

Aus:

PATRICIA GOZALBEZ CANTÓ

Fotografische Inszenierungen von Weiblichkeit

Massenmediale und künstlerische Frauenbilder
der 1920er und 1930er Jahre in Deutschland
und Spanien

September 2012, 418 Seiten, kart., zahlr. Abb., 39,80 €, ISBN 978-3-8376-1948-5

In den deutschen und spanischen Zeitschriften der 1920er und 1930er Jahre wurden vermehrt Weiblichkeitstypologien lanciert. Welche waren das? Und wie reagierten damalige Künstlerinnen in ihren Produktionen auf diese massenmedialen Inszenierungen von Weiblichkeit?

Aus einer genderspezifischen Perspektive heraus nimmt Patricia Gozalbez Cantó zahlreiche Bildanalysen vor und zeichnet die Reaktionen in den Selbstdarstellungen der deutschen und spanischen Künstlerinnen-Avantgarde der Zeit nach: eine Dokumentation des Übergangs von traditionellen zu modernen Weiblichkeitsbildern in einer historischen Phase großer Umbrüche und der damit verbundenen Ambivalenzen.

Patricia Gozalbez Cantó (Dr. phil.) hat Kunst/Kunstpädagogik, Erziehungswissenschaft und Fotojournalismus in Osnabrück und Barcelona studiert und im Bereich der pädagogischen Frauen- und Geschlechterforschung promoviert.

Weitere Informationen und Bestellung unter:

www.transcript-verlag.de/ts1948/ts1948.php

Inhalt

Danksagung | 9

1 Einleitung | 11

- 1.1 (Geschlechter-)Bilder als Quellen in der Erziehungswissenschaft | 15
- 1.2 Untersuchungsvorhaben und Forschungsfragen | 19
- 1.3 Ausgewähltes Quellenmaterial | 24
- 1.4 Theoretische Verortung | 33
 - 1.4.1 Sozialkonstruktivismus | 33
 - 1.4.2 ‚Sex‘ und ‚gender‘ | 35
 - 1.4.3 Das Konzept des ‚doing gender‘ | 39
 - 1.4.4 Geschlechtsspezifische Körpersprache | 43

2 Überlegungen zur Analyse fotografischer Bilder | 52

- 2.1 Das (fotografische) Bild als historische Quelle | 52
- 2.2 Fotografie und Wirklichkeit | 56
- 2.3 Fotografie und Kunst | 62
- 2.4 ‚Inszenierte Fotografie‘ und fotografische Pose | 63
- 2.5 Die ikonographisch-ikonologische Methode der Bildanalyse | 67

3 Massenmediale Weiblichkeitsbilder der 1920er und 1930er Jahre | 76

- 3.1 Weiblichkeit und Modernität:
 - Zum Phänomen der Neuen Frau bzw. Nueva Mujer | 76
 - 3.1.1 Ursprung des Phänomens Neue Frau in Deutschland | 77
 - 3.1.2 Ursprung des Phänomens Nueva Mujer in Spanien | 79
 - 3.1.3 Bedeutungswandel des Phänomens Neue Frau bzw. Nueva Mujer in den 1920er und 1930er Jahren | 81
 - 3.1.4 Der Zusammenhang zwischen technischen Neuerungen und der Verbreitung des Phänomens Neue Frau bzw. Nueva Mujer | 83
 - 3.1.5 Die Neue Frau bzw. Nueva Mujer und das fotografische Medium | 84
 - 3.1.6 Fotografische Inszenierungen der Neuen Frau bzw. Nueva Mujer als Leitbilder | 86

- 3.2 Vorbilder & Ikonen: Weibliche (Hollywood-)Filmstars | 87
 - 3.2.1 Manipulation der Starbilder durch Retuscheverfahren | 90
 - 3.2.2 Weibliche Filmstars und die fotografische Pose | 91
 - 3.2.3 Die Filmdiva als besondere Ausprägung des Stars | 94
 - 3.2.4 Zur Funktion der Star- bzw. Divenbilder | 96
 - 3.2.5 Exemplarische Analysen einiger Divenporträts:
Marlene Dietrich, Greta Garbo und Conchita Montenegro | 101
 - 3.2.6 Exkurs: Frauen vor und hinter der Kamera | 109

- 3.3 Vermännlicht und provokant:
 - Visuelle Repräsentationen der Garçonne | 116
 - 3.3.1 Die Garçonne als literarische Figur
und als Bild in den Medien | 116
 - 3.3.2 Die Verwischung von Geschlechtergrenzen:
Die Garçonne als androgynes Wesen | 118
 - 3.3.3 Die Garçonne okkupiert den (Bild-)Raum | 126
 - 3.3.4 Die Garçonne im Frack | 133
 - 3.3.5 Zur Vermengung von Männlichkeits-
und Weiblichkeitsmarkern | 137

- 3.4 Modisch und sportlich:
 - Das Girl in der illustrierten Presse | 139
 - 3.4.1 Einzelaufnahmen des Girls | 143
 - 3.4.2 Die Revue-Girls als Massenkörper | 150
 - 3.4.3 Les Girls de la Pauleta | 158
 - 3.4.4 Girl-Repräsentationen als Einzel-
und als Massenphänomen | 163

- 3.5 Naiv und verführerisch: Zum Typus der Kindfrau | 164
 - 3.5.1 Exkurs: Physiognomische Ansätze | 166
 - 3.5.2 Die Kindfrau als Unschuldengel | 170
 - 3.5.3 Die Kindfrau zwischen Heiliger und Hure | 173
 - 3.5.4 Die Kindfrau und Selbstberührung | 177
 - 3.5.5 Infantilisierung durch Kleidung | 180
 - 3.5.6 Infantilisierung durch Objekte | 183

- 3.6 Traditionelle Rollen im neuen Gewand:
 - Mutterschaft, Vaterschaft und Familie | 188
 - 3.6.1 Aristokratische und bürgerliche Mütter | 190

- 3.6.2 Mütter auf dem Land | 198
- 3.6.3 Exotische Mütter | 201
- 3.6.4 Die Familie | 204
- 3.6.5 Der Vater | 208
- 3.6.6 Mutter – Vater – Kind | 211

- 3.7 Diszipliniert und kämpferisch: Neue Frauen und der Sport | 213
 - 3.7.1 Befürworter und Gegner des Frauen-(Wettkampf-)Sports | 216
 - 3.7.2 Moderne Frauen und die sportliche Betätigung am Strand | 222
 - 3.7.3 Schwimmen – „der am besten für Damen geeignete Sport“ | 228
 - 3.7.4 ‚Undamenhafte‘ Sportarten | 233
 - 3.7.5 Freizeitsport für bürgerliche und aristokratische Frauen | 237

- 3.8 Emotional und expressiv: Tänzerinnen als Körperkünstlerinnen | 243
 - 3.8.1 Die Entwicklung des Neuen Tanzes/Ausdruckstanzes | 244
 - 3.8.2 Klassisches Ballett versus Neuer Tanz/Ausdruckstanz | 248
 - 3.8.3 Moderne Tänzerinnen im Ausdruckstanz | 251
 - 3.8.4 Weiblichkeitsentwürfe im klassischen Ballett | 258
 - 3.8.5 Spanische Tänzerinnen | 261
 - 3.8.6 Geschlechterbeziehungen im Tanz | 270

