

KATHARINA STEIDL

Fe/Male Photography, das Fotografische oder Mechanismen der Separation

Was eigentlich ist *Fotografie*? Ist unter *Fotografie* ein Bild, ein technisches Verfahren oder ein theoretisches Konzept zu verstehen? Diese Frage mag im ersten Moment trivial erscheinen, doch lässt sich auf diese Weise beleuchten, welche Verfahren zu allgemein anerkannten Verfahren der Fotografie aufstiegen sind und welche Geschichtsentwürfe den Begriff *Fotografie* prägten, wie er bis heute immer noch gültig ist. Darüber hinaus muss mit Hilfe aktueller genderanalytischer Konzepte kritisch hinterfragt werden: Wer verfasste die anerkannten Geschichten der Fotografie, mit welchen Geschichtskonzepten oder welchen Intentionen? Wurden Fotografen und/oder Fotografinnen eventuell bewusst aus der Geschichtsschreibung ausgelassen? Warum erhielten gewisse Personen und Verfahren Aufmerksamkeit? Zahlreiche Fragen sind nach wie vor ungeklärt: Eine grundlegende gendertheoretische Analyse der Geschichte der Fotografie hat daher das Potenzial, unzureichend bearbeitete Felder sichtbar zu machen.

Für eine kunsthistorisch-feministisch orientierte Fotografieanalyse kann der von Anja Zimmermann herausgegebene Sammelband *Kunstgeschichte und Gender* herangezogen werden.¹ Einen bildwissenschaftlichen Ansatzpunkt bieten etwa Publikationen, die im Rahmen des Projekts „Das technische Bild“ seit dem Jahr 2000 an der Humboldt Universität zu Berlin entstanden sind.² Für eine wissenschaftliche Aufarbeitung von Themenfeldern wie Männlichkeitsforschung und Fotografie geben Publikationen zur feministischen und/oder *whiteness* thematisierenden Fotografiehistoriografie erste Hilfestellungen.³

Zu Rate ziehen könnte man/frau einzelne Studien, etwa jene von Abigail Solomon-Godeau, eine Koryphäe auf diesem Gebiet.⁴ Theorieansätze zu offenen Fragen im Bereich der historischen Technikforschung ließen sich aus den einschlägigen gendertheoretischen Studien von Martina Heßler und Judy Wajcman ziehen.⁵ Diese Einführungswerke stellen jedoch nur einige wenige Referenzen dar; die feministische Fotografiegeschichte ist ein nach wie vor offenes und vergleichsweise „junges“ Arbeitsgebiet.

Dass eingehende historiografische und gendertheoretische Befragungen des Fotografischen immer noch ausstehen, lässt sich unter anderem damit erklären, dass Fotografie nach wie vor keine eindeutige disziplinäre Heimat hat: In Österreich gibt es etwa keinen einzigen Lehrstuhl für Fotogeschichte und -theorie.⁶ Wenn Fotografie überhaupt verhandelt wird, dann als *ein* Verfahren neben vielen anderen Techniken und Bildmedien innerhalb der Kunst- oder Geschichtswissenschaft, der Wissenschafts-, Medien-, Architektur- und Technikgeschichte bis zu den Visual Studies. Noch wesentlich stärker als die Kunstgeschichte muss sich die Fotografiegeschichte kontinuierlich um die Ausarbeitung eigener Methoden, Theorien und Forschungspraxen, aber auch um die Adaptierung von Analyseinstrumentarien und Fragestellungen aus fachfremden Kontexten bemühen. Eine feministisch orientierte Fototheorie sollte nicht nur vergessene Fotografinnen zur bestehenden Fotohistoriografie hinzufügen, sondern an deren Grundfesten rütteln.

In den 1970er Jahren initiierte Linda Nochlins Essay „Why Have There Been No Great Women Artists?“ eine grundlegende Frage nach den Ursachen der Marginalisierung von Künstlerinnen und löste damit eine fundamentale Quellenarbeit zu historisch belegbaren weiblichen Persönlichkeiten aus, desgleichen eine Analyse der strukturellen Ausschlussmechanismen.⁷ Auf das Feld des Fotografischen übertragen bedeutet dies: Welche vorbildhaften Ordnungsstrukturen anderer Wissensgebiete führten zu den bis heute anerkannten Erzählungen der Fotogeschichte? Welcher geschlechtsdeterministischer Zuschreibungen bediente man sich bei der Historisierung von Fotografie? Welche Geschlechterungleichheiten manifestieren sich in welcher Form – apparativ-technisch, historiografisch, wissenschaftstheoretisch, sozialhistorisch?⁸



Abb.1: Film Still, Werbung, Fujifilm Instax Mini 9, 2018, Eigenarchiv

Film Still, Fujifilm Instax Mini 9, 2018 (Abb. 1): Im Hintergrund eine pinkfarbene Wand, davor eine junge Frau mit Instax T-Shirt und einer pastellblauen Kamera in der Hand, die untere Gesichtshälfte bedeckt. Vor ihr eine ebenfalls in der Farbe rosa gehaltene Tischplatte. Links oben eine weiße Deckenlampe, am Tisch darunter sorgfältig geordnete Malutensilien sowie eine farblich harmonisierende rosa Thermoskanne. Rechts gelbe Blumen in schwarzer Vase, Instax Fotos auf durchsichtigem Fotoständer, gelbes Notizbuch, pastellgrüne Stifte.

