertversprechen der Ware als eigenständige Verkaufsfunktion auf den Plan. [...] Sinnliches wird in diesem Zusammenhang zum Träger einer ökonomischen Funktion: zum Subjekt und Objekt ökonomisch funktionaler Faszination.« (Haug 2009, S. 29f; Hervorhebung M.S.)

Was Wolfgang F. Haug zufolge für Waren ganz allgemein gilt, gewinnt angesichts des (weiblichen) Körpers, der als Ware funktioniert, noch eine entscheidende Bedeutung hinzu: Die Schönheit des Körpers (d.h. das, was dafür gehalten wird) ist nicht alleine Instrument des Gebrauchswertversprechens (wenn etwa attraktive Frauen für Produkte aller Art werben), sondern wird in bestimmten Formen der Tauschbeziehung selbst zum (vermeintlichen) Gebrauchswert. »Weiblichkeit an sich ist zur Marke geworden« (Penny 2010, S. 12) und Schönheit wird von einer verkaufsfördernden Eigenschaft zum Produkt, das man erwirbt, was nicht zuletzt »die zentrale Bedeutung der Sexualität für das Gesamtsystem der Unterdrückung von Frauen« (Illouz 2018a, S. 48) veranschaulicht.

Klarerweise sind es – es geht ja um die *visuelle* Wahrnehmbarkeit – bestimmte regulierende Blickregime, die die Tauschbeziehung initiieren und determinieren. Auch der Blick hat ein Geschlecht: In der Tendenz sind es Männer, die schauen, und Frauen, die angeschaut werden. Die geschlechtsdeterminierende Hierarchie zwischen Subjekt und Objekt findet also im Verhältnis von Schauen und Angeschaut-Werden eine Entsprechung. Es reicht ein flüchtiger Blick in ein beliebiges Lifestyle-Magazin oder in eine Episode der frauenverachtenden Casting-Modeshow *Germany's Next Topmodel*, um die Ordnungen des Blicks identifizieren zu können. Im Internet ist es nicht viel anders: Wer etwa bei der Google-Bildersuche die Namen der beiden Weltklasse-Schiläufer*innen Marcel Hirscher und Lindsey Vonn eingibt, bekommt zahlreiche Fotografien des

die Merkmale des Geschlechts auf dem Arbeitsmarkt ge- und verkauft werden können. [...] Feminismus wird als Bedrohung für die Weiblichkeit dargestellt, während er letztlich doch eine Bedrohung für das Geschlecht als Arbeitskapital ist.« (Ebd., S. 69)

erfolgreichen Sportlers Marcel Hirscher (bei der Siegesfahrt, im Rennanzug, mit Pokal, mit Ski etc.) und der *attraktiven Frau* Lindsey Vonn (beim Yoga in engen Hosen, im rückenfreien Minikleid, im Badeanzug etc.) serviert.

Die Beispiele Life-Style-Magazine und Internet machen auch rasch deutlich, dass die herrschenden Blickregime leicht kritisiert, aber nur sehr schwer geändert werden können. Denn wir haben es nicht nur mit hegemonialen Verhältnissen zu tun, mit denen nahezu alle einverstanden sind (oder zu sein scheinen), sondern auch mit Verhältnissen, die von starken ökonomischen Interessen determiniert sind. Das Internet verstärkt hegemoniale Verhältnisse noch zusätzlich, denn die großen Digitalkonzerne wie Facebook oder Google agieren global (und ohne ›Zentrum‹) und die verwendeten Algorithmen verstärken gewohnte Wahrnehmungsmuster.⁵

Die performative Kraft von Fotografien, die Betrachter*innen zum Schauen *und* zum Handeln auffordert, wird nicht nur deutlich bei der Gestaltung von visuell wahrnehmbaren Oberflächen – es werden fotografische Zeichen ebenso manipuliert (etwa durch Apps, mit denen Selfies bearbeitet werden können) wie die dargestellten Körper selbst (etwa durch Schminke) –, sondern reicht inzwischen sehr viel weiter und berührt nicht mehr nur visualisierte Körper: So bemühen sich vor allem junge Frauen vermehrt um Körperkorrekturen, weil sie so aussehen wollen wie ihre Vor-Bilder, an denen sich die Bearbeitung der eigenen Selfies orientiert. Der Versuch der Optimierung des eigenen Körpers rückt die Geschlechtszugehörigkeit in den Vordergrund und wird mit Hilfe von Bildern verhandelt, die Geschlecht binär (Mann/Frau) organisieren und von einer vermeintlich präzise