- 3.9 Typisch deutsch – typisch spanisch?
 - Die ‚rassige‘ Spanierin und die ungeschminkte Deutsche | 277

- 3.10 Zusammenfassung | 285

4 Künstlerische Selbstinszenierungen | 299

- 4.1 Fotografie und Fotografinnen in Spanien:
 - Ausgangslage und Einflüsse | 301

- 4.2 Avantgarde-Künstlerinnen und das Experiment mit dem Selbst | 304

- 4.3 Marta Astfalck-Vietz | 309
 - 4.3.1 Kurzbiographie | 309
 - 4.3.2 Alles in einer Person:
 - Marta Astfalck-Vietz’ multiple Identitäten | 311

- 4.4 Gertrud Arndt | 324
 - 4.4.1 Kurzbiographie | 324
 - 4.4.2 Die Auflösung einer ‚genuin‘ weiblichen Ikonographie:
Zur expressionistischen Selbstdarstellung Gertrud Arndts | 326

- 4.5 Remedios Varo | 338
 - 4.5.1 Kurzbiographie | 338
 - 4.5.2 Collage als Mittel der Geschlechter-Verschmelzung:
Die surrealistischen Geschlechterentwürfe
von Remedios Varo | 340

- 4.6 Maruja Mallo | 355
 - 4.6.1 Kurzbiographie | 355
 - 4.6.2 Demonstration einer autarken Künstlerinnen-Identität:
Maruja Mallos moderne Weiblichkeit | 357

- 4.7 Vergleich der Künstlerinnen und ihrer
fotografischen Strategien | 369

- 5 Schlussbetrachtung | 377**

- 6 Literaturverzeichnis | 393**

1 Einleitung

Bei der Durchsicht deutscher und spanischer illustrierter Zeitschriften der 1920er und 1930er Jahre fällt auf, dass in den Magazinen eine Fülle von Frauenfotos publiziert wurden, die vor allem den Typus der Neuen Frau (in Spanien: *Neuva Mujer*) repräsentieren. Dieser war in den Massenmedien jener Zeit und im öffentlichen Bild derart präsent, dass er als ein Emblem der Epoche in die Geschichte einging. Häufig wird die Neue Frau aus heutiger Perspektive als emanzipierter Typus beschrieben, der unabhängig durchs Leben ging und meist einen Beruf ausübte. Diese Vorstellung führt bei oberflächlicher Betrachtung zu einem romantisierten bzw. idealisierten Bild der Neuen Frau, das mit Fortschritt und Modernität gleichgesetzt wird. Vor allem die Befreiung aus engen Rollenmustern und eine gleichberechtigte Stellung der Frauen innerhalb der Gesellschaft wurden eng mit dem Konzept der Neuen Frau in Verbindung gebracht. Der Transfer des Modells in die visuellen Medien führte aber zu einer Reduktion und Fixierung des Typus auf wenige, ikonographisch aussagekräftige Merkmale. Mit den Bildern der Neuen Frau wurde vor allem suggeriert, dass sich eine weibliche Emanzipation in verschiedenen Lebensbereichen bereits vollzogen hatte, obwohl dies nur für einen kleinen Teil der Frauen aus höheren Gesellschaftsschichten zutraf.

In der vorliegenden Untersuchung soll der Fokus auf fotografische Frauenbilder gesetzt werden. Dabei wird der Frage nachgegangen, wie der Typus der Neuen Frau in den Zeitschriften und Magazinen der 1920er und 1930er Jahre in Deutschland und Spanien auf visueller Ebene hergestellt und mit welchen anderen Frauentypen er kontrastiert wurde. Auffällig ist in diesem Zusammenhang, dass moderne Frauentypen in den Blättern häufig mit traditionellen Weiblichkeitsentwürfen in Beziehung gesetzt wurden, so dass die Kontrastierung auch wie ein erhobener Zeigefinger interpretiert werden kann. Zwar sollten mittels des Bildes der Neuen Frau alternative weibliche Lebensentwürfe visualisiert werden, gleichzeitig wurde mit klassischen Weiblichkeitsdarstellungen aber davor gewarnt, sich allzu früh von altbekannten Geschlechterbildern zu verabschieden. In diesem Zusammenhang muss berücksichtigt werden, dass die Neue Frau nicht nur als Repräsentantin des Modernen

auftrat, sondern auch mit einem liberalen Sexualverhalten in Verbindung gebracht wurde¹ und damit die traditionelle Geschlechterordnung grundlegend ins Wanken brachte. Auf ikonographischer Ebene erschienen unterschiedliche Ausprägungen des Typus Neue Frau, die z.T. mit ambivalenten Merkmalen versehen wurden und die Protagonistinnen als ‚Frauen im Übergang‘ kennzeichneten. Eine Ambivalenz in Bezug auf den Typus Neue Frau lässt sich auch insofern festmachen, als die Bilder in den Printmedien zwar einerseits als Nachweis für ein verändertes weibliches Selbstverständnis vorgeführt wurden, die Protagonistinnen aber andererseits nicht immer in einem positiven Licht erschienen. Dies konnte z.T. an den ironischen Bildunterschriften ausgemacht werden, die deutliche Vorbehalte gegen den neuen Frauentypus erkennen ließen. Es wird zu klären sein, ob die Bilder der Neuen Frau tatsächlich so modern waren, wie sie vorgaben, und welche Funktion sie im damaligen Gesellschaftskontext einnahmen. Da vornehmlich fotografische Bilder im Zentrum der Studie stehen, sollen diese mittels detaillierter Bildanalysen untersucht werden. Für die Analysen und Bildinterpretationen finden insbesondere körper-sprachliche Studien Berücksichtigung, die auch Aufschluss über mögliche Machtverhältnisse zwischen den Geschlechtern geben sollen. Anhand eines Vergleichs deutscher und spanischer illustrierter Magazine der 1920er und 1930er Jahre soll nachvollzogen werden, inwiefern sich die visuellen Ausprägungen der Neuen Frau auch als ‚universelle‘ Bilder erwiesen, die in ähnlichen politischen Zeiten (hier in den Republikphasen in Deutschland und Spanien) in beiden Ländern über die Massenmedien in Umlauf gesetzt wurden. Abgesehen davon werden in der Gegenüberstellung auch kulturspezifische Besonderheiten in Bezug auf die Inszenierung von Weiblichkeit sichtbar gemacht, die auf kulturelle Traditionen verweisen.