„Femvertising“ als Marketingstrategie

Im Verlauf dieses kurzen Werbespots wird vor allem die Einfachheit der Kamerabedienung – das Drücken eines einzigen Knopfes und die anschließende automatische Fotoproduktion – anschaulich vermittelt. Weder sind manuelle Einstellungen unterschiedlicher Werte wie Blende, Schärfe oder Kontrast, noch ein spezielles Equipment, ein anschließender Foto-Upload oder ein Entwicklungslabor nötig.

Untermuert wird die höchst unkomplizierte Herstellung von Sofortbildern aber auch mit einer farblich codierten Geschlechtszuordnung – ein als *pinkification* bezeichnetes Phänomen. Die stereotype Farbadressierung durch Blau für Jungen und Rosa für Mädchen ist hinlänglich bekannt und wurde in den letzten Jahren abermals intensiviert. Im sogenannten Gendermarketing greifen Werbefirmen je nach geschlechtlich definierter Zielgruppe spezifische Vermarktungsstrategien auf. Besonders deutlich wird dies, wenn im Zuge der „Pinkifizierung“ Unmengen an rosagefärbten Produkten für eine weibliche Zielgruppe hervorgebracht werden: Kinderspielsachen in Glitzer-Pink mit Prinzessinnen-, Feen- oder Einhorn-Motiven. Diese Tendenz findet sich im Rahmen des

femvertising nochmals zugespitzt: Mit diesem Begriff wird ein Werbeansatz von Unternehmen umschrieben, der Feminismus als Marketingstrategie einsetzt (Abb. 2). Dessen Ziel ist nicht die gesellschaftliche Aufwertung und Gleichstellung von Frauen, sondern einzig die Umsatzsteigerung. In dieser Kampagne für Dove tritt Unilever nicht für eine allgemeine gesellschaftliche Akzeptanz von Leibesfülle oder Diversität ein, sondern wirbt in erster Linie für die Anwendung seiner Produkte. In ihren eigenen Firmenstrukturen nehmen solche Unternehmen allerdings kaum je Gleichstellungsveränderungen vor. Im Vorstand des genannten Konzerns befinden sich immer noch mehr „Männer“ als „Frauen“. Dieser marketingtechnisch aufbereitete „verkaufte Feminismus“ ist daher nicht als Fortschritt zu sehen, sondern als *faux-feminism*, als falscher Feminismus, wie Katie Martell und Beate Hausbichler in ihren Studien betonen.⁹

Auffallend am Erscheinungsbild der Instax Kamera ist darüber hinaus der durch den Einsatz weiblicher Personen prononcierte Aspekt der „Usability“. Dies wird besonders in der beiliegenden



Abb. 2: Inserat, Dove (Produkt der Firma Unilever), 2017, online unter: https://mykaleidoscope.ru/en/uploads/posts/2022-10/1666983708_6-mykaleidoscope-ru-p-dove-real-beauty-vkontakte-6.jpg

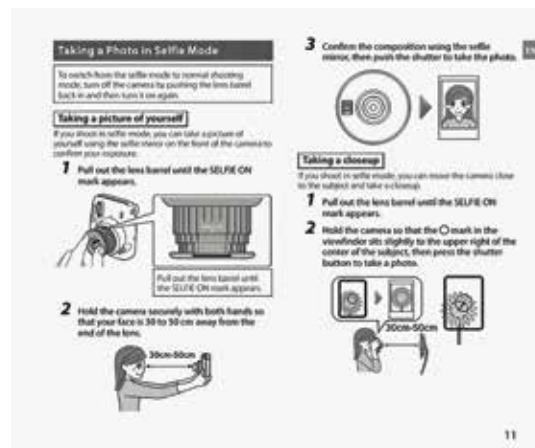


Abb. 3: Gebrauchsanweisung Instax Mini 9, technische Zeichnung und Erklärungen, 2018, S. 1, Eigenarchiv

Gebrauchsanweisung deutlich (Abb. 3): Neben der illustrativen Anleitung zur Kamerabedienung wird die Einfachheit und Benutzerfreundlichkeit durch eine junge Frau unterstrichen. Ich behaupte also, dass die Figur der Frau in Instax-Werbungen gezielt eingesetzt wird, um die Zielgruppe konkret anzusprechen und die Leichtigkeit der Fotoherstellung zu betonen. Diese geschlechtsspezifische Konnotation lässt sich historisch gesehen auf männliche Dominanz in technischen Belangen und weibliche Abhängigkeit aufgrund fehlenden technologischen Wissens zurückführen. Um ein fotografisches Bild zu erhalten, bedarf es bloß eines einzigen Buttons.