5 Eva Illouz zeigt auf, dass »Weiblichkeit eine visuelle Darbietung in einem von Männern kontrollierten Markt [ist], die sich an den männlichen Blick richtet und von Männern konsumiert wird« (Illouz 2018b, S. 162). Dabei geht es im Marx'schen Sinne um die Generierung von Mehrwert, die Gender-Verhältnisse in Klassen-Verhältnisse transformiert: »Eine Klasse – die Männer – zieht Wert aus den Körpern einer anderen Klasse – der Frauen.« (Ebd., S. 168) Die für ein Verhältnis von Kaufenden und Verkaufenden notwendige Freiheit souveräner Rechtssubjekte entpuppt sich als ›Freiheit‹ eines »skopischen Kapitalismus [...] – also der intensiven und allgegenwärtigen Ausbeutung des sexuellen Körpers durch die visuellen Industrien« (ebd., S. 332).

definierbaren Grenze dazwischen ausgehen. Judith Butler folgend kann also von einer Herstellung von *sex* gesprochen werden.

Werbung und Pornografie sind zwei zentrale (und vorwiegend mit bildlichen Zeichen arbeitende) Instanzen – und dies betrifft nicht nur die Wirkmächtigkeit der inszenierten Bilder auf individuelle Körper, sondern auch die ökonomische Macht (die bei der Pornografie weniger bekannt, aber nichtsdestoweniger enorm sein dürfte) –, die die Herstellung von *sex* regulieren, und zwar gleichsam im ›industriellen Maßstab‹. »Ohne sich dessen bewusst zu sein, sind die Klageweiber der Ware, sind Werbung und Pornographie Geburtshelferinnen des neuen Körpers der Menschheit.« (Agamben 2003, S. 50) Auch wenn in der Werbung nicht der Körper, sondern sein Bild »technisiert« wurde (ebd., S. 49) – und nur dadurch »konnte der strahlende Körper der Werbung zur Maske werden, in der der hilfällige, schwächliche Körper des Menschen seine prekäre Existenz führt« (ebd., S. 49) –, so führen Bilder doch letztlich durch imaginäre Identifikation zu einer Technologie von Körperlichkeit, weil nicht nur die Models in der Werbefotografie ihren Körper auf Verkaufbarkeit zurichten müssen, sondern Menschen (vor allem Frauen) ganz generell den Bildern dieser Models gleichen möchten oder zu gleichen haben. »Nie wurde der – zumal weibliche – Körper des Menschen so massenweise manipuliert, dass er von den Techniken der Werbeindustrie und der Warenproduktion gleichsam durch und durch neu erfunden wird [...]« (Ebd., S. 49)⁶

6 Schon Roland Barthes war sich dessen bewusst, dass es Kommodifizierungsprozesse sind, die die *Produktion* von Zeichen und von Körpern verschränken und zu einer Ausbildung von (individueller) Identität als Marke führen: In der zweiten, in der Zeitschrift *Esprit* 1953 erschienenen »*mythologie*«, die in die Buchpublikation *Mythologies* nicht aufgenommen wurde, beschreibt Barthes einen Besuch in den Folies-Bergère, wo sich das Gesicht (der tanzenden »girls«) als Ware manifestiert (heute würde man sagen, dass seine *instagrammability* entscheidend ist), die »gekauft« werden kann, »vor allem, weil es ein *konstruierter* Gegenstand ist, der durch mechanische Verfahren aus dem Nichts gezogen wurde« (Roland Barthes in der Übersetzung von Ette 1998, S. 118; Hervorhebung M.S.). Die harte Arbeit und die Gewalt der physischen Zurichtung von Körpern durch »mechanische Verfahren« muss dabei ausgeblendet werden und ist im ›Endprodukt‹ – den glatten, lächelnden Gesichtern der »girls« in Life-Style-Magazinen, im Internet, in Casting-Shows oder auf den Bühnen der Varietés –