Da der damalige Medienbetrieb vornehmlich männlich dominiert war, gehe ich in der vorliegenden Studie davon aus, dass die untersuchten fotografischen Frauenbilder aus den Printmedien hauptsächlich einen ‚männlichen Blick‘ auf den weiblichen Körper repräsentieren. Um auch ‚weibliche Perspektiven‘ bzw. alternative Bilder zu den massenmedialen Inszenierungen zu berücksichtigen, werden in einem weiteren Teil der Untersuchung künstlerische Weiblichkeitsbilder damaliger Avantgarde-Künstlerinnen analysiert und mit den massenmedialen Bildern in Beziehung gesetzt. Hier greife ich auf die fotografischen Selbstinszenierungen von Marta Astfalck-Vietz, Gertrud Arndt, Remedios Varo und Maruja Mallo zurück. Als Zeitzeuginnen waren sie der starken visuellen Präsenz massenmedialer Weiblichkeitsbilder ausgesetzt, was sich u.a. deutlich in ihren künstlerischen Produktionen widerspiegelt. Zum Teil wurden Weiblichkeitstypen aus den Medien aufgegriffen und modi-

1 Vgl. u.a. den Typus der *Garçonne*, wie er von Victor Margueritte in seinem Erfolgsroman *La Garçonne* beschrieben wurde (vgl. Margueritte 1922).

fiziert. Die künstlerischen Selbstbilder können dabei als Reaktionen auf die massenmedialen Weiblichkeitsinszenierungen interpretiert werden. Interessant ist vor allem, welche Bilder aus den Massenmedien aufgegriffen und von den Künstlerinnen auf formal-ästhetischer Ebene verändert wurden. Auch die fotografischen Techniken und künstlerischen Strategien rücken an dieser Stelle in den Mittelpunkt. Denn zu berücksichtigen ist, dass der Gebrauch bestimmter fotografischer Techniken (u.a. Fotocollage) bereits eine Interpretation der massenmedialen Weiblichkeitsbilder bzw. eine ironische Distanzierung zu den ‚Vorbildern‘ aus den Medien bedeuten konnte. Eine Gegenüberstellung von medialen und künstlerisch-avantgardistischen Bildern ist im Kontext der vorliegenden Untersuchung auch insofern aufschlussreich, als sie einen differenzierteren Blick auf Weiblichkeitsinszenierungen der damaligen Zeit erlaubt und unterschiedliche Perspektiven herausstellt. Mit den künstlerischen Bildern werden facettenreichere Weiblichkeitsbilder zur Verfügung gestellt, die auch Gegenpositionen zu den oft stereotypen Geschlechterbildern aus den Medien liefern.

In Bezug auf das Fotografieverständnis und die Wirkmacht fotografischer Bilder im Kontext der 1920er und 1930er Jahre muss darauf hingewiesen werden, dass die Fotografie damals zumeist als Medium verstanden wurde, das scheinbar unverfälscht die empirische Realität widerspiegelte. Mit Hilfe diverser technischer Neuerungen im Druckverfahren und einer systematischen Verbreitung bestimmter Frauenbilder in den Printmedien konnten neue visuelle ‚Wahrheiten‘ in Bezug auf Weiblichkeitsvorstellungen und weibliche Lebensentwürfe produziert werden. Die Fotografien der Neuen Frau dienten in diesem Zusammenhang auch als Leitbilder, mit denen sich damalige Betrachterinnen vergleichen konnten. Beispielsweise eröffneten die Darstellungen junger Film- und Bühnenstars aus den Magazinen häufig einen Einblick in eine glamouröse Luxuswelt, die für viele junge Frauen erstrebenswert schien. Damit lässt sich auch erklären, weshalb etliche Artikel in deutschen und spanischen Zeitschriften erschienen, in denen junge ‚Mauerblümchen‘ zu Stars modelliert wurden, die ein luxuriöses und sorgenfreies Leben präsentierten.² Es wurde suggeriert, dass ein sozialer Aufstieg vom persönlichen Engagement und Fleiß eines jeden Einzelnen abhängig war. Somit trugen die fotografischen Bilder dazu bei, ein bestimmtes Begehren zu wecken. Eine optische Anlehnung an den Typus der Neuen Frau schien dabei insofern erstrebenswert, als dieser für einen Aufbruch in ein modernes Zeitalter stand und gesellschaftlichen Erfolg in Aussicht stellte. Gleichzeitig ging aus einigen literarischen Werken der Zeit hervor, dass das moderne Leben für Frauen aber auch ein hohes Risiko barg. Zum Beispiel konnten

2 Vgl. auch Kapitel 3.2.

einige moderne Protagonistinnen aus damaligen Romanen³ zwar für eine kurze Zeit innovative Ideen realisieren und aus herkömmlichen Rollenmustern ausbrechen, sie stellten dann aber häufig fest, dass sie die erkämpfte Freiheit teuer bezahlen mussten, da sich die gesellschaftlichen Strukturen nicht in der gleichen Geschwindigkeit veränderten wie die medial vermittelten Weiblichkeitsbilder. Hier schien noch eine große Diskrepanz zwischen den medial vermittelten Repräsentationen und den tatsächlichen Lebenssituationen von Frauen zu bestehen. Die Bilder der Künstlerinnen sind im Vergleich zu den massenmedialen Darstellungen insofern aufschlussreich, als sie auf die Stereotypisierungen der medial vermittelten Geschlechterbilder aufmerksam machen und z.T. alternative Weiblichkeits- bzw. Geschlechterkonzepte präsentieren.

Im ersten Kapitel der vorliegenden Arbeit wird einleitend ein Überblick über Untersuchungen zu visuellen (Geschlechter-)Bildern in erziehungs- und medienwissenschaftlichen Kontexten gegeben. Ferner rücken die untersuchten Quellen und die Forschungsfragen in den Mittelpunkt des Interesses. Zudem wird eine theoretische Verortung vorgenommen, um u.a. das Konzept des ‚doing gender‘ zu präsentieren. Auch körpersprachliche Studien finden an dieser Stelle Beachtung, da sie für die späteren Bildanalysen eine zentrale Rolle spielen. Da ausschließlich fotografische Quellen untersucht werden, gibt das zweite Kapitel Aufschluss über die besonderen Eigenschaften des Mediums Fotografie und seine spezifischen Begriffe und Diskurse aus historischer und aktueller Perspektive. Hier folgt auch eine ausführliche Präsentation der methodischen Herangehensweise für die Bildanalysen. Die Arbeit mit Bildern als Quellen warf zudem grundlegende Fragen auf, die im Verlauf des ersten und zweiten Kapitels behandelt werden, z.B.: Wie lassen sich Bilder aus erziehungswissenschaftlicher Perspektive bzw. aus Sicht der pädagogischen Frauen- und Geschlechterforschung interpretieren? Welche Anknüpfungspunkte bieten hier die einschlägigen bildwissenschaftlichen Disziplinen wie die Kunstwissenschaft? Was ist das Spezifische an fotografischen Bildern bzw. wo liegen ihre besonderen Stärken im Unterschied zu Textquellen? In Kapitel 3 werden die eigentlichen Bildanalysen der massenmedialen Weiblichkeitsdarstellungen vorgenommen. Dabei ist der Blick vornehmlich auf solche Bilder gerichtet, die sich in der massenmedialen Landschaft durchsetzten und starke Verbreitung fanden. In diesem Zusammenhang konnten sieben prägnante Kategorien herausgearbeitet werden (der Hollywood-Filmstar, die Garçonne, das Girl, die Kindfrau, die Mutter, die Sportlerin und die Tänzerin), zu denen in den jeweiligen Unterkapiteln exemplarische Bildanalysen vorgenommen werden. Im vierten Kapitel rücken die fotografischen Selbstporträts

3 Vgl. u.a. die Protagonistinnen aus Victor Marguerittes Roman *La Garçonne* (1922) oder Irmgard Keuns *Das kunstseidene Mädchen* (1932).

der Avantgarde-Künstlerinnen Marta Astfalck-Vietz, Gertrud Arndt, Remedios Varo und Maruja Mallo in den Mittelpunkt. Auch an dieser Stelle werden detaillierte Bildanalysen erstellt. Das fünfte und letzte Kapitel vergleicht schließlich die massenmedialen Weiblichkeits- bzw. Geschlechterbilder und die avantgardistischen Selbstinszenierungen der Künstlerinnen.