Usability: Der Ein-Knopf-Mechanismus

Den Ein-Knopf-Mechanismus zur Herstellung einer Momentfotografie hatte bereits George Eastman mit seiner im Jahr 1888 entwickelten *Kodak-Camera*

eine erstaunliche Neuerung. Das „fachmännische“ Prozedere erfolgte „automatisch“ in einer „Black Box“, es war also dem Blick der Produzentinnen entzogen.¹¹

Mit dem Slogan „You press the button, we do the rest“ wird eine Leitidee umgesetzt, die die Handhabung von komplexen technischen Apparaten gleichsam auf einfache Weise und ohne Vorwissen ermöglichte. Diese „Vergehäusung“ von Technik und die damit verbundene „Usability“ erlaubte einen bequemen, alltäglichen Einsatz der Kamera und bedeutete somit auch eine „Domestizierung“ der Technik.

You press the button, we do the rest!

In zahlreichen fototheoretischen Analysen wird die Einbeziehung der Frau in Werbeanzeigen von Kodak als Adressierung des konkreten Zielpublikums gesehen: Die Frau als Fotografin (Abb. 5). Dem ist grundsätzlich zuzustimmen, da sich in den Folgejah-



Abb. 4: Kodak Kamera Werbung, Eastman Dry Plate Company and Film Co., Eastman Museum (Eastman Kodak Company), in: *Photographic Mosaics*, 1888, S. 199



Abb. 5: Kodak Werbung, Eastman Kodak Brownie Camera 1 \$, publiziert in: *The Youth's Companion*, 18. Juni 1900, S. 4, Eastman Museum (Eastman Kodak Company), 39,4 x 28,6 cm



Abb. 6: Kodak Werbung, Eastman Dry Plate Company and Film Co., in: *Ladies' Home Journal*, 1905, Duke University Libraries

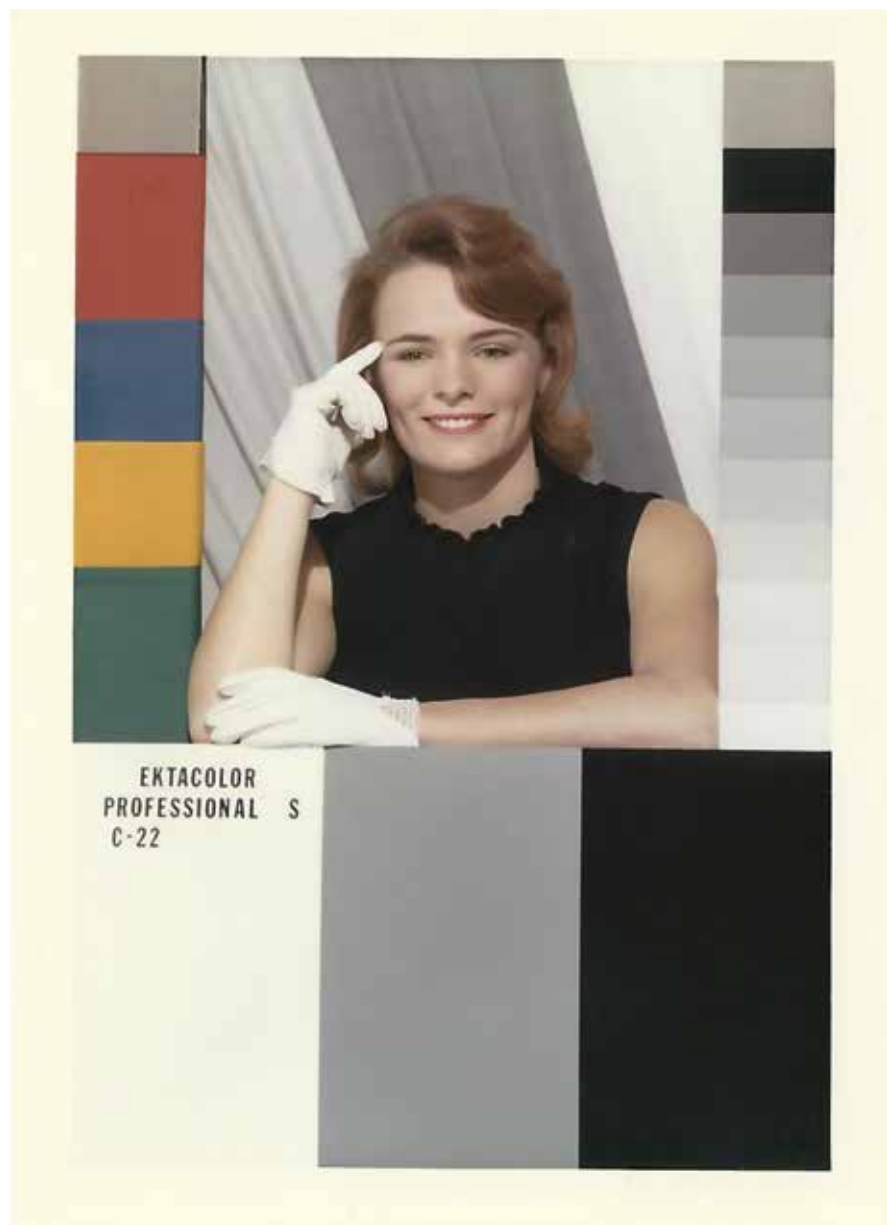
eingeführt (Abb. 4). Eastman reduzierte das bis zu diesem Zeitpunkt material- und voraussetzungsreiche fotografische Verfahren auf ein technisches Minimum, um es für den Massenabsatz tauglich zu machen. Mit dem berühmten Slogan „You press the button, we do the rest“ richtete sich Eastman an technische Laien, die zur Herstellung einer Fotografie nur mehr einen Knopf betätigen mussten. Waren zuvor zahlreiche Materialien, Bearbeitungsschritte und damit technisches wie chemisches Know-how nötig, fand sich bei dieser präparierten Kamera die Fototechnik ins Innere verlagert.¹⁰ Im Jahr 1888 war die Herstellung einer Fotografie, die keines technischen Wissens bedurfte,