Es mag sein, dass Frauen auch in früheren Jahrhunderten betrachtete Objekte (des Tausches) waren – und man sich dessen auch bewusst war: Man möge nur einen Blick in die realistischen Romane des 19. Jahrhunderts werfen –, aber die ausufernde und globalisierte gegenwärtige Produktion von Bildmaterial schreibt sie mehr denn je in dieser Rolle fest. Erstens ist im postindustriellen Spätkapitalismus die bedeutsamste Produktion von Waren jene von Zeichen geworden (vgl. Blasy 2018, S. 40), die unsere Wahrnehmung der Welt weit stärker determinieren als die direkte Erfahrung, zweitens führt die ausgeprägte Bilderkultur des 21. Jahrhunderts (Flickr, Instagram, Youtube etc.) zu einer Stabilisierung gewohnter Muster durch

»die Herstellung scheinbar natürlicher, weil selbstverständlicher Zeichen, deren naturalisierende Effekte in ihren Strategien der Authentifizierung, der Beglaubigung und der Herstellung von Evidenz liegen. Zu diesen gehören in besonderem Maße fotografische Zeichen, da diese aufgrund der *ihnen zugeschriebenen* Transparenz, Wahrheit und Unmittelbarkeit als potenzielle Träger von Ideologien angesehen werden können.« (Ebd., S. 40; Hervorhebung M.S.)

nicht sichtbar und darf auch nicht sichtbar gemacht werden, weil sonst Attraktivität (und damit das Gebrauchswertversprechen) zunichte gemacht werden würde – sollen doch Frauen »von Natur aus« schön sein. Dass aber das vermeintliche Nichtstun des Posierens im Modelbusiness großer physischer Anstrengung bedarf, wird erst dann deutlich, wenn die *Pose* (Bourdieu 1981, S. 94f) als Pose erkennbar wird, indem das Nichtstun im Sinne von Walter Benjamins Kunstverkaufsatz *ausgestellt*, d.h. in Kunst verwandelt wird. Marina Abramovičs *The Artist Is Present* ist eine machtvolle Demonstration davon.

Die Gesellschaft ist die Mechanismen der Werbung im Internet betreffend (mittlerweile) sensibilisiert und diskutiert auch darüber. (Ob Bewusstsein und Debatte alleine schon ausreichend sind, um gegen die Werbeindustrie etwas ausrichten zu können, muss allerdings bezweifelt werden.) Die Pornografie – bei deren »sanktionsbefreiten Durchmarsch [es] nicht nur um Milliardenprofite [geht], sondern um die systematische Zerstörung von Menschen und ihren Beziehungen« (Reiser 2018, S. 85) – fliegt immer noch weitgehend unterhalb des Radars von Analysen und Auseinandersetzungen.

Fotografien *sind* nicht einfach transparent, wahr und unmittelbar, vielmehr schreiben wir ihnen das erst zu und glauben doch an die vermeintliche *Natürlichkeit* ihrer Transparenz, ihrer Wahrheit und ihrer Unmittelbarkeit – und das macht ihre Macht verführerisch. Durch diesen Glauben werden aus mit geschichtlichen und kontingenten Bedeutungen und Konnotationen aufgeladenen Zeichen Abbilder natürlicher Zustände, also Mythen im Sinne von Roland Barthes (Barthes 2010). Der durch die Ikonizität und Indexikalität fotografischer Zeichen hervorgerufene »imaginäre Kurzschluss zwischen Zeichen und Bezeichnetem« und das »trügerische Vertrautsein mit Fotografien« (Blasy 2018, S. 13) führen zur Produktion eines »Mythos von der unmittelbaren Verständlichkeit« (ebd., S. 19), der die Wirksamkeit der Kritik an dieser Produktion behindert und es unmöglich erscheinen lässt, eine *andere* fotografische und andere *fotografische* Praxis ins Werk zu setzen – und dies vor allem dann, wenn etwas zur Darstellung kommen soll, das nicht sichtbar ist. Merkmale und Verhaltensweisen, die mit *race*, *ethnicity*, *sex/gender* oder *age* in Verbindung gebracht werden, treten auf der Oberfläche des fotografischen Zeichens sehr viel leichter in Erscheinung (in Form von Kleidung, bestimmten Gegenständen und Techniken, Hautfarbe, physischem Erscheinungsbild etc.) als jene ökonomischen und sozialen Strukturen, die mit sozioökonomischen Kategorien (z.B. *class*) gefasst werden müssen und erst zur Herausbildung von vielen dieser Merkmale und Verhaltensweisen führen.⁷ Die Fotografie in »ihrer Unfähigkeit zu verneinen« (ebd., S. 207) invisibilisiert also in doppelter Art und Weise: Sie stellt auch dort in *Kulturen* verwandelte Lebensstile, Milieus und Gemeinschaften dar, wo die *Gesellschaft* repräsentiert werden müsste, und naturalisiert diese Kulturen zusätzlich noch durch jenen Akt der Affirmation, der durch die Konnotationen des Begriffsfeldes der Kultur nahegelegt wird.⁸