1.1 (GESCHLECHTER-)BILDER ALS QUELLEN IN DER ERZIEHUNGSWISSENSCHAFT

Massenmediale Bilder bzw. Fotografien nehmen heute einen hohen Stellenwert in unserem Alltagsleben ein und haben den Blick auf unterschiedliche Lebenswelten und auf das eigene Körperverständnis stark geprägt. Unsere kulturellen und gesellschaftlichen Erfahrungen sind immer deutlicher mit Medienbildern verknüpft, weshalb ihnen eine zunehmende Wirkungsmacht eingeräumt wird. Der Medienpädagogin Dagmar Beinzger zufolge sind Medienbilder als „Vermittler einer symbolischen Ordnung an der Herstellung bzw. Fixierung gesellschaftlicher Verhältnisse beteiligt“ (Beinzger 1999: 201). Auch der Erziehungswissenschaftler Burkhard Fuhs betont: „Fotos sind allgegenwärtig, sie dekorieren die Innen- und Außenräume und transportieren als Botschaften zentrale Werte unserer Gesellschaft.“ (Fuhs 2003: 47) Medial vermittelte Geschlechterbilder können beispielsweise die Selbstwahrnehmung bzw. die eigene Identitätsbildung tiefgreifend beeinflussen. Als Vorbilder haben sie einen orientierenden Charakter und spielen eine wichtige Rolle im Sozialisationsprozess. Diesbezüglich expliziert Beinzger: „Sie [die Bilder, Anm. der Autorin] verbreiten und verfestigen gesellschaftlich geprägte und akzeptierte Vorstellungen, Bewertungen und Leitbilder und sind damit nicht nur an der Sozialisation von Kindern und Jugendlichen, sondern auch an einer permanenten ‚Erziehung‘ von Erwachsenen beteiligt.“ (Beinzger 1999: 202) Folglich gewinnen medial vermittelte Geschlechterbilder durch ihre massenhafte Verbreitung eine zentrale Bedeutung, wenn es um die Verinnerlichung und Fixierung konventionalisierter Vorstellungen von Weiblichkeit und Männlichkeit geht. Repräsentationskritische Ansätze in der feministischen Medienforschung befassen sich vornehmlich mit der Darstellung von Frauen in den Massenmedien (Werbung, Mode etc.). Diese Ansätze, so die Medientheoretikerinnen Marie-Luise Angerer und Johanna Dorer, gingen vor allem davon aus, dass „Medienrealität [...] als eine männlich konstruierte angenommen“ werde, welche Weiblichkeitsdarstellungen verzerre bzw. idealisiert darstelle (Angerer/Dorer 1994: 20). Zudem folge man der Überlegung, dass „den Me-

dien [...] entweder eine sozialisierende Funktion, eine Lern- und Nachahmungsfunktion oder eine, die vorherrschende Ordnung stabilisierende Funktion (Rückzug der Frauen aus der Öffentlichkeit in die Familie) zugeschrieben“ werde (ebd.). In der vorliegenden Studie könnten die massenhaft verbreiteten Bilder der Neuen Frau in den Printmedien auch als Bewältigungsangebot (hinsichtlich der veränderten Möglichkeiten) für damalige Frauen verstanden werden. Denn die Fotografien zeigten einerseits bereits möglich gewordene weibliche Lebensentwürfe auf, andererseits konnten diese nur von wenigen Frauen tatsächlich realisiert werden, so dass eine Diskrepanz zwischen erblickten Möglichkeiten und der Nicht-Lebbarkeit dieser Lebensmodelle entstand.

Ursprünglich nahmen Bilder als Quellen in sozial- und geisteswissenschaftlichen Forschungszusammenhängen eine marginale Bedeutung ein (vgl. Fuhs 2003: 37) und dienten häufig nur dazu, Texte zu illustrieren. Sie wurden aber nicht als autonome, für sich selbst stehende Quellen gesehen, die eine eigene, textunabhängige Ausdrucksform vorzuweisen hatten. Demgegenüber stehen die Aussagen von Hanno Schmitt, Jörg-W. Link und Frank Tosch, die erklären: „Bildliche Quellen ergänzen keineswegs nur sprachliche Überlieferung, sondern sie eröffnen als originäre Quellengattung einen spezifischen und eigenständigen Zugang zur Erforschung der Vergangenheit.“ (Schmitt/Link/Tosch 1997: 7) In den letzten Jahren ist innerhalb der Erziehungswissenschaft ein wachsendes Interesse an (fotografischen) Bildern als Quellenmaterial zu verzeichnen.⁴ Dies ist nach der logozentrischen Fokussierung qualitativer Methoden bzw. nach der Vorherrschaft textinterpretativer Verfahren ein wichtiger Schritt, der alltäglichen Bilderflut zu begegnen und auch historisches Bildmaterial erziehungswissenschaftlich aufzuarbeiten. Der sich immer schneller vollziehende Übergang in eine Gesellschaft der Bilder lässt die Notwendigkeit einer Bildkritik immer dringlicher erscheinen. Ralf Bohnsack beschreibt die Bedeutung des Bildmediums wie folgt: „Bilder stellen auf einer ganz elementaren Ebene der alltäglichen Verständigung und des Lernens, der Sozialisation und der Bildung – auch außerhalb der Massenmedien – ein zentrales Medium der Verständigung dar.“ (Bohnsack 2003: 240) Auch Klaus Mollenhauer, der sich als einer der ersten Erziehungswissenschaftler eingehend mit Bildquellen (u.a. Kinderzeichnungen und künstlerischen Selbstporträts) auseinandersetzte, nennt drei zentrale Grün-

4 Mit dem *pictorial turn* rückte William J.T. Mitchell im Jahre 1992 das Bild in den Forschungsmittelpunkt. Mit dieser ikonischen Wendung wurde auch zunehmend der strukturierende Charakter des Bildes registriert und anerkannt. Die Hinwendung zum Bild zog sich seitdem durch verschiedene Fachgebiete und mündet heute in der Forderung eines eigenständigen, interdisziplinären Gebietes: der Bildwissenschaft (vgl. in diesem Zusammenhang Sachs-Hombach, 2004).

de für den Einsatz von Bildern in erziehungswissenschaftlichen Forschungszusammenhängen:

„[E]s gibt keine Kultur, in der die Menschen ihre Weltsicht nicht auch in Bildern zum Ausdruck brachten; in Bildern kann ein anderer Sinn verschlüsselt sein als in den oralen oder schriftlichen Beständen; in unserer Gegenwart scheinen die visuell-artifiziellen Ereignisse derart zuzunehmen, daß sie zu einem immer gewichtigeren Bestandteil unserer kulturellen Erfahrung und Selbstausslegung werden. Es liegt deshalb nahe, solche Materialien auf das hin zu untersuchen, was sie zu unserem erziehungswissenschaftlichen Wissen beizutragen vermögen.“ (Mollenhauer 1997: 247)

In Bezug auf die Aussagekraft und Bedeutung von Bildern im kulturhistorischen Kontext erklärt Mollenhauer weiter:

„Bilder sind zwar einerseits die Hervorbringungen individueller Produzenten (Maler und Malerinnen; Fotografen; Leute, die Installationen oder Performances arrangieren; Jugendliche, die Graffiti auf Mauern sprühen usw.), sie stehen aber andererseits auch in den Bedingungsfeldern der jeweiligen Epoche, der Region, der Klasse, der Subkultur; sie sind also, bis ins kleinste Detail hinein, Momente eines historisch-sozialen Habitus.“ (Mollenhauer 1997: 251)

Obwohl innerhalb der Erziehungswissenschaft ein steigendes Interesse am Bild als Forschungsgegenstand zu verzeichnen ist, wurden in den letzten beiden Jahrzehnten nur wenige Ansätze entwickelt, die sich mit bildinterpretatorischen Methoden beschäftigen (vgl. u.a. Mollenhauer, Bohnsack, Pilarczyk/Mietzner). Dies ist nach Fuhs darauf zurückzuführen, dass bei der Bildinterpretation verschiedene Disziplinen aufeinander treffen. Zahlreiche ErziehungswissenschaftlerInnen gingen und gehen, so Fuhs, immer noch davon aus, „dass zur wissenschaftlichen Interpretation von (fotografischen) Bildern ein ganz besonderes Kunstverständnis nötig“ sei, so dass „dieses Interpretations-Wissen um die Bilder in der Regel als fachfremde Kompetenz“ (Fuhs 2003: 38) erscheine. Diese Unsicherheit wird oftmals noch dadurch verstärkt, dass bestimmte Disziplinen (u.a. die Kunstgeschichte) davon ausgehen, die größte ‚Bildkompetenz‘ vorweisen zu können. Doch kann es nicht schwerpunktmäßig um die Frage gehen, welches Fach nun die rahmende Leitwissenschaft stellen sollte, sondern um die Überlegung, wie die Bildwissenschaft interdisziplinär verwoben und methodische Ansätze miteinander verknüpft werden können. Einerseits ist ein Studium der kunstwissenschaftlichen Methoden zwar unabdingbar, wie auch Mollenhauer betont (vgl. Mollenhauer 1997: 253), da die Kunstgeschichte eine lange Tradition vorzuweisen hat, in der das Bild als For-

schungsgegenstand im Mittelpunkt steht, andererseits muss die Kunstgeschichte aber nicht zwanghaft im Zentrum der Bildwissenschaften stehen.

Die erziehungswissenschaftliche Forschung geht mit der Einbeziehung von Bildquellen davon aus, dass Menschen nicht nur über Sprache kommunizieren, sondern auch über Bilder ihre Erlebnisse mitteilen. Visuelle Quellen machen deutlich, „dass die Welt sich in den Dingen, den Räumen und auch in den Körpern als materielle und sensuelle Erfahrung offenbart“ (Pilarczyk/Mietzner 2005: 121). Die Historikerin Susanne Lachenicht erklärt: „Sprache in Wort und Schrift scheint vor der ‚Macht der Bilder‘ manchmal geradezu zu verblassen. Die Emphase der Bilder, die Emotionen und Assoziationsketten und in deren Folge Handlungen evozieren, wird gezielt in Werbung, Politik, Pädagogik und vielen anderen Bereichen eingesetzt.“ (Lachenicht 2006: 63f.) Bilder werden als Leitbilder betrachtet, die im Prozess von Erziehung und Bildung eine wichtige Rolle spielen. In diesem Zusammenhang betont Mollenhauer: „Bilder fungieren immer schon als Orientierungsmarken in den Kontexten des alltäglichen Handelns.“ (Mollenhauer 1997: 248) Vor allem massenmediale Bilder können auch als Kontrollmedium und als Instrument der öffentlichen Meinungsbildung betrachtet werden. Aus pädagogischer Perspektive haben sich nicht nur Mollenhauer, sondern auch Horst Schiffler und Rolf Winkeler bereits in den 1980er Jahren mit Bildern als Quellen beschäftigt. Die Motivation, sich in der Erziehungswissenschaft mit Bildquellen als Analysegegenstand auseinanderzusetzen, entstand auch aus der Überlegung heraus, dass Bilder als Erinnerungsträger fungieren bzw. Orientierungsfunktionen übernehmen und folglich ästhetische Formen maßgeblich am (Identitäts-)Bildungsprozess von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen beteiligt sind. Es ging darum, ästhetische Dimensionen und kreative Methoden in die Jugend- und Volksbildung zu integrieren. Man war der Auffassung, dass Bilder auf ästhetischer Ebene auch etwas (und meist etwas anderes als Texte) über Erziehung und Bildung aussagten und diese maßgeblich beeinflussen konnten. Mollenhauer führte beispielsweise anhand einer Bildanalyse eines mittelalterlichen Madonnenbildes mit Jesus-Kindern vor, wie auf visueller Ebene ein neuer Kindheitsbegriff eingeführt und behandelt wurde (Mollenhauer 1987). Zudem untersuchte er Beispiele künstlerischer Selbstporträts, die das Selbstverhältnis, die Selbstbefragung und die Identitätsbildung des Künstlers thematisierten (Mollenhauer 1998). Schiffler und Winkeler dagegen beschäftigten sich mit der visuellen Kulturgeschichte des Lernens (Schiffler/Winkeler 1985) und mit der bildlichen Darstellung von Schule im 19. Jahrhundert (Schiffler/Winkeler 1991). In den 1990er Jahren wuchs das Interesse für Bildquellen in der Erziehungswissenschaft weiter an. Dieter Lenzen analysierte Säuglings- bzw. Kinderdarstellungen von Otto Dix (Lenzen 1993) mittels der Einzelbildanalyse. Auch Konrad Wünsche konzentrierte sich