ren zahlreiche Amateurrinnen fotografisch betätigten. Zugleich aber – und dies wird kaum je angesprochen – versinnbildlicht die Frau in diesen Darstellungen die Vereinfachung des fotografischen Prozedere. Implizit wird betont, dass selbst Frauen – damals Inbegriff technisch unbegabter oder nur der Handarbeit zugänglicher Wesen – in der Lage wären, fotografische Aufnahmen herzustellen. Die Werbung bedient sich der Figur der Frau, um – wie bei der Instax Kamera dargelegt – eine gezielt geschlechtsspezifisch codierte Einfachheit der Kamera zu betonen. Die der Fototechnik eingeschriebene „Vergeschlechtlichung“ wird an diesem historischen Beispiel abermals deutlich.

Die um 1900 populären Kodak Kameras lassen sich auch im Kontext einer beginnenden Massenkonsumgesellschaft sehen. Man versuchte, Konsumentinnen mit möglichst einfach zu bedienenden Geräten zu versorgen. Verbindendes Element so unterschiedlicher Geräte wie Radio, E-Herd oder Staubsauger ist das Verbergen komplexer technischer Abläufe in einer „Black Box“ – in Gehäusen also, die mit simplen Schnittstellen versehen, eine Mensch-Maschine-Interaktion darstellen. Die im Inneren der Kamera verborgenen fotochemischen Reaktionen stellten eine hohe Komplexitätsreduktion dar. Folgt man der Studie Andreas Fickers, so ist die Vereinfachung der Bedienelemente von Geräten und ihr Design als zentrale Instanz ihrer massenhaften Verbreitung anzusehen.¹² Auf das Kamera-Konzept von Kodak übertragen kann somit von einem verdeckten *gender script* gesprochen werden. Es haben sich also nicht offensichtlich „weibliche“ und damit geschlechtsspezifische Attribute in das Kameradesign eingeschrieben; vielmehr kann die Verlagerung der fotochemischen Abläufe in ein Gehäuse als Taktik gewertet werden, Fotografie zu „enttechnisieren“ oder zu „entmännlichen“. Auf Kodaks berühmte Marketingstrategie der „Kodak Girls“ bezogen bedeutet dies, dass die für Werbezwecke abgebildete Frau mit einer Kamera in der Hand vor allem auch als Sinnbild für die Bedienungsfreundlichkeit und Einfachheit des Apparates stand.

Sexualisierte Instrumentarien der Bildoptimierung

Ein weiteres, erst in jüngster Zeit analysiertes historisches Beispiel behandelt abermals ein Instrumentarium Kodaks: Ab den 1960er Jahren waren in Fotolaboren Kalibrierungskarten mit Farb-Richtwerten für die Ausarbeitung von Abzügen (Abb. 7) gebräuchlich. Als Vergleichswert und „Norm“ für Porträts diente bis Anfang der 1970er primär der Hautton einer weißen Frau, die auf diesen Karten abgebildet war; für andere Hautfarben stellte Kodak keine Richtwerte zur Verfügung. Sowohl dem Filmmaterial der Firma Kodak als auch dem reglementierten Handling sind somit rassistische Ausschlussmechanismen eingeschrieben: Eine erste Erklärung für diese technologische Ausrichtung ließe sich in ökonomischen Beweggründen ausmachen, bestand die potenzielle Käuferschicht nach Ansicht Kodaks doch in kaufkräftigen „weißen“ Konsumentinnen. Diese Argumentation greift jedoch zu kurz; die vermeintlich neutrale Filmtechnologie samt ihrer „natürlich“ wirkenden Bilder wurde von der Annahme einer *white supremacy* getragen. Jene „Shirley cards“ – einzig nach dem Vornamen des ersten Modells „Shirley“ benannt – kamen ab den 1940er Jahren weltweit zum Einsatz. In ihrem Aufsatz „Looking at Shirley“ beschreibt Lorna Roth das Geschlechterverhältnis in US-Filmfabriken Mitte des 20. Jahrhunderts als ein von Männern dominiertes Feld.¹³ Wie selbstverständlich am männlichen