7 »Oberflächen zeigen Geschlecht, *race* und Alter, sie zeigen Merkmale bestimmter Lebensstile wie Wohnverhältnisse, Konsumverhalten, Geschmackspräferenzen und Freizeitgestaltung. Was sie nicht zeigen, sind Klassenzugehörigkeit bzw. Positionen innerhalb des Lohnerwerbssystems. Die Sichtbarkeit der Kategorien Geschlecht, *race* und Alter verlagert jedoch die Wahrnehmung von Differenzen in das Feld der Natürlichkeit.« (Blasy 2018, S. 206)

8 Und auf wundersame Weise verwandelt sich die *Arbeiterklasse*, deren Interessen letztlich in einer Abschaffung von Klassengrenzen liegen (müssten), in eine

Die sozialdokumentarische Fotografie (von Jacob A. Riis über August Sander, Lewis W. Hine, Walker Evans und Dorothea Lange bis zu Richard Avedon) verfehlt ihr aufklärerisches Ziel, weil sie die Mechanismen von Auswahl, Kontextualisierung und Rezeption ebenso wenig zur Darstellung bringen kann wie jene Normen, die die Abweichung davon erst als solche definieren (vgl. dazu Blasy 2018). Blasy zeigt, dass auch Allan Sekulas Montagestrategien in *Fish Story* (und dies gilt für viele andere Formen der Montage auch) – die Fotografien narrativisieren und in komplexe Textumgebungen einbetten – »ebenso an die Sichtbarkeit von Oberflächen gebunden« bleiben (ebd., S. 205) und damit Immaterialitäten und Strukturen tendenziell ausblenden müssen, auch wenn sie »Kontexte als multiple Bezugssysteme« (ebd., S. 216) herstellen. Es scheint nahezu unmöglich, der fest-schreibenden Tendenz der Fotografie, zumindest der Dokumentarfotografie, zu entgegen.

Um Prozesse der Festschreibung zumindest präzise benennen und beschreiben zu können, müssen Fotografien gegen den Strich gelesen werden, d.h. man muss das durch die Wahrnehmung der Oberfläche (*race, ethnicity, sex/gender* oder *age*) Verdeckte, also sozioökonomische Strukturen und Bedingungen sowohl des Invisibilisierten wie auch von Invisibilisierungsprozessen, auf den Begriff bringen. Man denke etwa an jene Schwarzweiß-Fotografie von Raymond Depardon, die 1981 in den USA entstand und die einen schwarzen Zeitungsverkäufer in den Straßen Manhattans zeigt. Der in die Kamera blickende Zeitungsverkäufer im T-Shirt mit einer Frisur im Afro-Look der 1970er Jahre und weit geöffnetem Mund – wohl die in die Kamera gehaltene Zeitung mit der Headline »CIA scandal« ankündigend – nimmt an eine Hausmauer gelehnt die linke Bildhälfte ein, während in der rechten Bildhälfte (die Hausecke bildet die Grenze zwischen den Bildhälften) ein Gehsteig mit sechs, sieben durchwegs weißen Passant*innen, geöffnete Markisen bei den Geschäften und auf der Straße parkende Autos sichtbar sind. Auffallend ist, dass alle Passant*innen sich in Richtung des Aufnahmestandpunktes bewegen – alle Personen auf dem Bild sind also der Kamera zugewandt und schauen nach vorne, aber nur die sich fast auf gleicher Höhe wie der Zeitungsverkäufer befindende Passantin im Vordergrund

(z.B. geschlechtsspezifisch konnotierte) Arbeiterkultur, die Anerkennung und Schutz einfordert.

blickt, wie auch der Schwarze, ebenfalls in die Kamera – und niemand auf der Fotografie die anderen Personen wahrzunehmen scheint.