in seinen Untersuchungen auf Säuglingsdarstellungen (Wünsche 1991) und widmete sich später auf methodologischer Ebene eingehend dem Medium Fotografie (Wünsche 1998). Hanno Schmitt, Jörg W. Link und Frank Tosch behandelten in ihrem Sammelwerk *Bilder als Quellen der Erziehungsgeschichte* (Schmitt/Link/Tosch 1997) zum einen methodologische Grundlagen der Bildforschung bzw. Bildinterpretation (u.a. Heike Talkenberger), zum anderen wurden aus verschiedenen Bereichen der Pädagogik Anwendungsbeispiele für die Nutzung von Bildquellen gegeben. Hervorzuheben ist aus genderspezifischer Perspektive der Aufsatz von Inge Hansen-Schaberg, der Darstellungen zum Thema Reformpädagogik, Geschlechterverhältnis und Koedukation untersucht. Bruno Schonig dagegen analysierte in oben genanntem Sammelwerk Mädchen- und Jungendarstellungen sowie die Inszenierung von LehrerInnen auf Schulfotografien. Ein weiterer Autor, der sich ebenfalls eingehend der Bildquellen als Untersuchungsgegenstand widmete, war Michael Parmentier, der Selbstbildnisse von Rembrandt als Selbstaussdruck behandelte und sie im Hinblick auf ihre Aussagekraft als visuelles autobiografisches Zeugnis befragte (Parmentier 1998). Christoph Wulf und Gunter Gebauer entwickelten eine weitere Perspektive und trugen mit ihrem mimetischen Konzept dazu bei, Körper, Gestik und Mimik auf fotografischen Bildern zu dechiffrieren und darüber etwas über Umgangsweisen und Rituale der repräsentierten Personen zu erfahren (Gebauer/Wulf 1998). In jüngster Zeit sind vor allem die bildwissenschaftlichen Untersuchungen von Ralf Bohnsack, Ulrike Pilarczyk und Ulrike Mietzner hervorzuheben. Die genannten AutorInnen legen einen Schwerpunkt darauf, methodologische Grundlagen für die Bildanalyse in der erziehungswissenschaftlichen Forschung zu erstellen und zu perfektionieren. Bohnsack befasst sich dabei mit der dokumentarischen Methode der Bild- und Fotointerpretation, wobei er sich hauptsächlich auf die Analyse von Einzelbildern konzentriert. Pilarczyk und Mietzner dagegen entwickelten ein Modell zur seriell-ikonographischen Fotoanalyse, um große Bildbestände auszuwerten bzw. serielle Verfahren der Analyse von Bildquellen aufzustellen.

1.2 UNTERSUCHUNGSVORHABEN UND FORSCHUNGSFRAGEN

In der vorliegenden Untersuchung wird es hauptsächlich um die Analyse fotografischer Frauenbilder gehen. Dabei stehen zum einen massenmediale Darstellungen aus den Printmedien der 1920er und 1930er Jahre in Deutschland und Spanien im

Mittelpunkt des Interesses. Zum anderen sollen Selbstbildnisse damaliger deutscher und spanischer Künstlerinnen und die Beziehung zwischen populären Weiblichkeitsbildern und künstlerischen Selbstporträts untersucht werden. Der Schwerpunkt wird auf die Erforschung der visuellen Herstellungsmechanismen und Inszenierungsstrategien von Weiblichkeit gelegt. Ich gehe dabei von der Annahme aus, dass die ausgewählten Künstlerinnen in ihren fotografischen Selbstporträts auf unterschiedliche Weise Weiblichkeitstypologien aus den Massenmedien aufgriffen und sich mit diesen in Beziehung setzten. Die intensive Auseinandersetzung mit medialen Frauendarstellungen seitens der Künstlerinnen spiegelt sich z.T. deutlich in den Kunstproduktionen wider, in denen die Fotografinnen ihren eigenen Körper vor der Kamera inszenierten.

Im umfangreichen Bildanalyseteil stehen vor allem die massenmedialen Repräsentationen von Weiblichkeit im Zentrum der Aufmerksamkeit. Kontrastierend werden den Weiblichkeitsrepräsentationen auch einige Männlichkeitsinszenierungen aus den Magazinen gegenüber gestellt, um geschlechtsspezifische Unterschiede herauszuarbeiten. Dabei sollen die Bedeutungen und Funktionen der Darstellungen im jeweiligen gesellschaftspolitischen und kulturellen Kontext reflektiert werden. Den Analysen geht die Überlegung voraus, dass sich patriarchale Macht- bzw. Herrschaftsstrukturen einer Gesellschaft auch in visuelles Bildmaterial einschreiben und hier besonders anschaulich hervortreten. In diesem Zusammenhang soll vor allem die körpersprachliche Ebene berücksichtigt werden, um Machtkonstruktionen (zwischen den Geschlechtern) aufzuspüren. Keinesfalls dürfen die von den Medien entworfenen Frauen- und Männerbilder losgelöst von den jeweiligen gesellschaftlichen und politischen Machtverhältnissen untersucht werden, zumal der Medienbetrieb in den 1920er und 1930er Jahren ausschließlich männlich dominiert war. Aufgrund dieser männlichen Vorherrschaft liegt auch die Vermutung nahe, dass das damalige Frauenbild in den Medien nicht selten das Bild des Mannes von der Frau war, d.h. männliche Projektionsfläche.

Obige Überlegungen führen zu der Annahme, dass die Geschlechterinszenierungen aus den illustrierten Zeitschriften ein strukturelles System implizieren, das geprägt war durch eine androzentristische⁵ und hierarchisch gegliederte Ordnung. Gesellschaftliche Normen und Wertvorstellungen werden auf diese Weise auch in der visuellen Repräsentation von Weiblichkeit bzw. Geschlecht sichtbar. Das fotografische Bild, das damals in der Regel als Abbild der Realität galt und einen ‚Wahrheitsanspruch‘ erhob, nahm insofern eine zentrale Rolle ein, als es in der Lage war,

5 Der Androzentrismus setzt die Perspektive bzw. die Weltansicht des (weißen) Mannes als Norm. Andere Individuen (Frauen, Schwarze, Behinderte etc.) gelten in der Folge als von der Norm abweichend.

soziale Wirklichkeit zu lenken, zu manipulieren und zu konstruieren.⁶ Diese ‚Macht des Bildes‘ konnte sich nur vor dem Hintergrund entwickeln, dass mediale Darstellungen auch immer mit dem Original bzw. ihrem Referenten in eine enge Beziehung gesetzt wurden. So schien man genauso an die Abbilder zu glauben wie an die Realität, wobei die Medienbilder als ‚Spiegel der Wirklichkeit‘ begriffen wurden⁷ (vgl. Zimmermann 2006: 24). In der vorliegenden Studie wird deshalb davon ausgegangen, dass sich mediale Weiblichkeits- bzw. Geschlechterinszenierungen auf soziale und hierarchische Geschlechterdifferenzen der realen Lebenswirklichkeit beziehen und diese in der visuellen Darstellung aufgreifen und stabilisieren. Auf diese Weise kann ein gesellschaftliches Ordnungssystem etabliert werden, das sich ständig reinszeniert. Hierbei ist von Bedeutung, welche geschlechtsspezifischen Stereotypisierungen innerhalb der Bilder transportiert werden und inwiefern auf ikonographischer Ebene patriarchale Muster sichtbar werden, die geschlechtsspezifisches Rollenverhalten nicht nur anleiten und konstruieren, sondern auch immer wieder bestärken und naturalisieren.