Betrachter ausgerichtet, wurden diese Kalibrier-Farbkarten wie Pin-ups an die Wand geheftet; die abgebildeten Frauen gerieten so zu einem sexualisierten Instrument der Bildoptimierung. Die Shirley card steht also für die Verdinglichung einer hierarchischen Blickökonomie und für „Weiß-Sein“ als Norm. Zudem wird durch diesen bislang „unterbelichteten“ Technikdeterminismus deutlich, auf welche Weise industrielle Produkte das fotografische Bild maßgeblich mitbestimmen. Eine geschlechtsspezifische Analyse ist insofern von Bedeutung, als sie solche zentralen, meist jedoch marginalisierten Bereiche im Feld des Fotografischen zum Vorschein bringt.

Abb. 7: Kodak, Shirley Card, ca. 1966, Sammlung Hermann Zschiegner

Wie bereits eingangs erwähnt, orientierte sich die Ausrichtung von Fotogeschichten in Handbüchern des 19. und frühen 20. Jahrhunderts an Werken der Technik- und Wissenschaftsgeschichte. Die Aufzählung bedeutsamer Leistungen namhafter Erfinder war letztlich ausschlaggebend für die Marginalisierung fotografierender Frauen.¹⁴ Der Fokus dieser Fotografiehistoriografien lag auf der Erzählung einer teleologischen Fortschrittsgeschichte, die Leistungen männlicher Fotopioniere in den Vordergrund rückte

und weibliche Errungenschaften schlichtweg verschwiegen. Wenn Frauen in jenen Geschichtsfassungen überhaupt eine Rolle spielten, dann lediglich in ihrer Funktion als Gehilfinnen, Assistentinnen oder unsichtbare Hilfskräfte, womit die männlich kodierten Bereiche der Wissenschaft und Technik bzw. männliche Handlungsräume wie das fotografische Labor, die Universität oder Männerbünde wie fotografische Gesellschaften einmal mehr Bestätigung erfuhren. Anleihen nahm jene Form der Historiografie bei der Technikgeschichte sowie der Heldenerzählung, die männliche Pioniere und ihre Leistungen entlang eines nicht enden wollenden linearen Entwicklungsstranges platzierte. Als fest etabliertes Narrativ galt

durchaus als Co-Autorin anzusehen.¹⁵ Auch die Tatsache, dass der Fokus nur auf *europäischen* fotografischen Verfahren und ihren Erfindern lag – weißen Männern der mittleren und oberen Schichten –, wäre kritisch zu betrachten.

Spätestens mit Beaumont Newhalls Ausstellung- und Publikationstätigkeit am MoMA in New York ab 1937 und seinem Umgang mit Fotografien als ästhetischen Objekten findet ein Wechsel statt. Fotografie wird nicht mehr nur als technisches Instrumentarium eingestuft, sondern zunehmend als künstlerisches Medium betrachtet.¹⁶ Die aus der Kunstgeschichte entlehnten Kategorisierungen nach „Autor“ (und nicht Autorin), „Œuvre“, „Stil“



Abb. 8: Theodor Mayerhofer, Die Entdecker und Gründer der Photographie, Illustration, Abbildung in: Carl Schiendl, *Geschichte der Photographie*, Wien/Pest/Leipzig 1891, S. 11/12

die Verbindung einzelner komplexer Verfahren und Techniken mit individuellen Akteuren, deren Porträts sich in allen diesen Fotohistoriografien immer wieder finden. (Abb. 8).

Zumeist wurden jene Geschichten der Fotografie von männlichen und für männliche Praktiker verfasst. Eine genauere Analyse der unterschiedlichen Männlichkeitsformen, die jene Geschichtsfassungen vermitteln, wäre sicher lohnenswert: So zum Beispiel die noch ausstehende Untersuchung Hippolyte Bayards und Nicéphore Niépces als „gefallene Helden“ (Abb. 9), deren fotografische Verfahren nicht entsprechend gewürdigt oder durch andere Persönlichkeiten einverleibt wurden (Abb. 10). Auch die Art und Weise, in der abwechselnd der Brite William Henry Fox Talbot und der Franzose Louis Jacques Mandé Daguerre nationalistisch vereinnahmt und degradiert oder heroisiert wurden, ließe sich noch genauer analysieren. Desgleichen die Frage, warum Fotografien und Fotogramme aus dem Umfeld Talbots nur ihm als Autor zugeschrieben wurden – ist in Briefen doch hinreichend dokumentiert, dass unter anderem Talbots Mutter, Elisabeth Theresa Feilding, Fotogramme von spezifischen Objekten anforderte. Sie ist daher