Auf den ersten Blick ist nichts Ungewöhnliches zu sehen: ein Schwarzer, der – vermutlich mangels besserem Job gezwungen – Zeitungen verkauft, eine deutliche Grenze zwischen linker und rechter Bildhälfte, also zwischen dem schwarzen Individuum und der weißen Mehrheitsgesellschaft, und niemand nimmt in der unpersönlichen Welt der Großstadt den anderen wahr. Diese Fotografie erschüttert uns nicht, wie viele andere vergleichbare auch: »Das liegt daran, daß wir ihnen gegenüber jedesmal unserer Urteilkraft beraubt sind: Man hat für uns gezittert, für uns nachgedacht; der Photograph hat uns außer dem Recht auf intellektuelle Zustimmung nichts übriggelassen.« (Barthes 2010, S. 135)

Aber dass diese Fotografie von Depardon wirkungslos ist, hat weniger mit der Fotografie selbst als vielmehr mit unseren Wahrnehmungsgewohnheiten zu tun: Wir sehen Differenzen von *race* auf dieser Fotografie, weil diese so schnell sichtbar sind und weil wir diese zu sehen gelernt haben. In der Regel entdeckt man erst auf den zweiten Blick, dass auf dem Gehsteig (mit Ausnahme eines Mannes, von dem nur ein Arm sichtbar ist) durchwegs Frauen unterwegs sind, und alle tragen, so weit ersichtlich, *Einkaufstaschen*. D.h. die Kategorie *race* überlagert die des Geschlechts, die allerdings ebenfalls auf der Oberfläche der Fotografie zu sehen ist, und noch viel mehr die der Ökonomie, der Klasse.

Wenn man tiefer in die Frage sozialer und ökonomischer Differenzen, Schichtungen und Klassenunterschiede eindringen möchte, dann bedarf es der Reflexion und einer die Verschränkung unterschiedlicher Kategorien berücksichtigenden Interpretation, die einiges an Wissen über die (urbanen) Gesellschaftsstrukturen der USA der 1970er und 80er Jahre voraussetzt und hier nur mit einigen Fragen angedeutet werden kann: Warum sind keine weißen Männer zu sehen? Sind diese alle auf einem/ihrem Arbeitsplatz? Gehen Männer nicht einkaufen und wenn ja, warum nicht? Sind die Frauen auf dem Gehsteig arbeitslos? Oder haben sie – weil sie nicht wie »typische« Arbeitslose aussehen – einen Teilzeitjob? Einen (Ehe-)Mann, der sie versorgt? Oder vielleicht ein Erbe, von dem sie leben können? Warum tragen diese Frauen alle Einkaufstaschen? Was haben sie gekauft, wenn es augenscheinlich nicht die Zeitung ist, die der Schwarze neben ihnen anpreist? Gehen sie jetzt nach Hause, um für ihren Mann zu kochen? Woher haben

sie das nötige Geld bekommen, mit dem sie die Einkäufe bezahlt haben? Warum sind keine schwarzen Frauen zu sehen?

Um Fotografien wieder mit kritischer Energie aufzuladen reicht es jedoch nicht, sie nur gegen den Strich zu lesen. Man muss auch jene Rezeptionsbedingungen hinterfragen (und diese zu verändern trachten), innerhalb derer Fotografien in der Regel wahrgenommen werden, denn die Bedingungen der Darstellung beeinflussen deren Rezeption wesentlich mit. Die herrschenden Rezeptionsbedingungen werden häufig durch Internet, Bildbände oder Fotoausstellungen determiniert, *in denen* und *mit Hilfe derer* die Fotografien gezähmt werden, und dies vor allem deshalb, weil die Rezeptionsbedingungen dabei invisibilisiert werden und dadurch die auf der Fotografie möglicherweise zum Ausdruck gebrachte Kritik sofort wieder von Sehgewohnheiten verschluckt wird.