Im Künstlerinnen-Kapitel steht dagegen die Frage im Zentrum, inwiefern die damaligen deutschen und spanischen Künstlerinnen Marta Astfalck-Vietz, Gertrud Arndt, Remedios Varo und Maruja Mallo auf die medial vermittelten Frauenbilder reagierten und diese Darstellungen in ihren eigenen Kunstproduktionen reflektierten. Demzufolge geht es um die Verarbeitung bzw. Reflexion medialer Geschlechterbilder aus der Perspektive damaliger Foto-Künstlerinnen. Die Analyse der fotografischen Selbstinszenierungen soll einen künstlerisch-avantgardistischen Blick auf den weiblichen Körper offen legen. Das individuelle Körperempfinden der Künstlerinnen steht hier im Gegensatz zu einer kollektiven Wahrnehmung von Weiblichkeit. Es soll danach gefragt werden, inwiefern die Frauen in ihren künstlerischen Fotografien von medialen Bildern beeinflusst wurden und diese als Vorlage für ihre eigenen Weiblichkeitsentwürfe nutzten. Interessant ist in diesem Zusammenhang, auf welche Weise die Foto-Künstlerinnen auf visueller Ebene alternative Frauenbilder lieferten, die sich vom Mainstream der damaligen Zeit absetzten. Demnach soll beleuchtet werden, ob die Kunstproduzentinnen in ihren Arbeiten le-

6 Der Kommunikationsphilosoph Vilém Flusser betont in Bezug auf die manipulative Kraft von Fotografien: „Fotografien sind stumme Flugblätter, welche durch Reproduktion distribuiert werden, und zwar durch vermassende Kanäle riesiger programmierter Distributionsapparate.“ (Flusser 1999: 51)

7 Hier spielt vor allem der Bildjournalismus der 1920er und 1930er Jahre eine tragende Rolle, der davon ausging, die Realität über Fotografien ‚authentisch‘ wiedergeben zu können, bzw. den Anspruch erhob, ‚Wahrheit‘ zu reproduzieren (vgl. Jäger 2006). Vergleiche auch Kapitel 2.2 dieser Arbeit.

diglich auf die Konstruktion von Weiblichkeit bzw. Geschlecht aufmerksam machen oder vielmehr gesellschaftliche bzw. mediale Geschlechterbilder dekonstruieren, um diesen eigene Entwürfe gegenüber zu stellen. Das Medium Fotografie schien damals als Ausdrucksmittel besonders geeignet, da es den Foto- Künstlerinnen die Möglichkeit bot, ungestört und in ‚intimer‘ (Studio-)Atmosphäre mit weiblichen Identitäten zu experimentieren. Zudem galt die Fotografie – im Gegensatz zur Malerei und Bildhauerei – als Medium, das noch in keiner ‚männlichen Tradition‘ stand und deshalb von zahlreichen Künstlerinnen ‚unvorbelastet‘ genutzt werden konnte.⁸

Die vorliegende Forschungsarbeit fokussiert demnach zwei unterschiedliche Perspektiven auf die visuelle Darstellung von Weiblichkeit. Zum einen werden massenmediale Bilder analysiert, die meist einen ‚männlichen Blick‘ (*male gaze*⁹) auf den weiblichen Körper repräsentieren (der Frauenkörper wird hier in der Regel

8 Vgl. in diesem Zusammenhang die Parallelen zum medialen Gebrauch der Videokunst. Auch diese wurde anfangs (Ende der 1960er bzw. Anfang der 1970er Jahre) vornehmlich von Frauen genutzt, vor allem um Themenbereiche wie Weiblichkeit, Körper, Identität etc. medienspezifisch zu erforschen (vgl. u.a. die Videoarbeiten von Ulrike Rosenbach und Susan Mogul, die als feministische Videokünstlerinnen der 1970er Jahre bekannt wurden).

9 Das Konzept des *male gaze* ist im Kontext der feministischen Filmtheorie auf Laura Mulvey zurückzuführen. Der Begriff wurde erstmals in Mulveys bahnbrechender Analyse *Visuelle Lust und narratives Kino* von 1975 benutzt. In dieser geht die Autorin davon aus, dass der Film als visuelles Medium gesellschaftlich etablierte Geschlechterunterschiede ungebrochen widerspiegelt. Sie verdeutlicht, wie bei filmischen Geschlechterdarstellungen anhand von Blickkonstruktionen (u.a. durch Kameraeinstellung, Perspektive etc.) visuelle Hierarchisierungen vorgenommen werden. Im Kontext der feministischen Filmwissenschaften wird der erotisierende Blick auf den weiblichen Körper als *male gaze* bezeichnet. Dabei geht es um den männlichen Voyeurismus, die fetischistische Faszination und die Lust am Schauen, die den weiblichen Körper zu einem Objekt der Begierde degradiert. Die Blickrichtung (wer wird wie betrachtet) ist somit durch Kontrolle und Macht gekennzeichnet: „In einer Welt, die von sexueller Ungleichheit bestimmt ist, wird die Lust am Schauen in aktiv/männlich und passiv/weiblich geteilt.“ (Mulvey 1975: 55) Frauen werden somit zu Objekten gemacht und die Betrachtung ihres Körpers als sexuelle Stimulation benutzt. Auf diese Weise sind sie patriarchal strukturierten und kontrollierenden Blicken ausgesetzt, die einem erotischen Begehren und Machtphantasien entspringen. Der Begriff *male gaze* wird aktuell nicht nur in filmwissenschaftlichen Zusammenhängen benutzt, sondern auch auf andere visuelle Medien (Fotografie, Werbespot, Videoclip, Computerspiel etc.) angewandt.

als Objekt betrachtet). Zum anderen werden die populären Darstellungen mit künstlerischen Weiblichkeitsinszenierungen von Frauen in Beziehung gesetzt, um mögliche Einflüsse zu ermitteln. Die Frage nach den AdressatInnen gewinnt an dieser Stelle insofern an Bedeutung, als die öffentlichen Bilder an ein breites Publikum gerichtet waren und sich gezielt an bestimmte Schichten wandten. Die künstlerischen Aufnahmen galten dagegen eher als ‚private‘ Experimente, die damals weder in Ausstellungen noch in anderen öffentlichen Zusammenhängen gezeigt wurden. Es muss also berücksichtigt werden, für wen und in welchen Kontexten die Bilder konzipiert wurden, um mögliche Bedeutungen und Funktionen abzuleiten.

Dabei soll mit einem Vergleich zwischen deutschen und spanischen Zeitschriften herausgearbeitet werden, ob ähnliche politische Regierungssysteme auch Parallelen in Bezug auf die visuelle Darstellung von Weiblichkeit bzw. Geschlecht hervorbrachten. Gleichzeitig müssen auch die Differenzen, d.h. die kulturspezifischen Besonderheiten berücksichtigt werden, um auf signifikante Traditionen der jeweiligen Kultur aufmerksam zu machen. Im Fokus der vorliegenden Untersuchung stehen die liberalen Republiken, die Weimarer Republik und die Zweite Republik Spaniens, in denen einschneidende politische und gesellschaftliche Veränderungen stattfanden.¹⁰ Obwohl die Phase der Zweiten Republik Spaniens (1931-1936) deutlich kürzer war als die der Weimarer Republik (1919-1933) und die Republik-Phasen in beiden Ländern zeitlich versetzt erfolgten, können auf spanischer Seite aus gesellschaftspolitischer Perspektive vergleichbar rasante Entwicklungen ausgemacht werden. Insbesondere für Frauen eröffneten die liberalen Republiken in Deutschland und Spanien neue Lebensmöglichkeiten. Die Einführung des Frauenwahlrechts¹¹ und die gesetzliche Gleichstellung von Mann und Frau waren wichtige Veränderungen, die sich maßgeblich auf das Leben und in der Folge auf die visuelle Darstellung von Weiblichkeit auswirkten. Eine weitere Analogie zwischen Deutschland und Spanien ergibt sich aus der Ablösung der liberalen Republiken durch längere Diktaturen in beiden Ländern. Bezeichnend ist, dass sowohl in der NS-Diktatur als auch in der Franco-Diktatur, die auf die Republikzeiten folgten, die fortschrittlichen Frauen- bzw. Geschlechterbilder wieder verschwanden und stattdessen konservative Rollenbilder Verbreitung fanden, die sich an das bürgerliche Modell des 19. Jahrhunderts anlehnten (die Frau als Hausfrau, Gattin und Mutter). Die historischen Übergänge zu den Diktaturen in Deutschland und Spanien sind in-

10 Zu den politischen und gesellschaftlichen Veränderungen in den 1920er und 1930er Jahren in Deutschland und Spanien vgl. Kapitel 3.1.