Abb. 9: Gustave Janet, Illustration, Nicéphore Niépce und Louis Jacques Mandé Daguerre, in: *Musée des familles*, Juni 1853, 33/20, S. 265

Abb. 10: Gustave Janet, Illustration, Louis Jacques Mandé Daguerre, in: *Musée des familles*, Juni 1853, 33/20, S. 261

und „Gattung“ erwiesen sich für die nachfolgende Fotografiehistoriografie von entscheidender Bedeutung. Denn damit wurde ein Kanon fotografischer „Meisterwerke“ herausragender, fast ausschließlich männlicher Fotografen-Künstler etabliert.¹⁷ Werke von Frauen, aber auch vernakuläre, also volkstümliche oder anonyme Bilder rückten in dieser kunsthistorisch orientierten Geschichtsschreibung in den Hintergrund. Wie bereits dargelegt, beschränkt sich ein geschlechteranalytischer Blick auf die Historiografie der Fotografie nicht nur auf das Hinzufügen „unbekannter Fotografinnen“ zur Geschichte der Fotografie. Vielmehr sind, analog zur feministischen Kunstgeschichte, die jeweiligen Prämissen und Kanonisierungen grundlegend zu hinterfragen. Nach wie vor gilt es also, jene „blinden Flecken“ der Fotografiegeschichte aufzuspüren und einer feministischen Revision zu unterziehen.

Dame Nature – die zeichnende Mätresse

Ortswechsel, Zeitwechsel: 25. Januar 1839, Ausstellung in der Bibliothek der Royal Institution in London: Neben Aufnahmen mit der Camera obscura wurden relativ rasch fotografische Abdrucke von Blättern und Spitzenmustern zusammengestellt (Abb. 11 und 12). Bei dieser ersten Verfahrensschau

Talbots ging es vor allem darum, diese neue bildgebende Technik einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Der englische Naturforscher und Wissenschaftspopularisierer Michael Faraday eröffnete die Ausstellung mit einer für die Frühzeit der Fotografie paradigmatischen Rede. Nach einer vagen verfahrenstechnischen Beschreibung der Daguerreotypie beendete er seinen Vortrag bezugnehmend auf Talbots photogenische Zeichnungen mit folgenden Worten: „No human hand has hitherto traced such lines as these drawings display; and what man may hereafter do, now that Dame Nature has become his drawing mistress, it is impossible to predict.“¹⁸ Diese Beschreibung der ersten Fotogramme, also kameraloser Fotografien oder wie Talbot sie nennt, *photogenic drawings*, ist in mehrfacher Hinsicht aufschlussreich. Durch den Abgleich der manuell gezeichneten Linie mit Talbots photogenischen Lichtbildern wird das neue Verfahren gleichsam an die dem Publikum bekannte Technik der Zeichenkunst angebunden und zugleich als technischer Fortschritt präsentiert. Im zweiten Teil der Ansprache Faradays wird das Konzept der Natur in mehrfacher Weise aufgefächert. Ein generisches Maskulinum, nämlich „man“, wird in Beziehung zu einer als „Dame Nature“ klassifizierten und geschlechtsspezifisch kodierten weiblichen Natur gesetzt. Hinter dem – vermeintlich eine neutrale Allgemeinheit adressierenden – Wort „man“ verbirgt sich in diesem Kontext ein männlich gedachtes normatives Konzept. Im Rahmen des wissenschaftlichen Settings ist damit implizit die Figur des Wissenschaftlers adressiert, der sich die Natur nach seinen Maßgaben zu nutzen wusste. Aufgeladen wird dieser Vergleich durch eine sexuell konnotierte Metaphorik, die in dieser Lesart zwischen einem aktiven männlichen Subjekt und einem passiven weiblichen Objekt – der zeichnenden Mätresse Natur – unterscheidet. In Bezug auf die Technik des Fotogramms bedeutet die Vergeschlechtlichung der Natur und ihre Determination als „Dame Nature“ und „drawing mistress“ aber auch, dass die zwei Gegenpole Natur und Kultur miteinander in Konkurrenz gesetzt wurden. Eine weibliche Zeichenmeisterin handelt nach den Zielvorgaben eines männlichen Wissenschaftlers, der sich ihrer bedient. Von dieser stereotypen Auffassung des Weiblichen konnten männliche Eigenschaften wie Genialität oder Schöpferkraft abgesetzt werden. Insofern wird aus dieser Subordination der Natur unter das Regelwerk der Kultur ein hierarchisches Gefälle innerhalb der damaligen Geschlechterordnung deutlich.