Die beschriebene Fotografie war 2018 in einer Werkschau von Raymond Depardon in den *Rencontres de la Photographie d'Arles* zu sehen, in einer der Dutzenden auf die Stadt verteilten Fotoausstellungen des großen, seit einem halben Jahrhundert jährlich stattfindenden Festivals. Brav war eine Fotografie neben der anderen in Augenhöhe aufgehängt, gut ausgeleuchtet in einem klimatisierten Raum, und brav schlenderten die bürgerlichen Tourist*innen, darunter auch ich selbst, und Bewohner*innen der Stadt und ihrer Umgebung von Fotografie zu Fotografie, nie zu lange verweilend – man will ja noch mehr anschauen, und der Urlaub ist kurz –, aber doch so lange, dass man von anderen Besucher*innen nicht als uninteressiert oder gar kulturfern wahrgenommen werden konnte. Und nach einem Glas Weißwein in der in der Sommerhitze flirrenden Stadt ging es weiter in den nächsten (hoffentlich klimatisierten) Ausstellungsraum.⁹

Es spricht wenig oder nichts gegen eine solche Form der Rezeption, weil sie uns angenehm ist und man die Fotografien gut betrachten kann. (Allerdings lullt sie uns ein und macht daher vieles unsichtbar.) Und weil sie sich als erfolgreich herausgestellt hat, tritt sie klarerweise auch sehr häufig auf. Aber es sind auch andere Formen der Aus- und Darstellung möglich (und werden auch immer wieder realisiert), und zwar solche, die Fra-

9 Nur manchmal wird man ein wenig aufgeschreckt, etwa in der Fotoausstellung über die Roma-Familie Gorgan (bei den *Rencontres* von 2017), wo – zumindest bei meinem Besuch – vor und in der Ausstellung Familienmitglieder, die auch auf den Fotografien zu sehen waren, Besucher*innen um Geld anbettelten.

gen nach dem Kontext und der Rezeption von Fotografien (und von Kunst ganz generell) hervorrufen können; die die Frage aufwerfen, was wir nicht sehen, wenn wir Fotografien anschauen: Wer finanziert die *Rencontres d'Arles*? Die Hochglanzkataloge und Bildbände, die dabei entstehen? Wer entscheidet wie über die Hängung? Eine Jury? Wie ist die Jury zusammengesetzt? Was hat das alles mit der Entwicklung der Stadt Arles zu tun? Mit dem Neubau der *École Nationale Supérieure de la Photographie* oder dem riesigen von Frank Gehry geplanten Turm der privaten *Fondation LUMA*? Welchen Einfluss hat die Tatsache, dass heute auf dem Kunstmarkt mit Fotografien genauso gehandelt wird wie mit Kunst, auf deren Produktion und Rezeption? Was bedeutet die Verdrängung staatlicher Museen und Sammlungen durch private für Produktion, Ausstellung und Rezeption von Kunst und für ihren Handel? Warum nehmen wir uns so wenig Zeit, wenn wir Kunstausstellungen besuchen?¹⁰

Vergleichbare Fragen stellt Nadja Köffler im vorliegenden Buch über die Fotografien von Vivian Maier (1926–2009), einer Fotografin, die erst posthum und mehr oder weniger durch Zufall entdeckt und auch sogleich durch den ›männlichen Blick‹ und durch kapitalistische Aneignungs- und Verknappungsstrategien (nämlich durch die den Zugang zu den Fotografien kontrollierenden Praktiken ihres ›Entdeckers‹ John Maloof¹¹ sowie beteiligter Galerien) ausgestellt, eingehegt, ›domestiziert‹ und vermarktet wurde. Dass der Kontext der Entdeckung und der Rezeption der Fotografien deren Wahrnehmung und die der Person Vivian Maier wesentlich prägen, wird dabei ebenso ersichtlich wie die Möglichkeiten einer *anderen* Praxis der Fotografie: Auch wenn sich viele Fotografien von Vivian Maier auf den ersten Blick nicht von anderen, herkömmlichen sozialdokumentarischen Darstellungsmustern folgend, unterscheiden mögen, so machen Nadja Köfflers Analysen sowie Kontextualisierungen einiger ausgewählter Foto-

10 All diese Fragen berühren eine weitere, nämlich die nach dem Status der Kunstautonomie im kulturpolitischen Diskurs. Zugespitzt formuliert: Ist diese Autonomie notwendige Voraussetzung, um einen unabhängigen Ort der Kritik einnehmen zu können? Oder ist sie jenes Instrument der bürgerlichen Klasse, die Wahrnehmungsgewohnheiten und (elitäre) Rezeptionskontexte festschreibt?