Die Frau als Figur der Einfachheit

Womit wir zum Beginn meiner Ausführungen zurückgelangen: Bereits kurz nachdem Talbot seine fotografischen Verfahren der Öffentlichkeit präsentiert hatte, kamen erste Versuche auf, die Technik der kameralosen Fotografie zu kommerzialisieren. So entwickelte das auf den Verkauf von Kunstbedarf spe-



Abb. 11: William Henry Fox Talbot, Fenchelzweig, Photogenic Drawing Negativ, 1839, British Library, Talbot Collection, LA2106



Abb. 12: William Henry Fox Talbot, Spitzenmuster auf schwarzem Papier, Photogenic Drawing Negativ, 1835, Photographic History Collection, Smithsonian's National Museum of American History, 1995.206.39

zialisierte Unternehmen Ackermann & Co. in London eine käuflich erwerbbar Box, in der alle für die Herstellung von Fotogrammen notwendigen Materialien und Chemikalien enthalten waren. Begleitet wurde dieses unter dem Namen „Ackermann's Photogenic Drawing Box“ vertriebene Set von einer Anleitung und Vorlagenmaterial (Abb. 13 und 14). Ähnlich wie

destotrotz wurden kameralose Verfahren inner- wie außerhalb des Wissenschaftsfeldes wiederholt „vergeschlechtlicht“ und somit gegenüber kamerabasierten Verfahren devalorisiert. Fotogramme standen für das „Andere“, jenseits der Fotografie.

Wie hier in Kürze dargelegt, kann und darf sich eine Geschlechterforschung in der Fotografiewis-

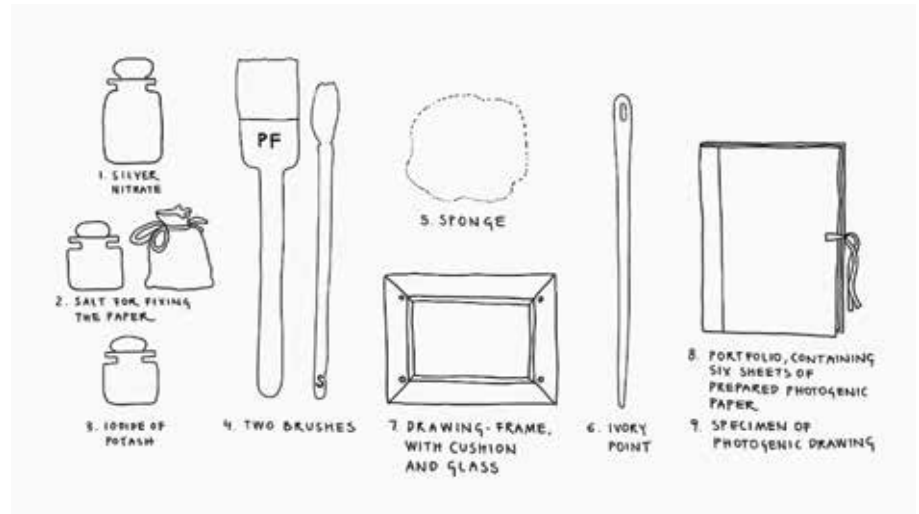


Abb. 13: Aquarellbox Ackermann London, undatiert, Privatsammlung

Abb. 14: Schematische Rekonstruktion des Boxinhaltes, Beilage zu: Ackermann's Photogenic Drawing Box, Illustration: Helga Aichmaier

im Falle der Kodak-Kamera handelte es sich hier um einen ersten Versuch, dieses neue Verfahren zu simplifizieren, indem alle notwendigen Materialien in einer Box vertrieben wurden. Um die Klientel auf ihre Innovation aufmerksam zu machen, schaltete Ackermann & Co folgendes Inserat: „Ackermann's Photogenic Drawing-Box, for copying objects by means of the Sun, containing the various requisites and instructions for carrying out this most important and useful discovery; particularly recommended to Botanists, Entomologists, and the scientific; sufficiently clear to enable Ladies to practice this pleasing Art.“¹⁹

Laut dieser Anzeige richtete sich die Drawing Box zwar an Vertreter verschiedener Wissenschaften, doch lag der Fokus auf ihrer Einfachheit und Verständlichkeit, da es sogar „Damen möglich sei, diese neue Kunstform auszuüben“. Durch diese geschlechtsspezifische Verknüpfung der Frau mit Einfachheit wird ein sozial gefestigtes Technikverständnis aufgerufen, das eine männliche Technikdominanz gegen eine vermeintlich weibliche Technikdistanz setzt.

Durch die Zusammenstellung der notwendigen Tools leistete Ackermann & Co jedoch einen ersten Beitrag zur Benutzerfreundlichkeit im Feld der Fotografie. Mit der tragbaren Box, der Bereitstellung chemischer Substanzen und Materialien zur Ausführung der photogenischen Zeichenkunst zielte die Londoner Kunstbedarfshandlung auf die breitenwirksame Vermarktung und potenzielle Standardisierung jenes Verfahrens ab. Die geschlechtsspezifisch aufgeladene Verkaufsrhetorik sowie die Ausgestaltung der Box, die an Aquarell- oder Experimentierkästen erinnert, half dabei, die kameralose Fotografie aus ihrem wissenschaftlichen Kontext zu lösen und für Benutzerinnen zugänglich zu machen. Nichts-

senschaft nicht auf das Hinzufügen marginalisierter Fotografinnen zum bestehenden Kanon beschränken – damit meine ich jene Überblicksdarstellungen der Fotoghistoriografie und -technik, die sich nach wie vor an technikdeterministischen, männlich codierten Geschichtsfassungen orientieren. Vielmehr muss den Prämissen und Leerstellen innerhalb einer an Technik- und Kunstgeschichte orientierten Fotografiehistoriografie kritisch nachgegangen werden, um ein neues, inklusives Bild der Geschichte der Fotografie zu entwerfen.