11 Die den Dokumentarfilm (von John Maloof und Charlie Siskel) »Finding Vivian Maier« inkludieren, der 2015 für den Oscar nominiert wurde.

grafien doch deren Potenzial deutlich: Es sind gerade die (oft durch Spiegelungen gebrochenen) Selbstporträts von Vivian Maier, die in der Betrachtung von Nadja Köffler einen *female gaze* erlauben, der möglicherweise männlich konnotierte Blickregime zu unterlaufen vermag.

Die Beharrungstendenz des Mediums Fotografie und die Tatsache, dass wir von Fotografien tagtäglich geradezu überschwemmt werden, benötigen jedoch nicht nur eine andere fotografische Praxis und andere Formen ihrer Produktion, Verbreitung, Ausstellung und Rezeption, sondern auch andere Formen der wissenschaftlichen Analyse- und, vor allem, *Darstellungspraxis*, denn auch die gewohnten und meist unbewussten *Posen* geisteswissenschaftlicher Praktiken tendieren zur Festschreibung dessen, was kritisiert wird, und damit zur Stärkung von hegemonialen Mustern.

Nadja Köffler wählt eine ungewöhnliche Form, um nicht nur fotografische und perzeptive Stabilisierungspraktiken zu unterlaufen, sondern auch auf jene Machtdiskurse hinzuweisen, die hinter diesen wirksam sind: Aus der Not, nämlich die Verweigerung der Bildrechte für den Abdruck der Fotografien von Vivian Maier, hat sie eine Tugend gemacht: Anstelle der analysierten Fotografien finden sich im Buch leere Rahmen, im Anhang des Buches sind dazu gehörende ›gerahmte‹ QR-Codes platziert, die auf die Quelle verweisen und die im Laufe der Zeit möglicherweise – aber das ist Teil des Spiels mit der Frage von Repräsentationsstrategien – ins Leere laufen. QR-Codes sind als Zeichen nur mit einem technischen *Apparat* (im Sinne von Walter Benjamins Kunstwerkaufsatz) – in der Regel dem Smartphone – decodierbar, was die Wahrnehmung des solchermaßen Verschlüsselten verändert und vielleicht Wahrnehmungsmuster zu durchbrechen vermag, vor allem in diesem Falle, in denen die QR-Codes wie eine Liste oder ein Katalog von Tableaus präsentiert werden. Es mag sein, dass der Aufwand, um die Fotografien mit dem Smartphone sichtbar zu machen, nicht sehr groß ist, aber doch muss man die gängige Lektüreposition ein wenig verändern. Und auch die Wahrnehmung des wissenschaftlichen Textes selbst wird durch die ›gerahmten‹ QR-Codes vielleicht ein wenig irritiert, zumindest so viel, dass *à la longue* andere und noch ungewohnte Fragen, Lektürewesen, Positionen und Positionierungen ermöglicht werden.

LITERATUR

- AGAMBEN, GIORGIO (2003). *Die kommende Gemeinschaft*. Berlin: Merveverlag.
- BARTHES, ROLAND (2010). *Mythen des Alltags*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- BLASY, STEFANIE (2018). *Bilder der Arbeiterklasse? Allan Sekulas ›Fish Story‹ zwischen Kritik und Affirmation sozialdokumentarischer Darstellungspraktiken*. Innsbruck: innsbruck university press.
- BOURDIEU, PIERRE (1981). Die gesellschaftliche Definition der Photographie. In: Pierre Bourdieu u.a. (Hg.). *Eine illegitime Kunst. Die sozialen Gebrauchsweisen der Fotografie*. Frankfurt/M.: Europäische Verlagsanstalt, S. 85–109.
- ETTE, OTTMAR (1998). *Roland Barthes. Eine intellektuelle Biographie*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- HAUG, WOLFGANG F. (2009). *Kritik der Warenästhetik*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- ILLOUZ, EVA (2018A). Es ist Krieg. In: *Die Zeit*, (42) (Österreich-Ausgabe) vom 11. Oktober 2018, S. 48.
- ILLOUZ, EVA (2018B). *Warum Liebe endet*. Berlin: Suhrkamp.
- PENNY, LAURIE (2012). *Fleischmarkt. Weibliche Körper im Kapitalismus*. Hamburg: Edition Nautilus.
- REISER, WOLF (2018). Verheddert im Netz. Über die Pornographisierung unseres Lebens. In: *Lettre International*, (121) Berlin 2018, S. 85–87.