- 1 Anja Zimmermann (Hg.), *Kunstgeschichte und Gender. Eine Einführung*, Berlin 2006.
- 2 Horst Bredekamp, Vera Dünkel, Birgit Schneider (Hg.), *Das technische Bild, Kompendium zu einer Stilgeschichte wissenschaftlicher Bilder*, Berlin 2008.
- 3 Zu Männlichkeitsforschung, Fotografie und Whiteness siehe bspw. Emma Lewis, *Photography – A Feminist History. How Women Shaped the Art*, London 2021; Richard Dyer, *White*, London/ New York 1997.
- 4 Abigail Solomon-Godeau, Fotografie und Feminismus, oder: Noch einmal wird der Gans der Hals umgedreht, in: *Fotogeschichte*, Heft 63, 1997, S. 45–50.
- 5 Martina Heßler, Das Öffnen der black box. Perspektiven der Geschlechterforschung auf Technikgeschichte, in: Daniela Döring/ Hannah Fitsch (Hg.), *Gender, Technik, Museum. Strategien für eine Geschlechtergerechte Museumspraxis*, Berlin 2016, S. 21–37. Judy Wajcman, *Technik und Geschlecht. Die feministische Technikdebatte*, Frankfurt am Main 1994.
- 6 Im deutschsprachigen Raum finden sich Lehrstühle zur Geschichte und Theorie der Fotografie nur in Deutschland (Essen, Köln) und der Schweiz (Zürich).
- 7 Linda Nochlin, Why Have There Been No Great Women Artists?, in: *ARTnews*, 1971/69, S. 22–39, 67–71.
- 8 Einen ersten Ansatzpunkt dazu: Katharina Steidl (Hg.), *Wozu Gender? Geschlechtertheoretische Ansätze in der Fotografie, Fotogeschichte. Beiträge zur Geschichte und Ästhetik der Fotografie*, Bd. 155/40, 2020.
- 9 Beate Hausbichler, *Der verkaufte Feminismus. Wie aus einer politischen Bewegung ein profitables Label wurde*, Salzburg 2021; zu Katie Martell, siehe: www.katie-martell.com
- 10 Im Fall von Eastmans Kodak Kamera von 1888 handelt es sich im eigentlichen Sinn nicht um ein „one button Prinzip“, da das Verfahren mehrere Arbeitsschritte umfasst: so bspw. das Einlegen der fotografischen Spule, woraufhin ein „pull the cord“, „turn the key“ und „press the button“ folgt.
- 11 Das Prinzip der Selbsterstellung automatischer fotografischer Abbilder wurde historisch gesehen auch durch die gleichzeitig (1888/89) entwickelten Fotoautomaten realisiert.
- 12 Andreas Fickers: Design als „mediating inter-face“. Zur Zeugen- und Zeichenhaftigkeit des Radioapparates, in: *Berichte zur Wissenschaftsgeschichte*, Jg. 30, Bd. 3, 2007, S. 199–213.
- 13 Lorna Roth, Looking at Shirley, the Ultimate Norm: Colour Balance, Image Technologies, and Cognitive Equity, in: *Canadian Journal of Communication*, Bd. 34/2009, S. 111–136.
- 14 Ulrike Matzer, Unsichtbare Frauen. Fotografie/Geschlecht/Geschichte, in: *Fotogeschichte*, Bd. 124, 2012, S. 29–36; Katharina Steidl, *Am Rande der Fotografie. Eine Medialitätsgeschichte des Fotogramms im 19. Jahrhundert*, Berlin/Boston 2019.
- 15 Siehe dazu den online verfügbaren Briefverkehr: <https://talbot.bodleian.ox.ac.uk>
- 16 Beaumont Newhall (Hg.), *Photography. 1839–1937*, Ausst.-Kat. Museum of Modern Art New York, New York 1937.
- 17 Siehe dazu: Zimmermann 2006.
- 18 Anonym, Royal Institution, in: *The Literary Gazette and Journal of the Belles Lettres, Arts, Sciences, &c.*, Nr. 1150, 2. Februar 1839, S. 74–75, hier S. 75. Zur Geschichte des Fotogramms siehe: Steidl 2019.
- 19 Publiziert in: *The Literary Gazette and Journal of Belles Lettres, Arts, Sciences, &c.*, 6. April 1839, S. 2.