11 In Deutschland wurde das Wahlrecht für Frauen mit dem Ausrufen der Weimarer Republik im Jahre 1918 eingeführt. Dagegen erlangten die Frauen in Spanien erst 1931, mit dem Beginn der Zweiten Republik, das Recht zu wählen.

sofern relevant, als sie einschneidende politische Wendepunkte markieren, die wiederum mit ‚neuen‘ Weiblichkeits- bzw. Geschlechterbildern verknüpft waren. Diese verhielten sich divergierend zu den Geschlechterdarstellungen der Republikzeiten.¹²

1.3 AUSGEWÄHLTES QUELLENMATERIAL

Das Quellenmaterial für die Bildanalysen in Kapitel 3 und Kapitel 4 stammt zum einen aus deutschen und spanischen Zeitschriften der 1920er und 1930er Jahre. Zum anderen greife ich auf fotografische Selbstporträts von Künstlerinnen zurück, die sich damals im künstlerisch-avantgardistischen Milieu der 1920er und 1930er Jahre bewegten. Diese Einteilung in massenmediale bzw. künstlerische Fotografien¹³ weist z.T. Schnittmengen auf, da künstlerische Darstellungen auch in den Massenmedien veröffentlicht¹⁴ und umgekehrt massenmediale Fotos in Kunstwerken (meist in Form von Fotocollagen) aufgegriffen wurden.¹⁵ In der vorliegenden Unter-

12 Vgl. in diesem Zusammenhang die Untersuchungen von Margit Wogowitsch und Maria del Carmen Muñoz Ruiz, die sich mit Geschlechterbildern in der NS-Diktatur bzw. Franco-Diktatur befassten. Die Arbeiten belegen, dass man in den genannten Diktaturen wieder zu traditionellen Frauenrollen bzw. zu archetypischen Geschlechtermodellen zurückkehrte. Den Ideologien der Diktaturen zufolge war der einzige Platz der Frau der häusliche Bereich und ihre ‚wahre Bestimmung‘ das Muttersein (vgl. Wogowitsch 2004; Muñoz Ruiz 2003).

13 Unter ‚künstlerischer Fotografie‘ verstehe ich im Kontext dieser Arbeit fotografische Bilder, die im Umfeld eines avantgardistischen Kunst-Milieus der 1920er und 1930er Jahre produziert wurden. In diesen Künstlerkreisen experimentierte man parallel mit verschiedenen Medien (Fotografie, Malerei, Collage, Poesie etc.). Das ‚Künstlerische‘ zog sich dabei durch alle Lebensbereiche und wurde nicht nur anhand der Kunstproduktionen festgemacht. Vielmehr ging es um eine Einstellung bzw. Lebensauffassung, die bei der modernen Kleidung anfang und bis zu den öffentlichen Treffpunkten (Cafés) reichte, an denen sich die Avantgarde versammelte und Ideen austauschte. Ein wichtiges Anliegen der Avantgarde-KünstlerInnen war es, traditionelle Wert- und Normvorstellungen einer bürgerlichen Gesellschaft zu hinterfragen.

14 Die künstlerischen Werke, die im Zusammenhang dieser Arbeit untersucht werden, tauchten jedoch nicht in massenmedialen Kontexten auf. Sie entstanden lediglich für einen ‚privaten‘ Gebrauch und wurden weder in öffentlichen Ausstellungen noch in den Printmedien gezeigt.

suchung spielt in Kapitel 4 insbesondere der Einfluss massenmedialer Bilder auf künstlerische Arbeiten eine zentrale Rolle.

Das massenmediale Bildmaterial wurde zu einem großen Teil aus ‚modernen¹⁶ Magazinen‘ entnommen, die den Zeitgeist der Epoche in einprägsamer Weise widerspiegeln und bedeutende gesellschaftliche Veränderungen dokumentieren. Bei diesen Magazinen handelt es sich um wöchentlich, monatlich oder vierteljährlich erscheinende Zeitschriften, die sich vor allem durch die massenhafte Darbietung von Fotografien auszeichneten. Mit dem Fotojournalismus eroberte die fotografische Darstellung Zeitschriften und Magazine der 1920er und 1930er Jahre und wurde als neues Kommunikationsmedium begriffen. Auch Fotoessays, illustrierte Kultur- und Reiseberichte sowie Porträtaufnahmen von damaligen Stars und Politikern konnten massenhaft in den Printmedien ausgemacht werden. Vor allem erschienen aber zahlreiche Frauenporträts. Die Fotografien der Magazine wurden – anders als in den Zeitungen – in der Regel auf hochwertigem Papier präsentiert. Weitere Charakteristika des Magazins waren die gute typographische Präsentation, die qualitativ hochwertige Bindung und die z.T. außergewöhnlichen Formate. Die moderne Aufmachung sollte die Lektüre vereinfachen und die äußere Ansicht der Zeitschriften attraktiver erscheinen lassen. Gleichzeitig machte diese prestigereiche Präsentation die Blätter damals bereits zu ‚Hochglanz- und Lifestylmagazinen‘, die sich vor allem durch hohe Einnahmen aus der Werbung finanzierten. Ästhetik und Themenschwerpunkte der Magazine sollten dabei ein ‚exklusives‘ Publikum aus dem Bürgertum und der Aristokratie ansprechen.¹⁷ Auch für die vorliegende Untersuchung sind Zeitschriften und Magazine ausgesucht worden, die vornehmlich an eine bürgerliche Leserschaft adressiert waren. Diese Blätter setzten auf die starke Wir-

15 Hier sei vor allem auf die Fotocollagen von Hannah Höch verwiesen, die Zeitungsbilder sammelte und diese z.T. in ihre künstlerischen Werke einarbeitete (vgl. u.a. Burmeister 2007).

16 Bei der Anwendung des Begriffs ‚modern‘ lehne ich mich an die Ausführungen von Whitney Chadwick und Tirza True Latimer an, die im Kontext der 1920er und 1930er Jahre ‚Modernität‘ als Indikator gesellschaftspolitischer, technologischer und intellektueller Veränderungen in den Zwischenkriegsjahren verstehen (vgl. Chadwick/True Latimer 2003: 3-19).

17 Dies machte sich auch besonders an den Preisen der Blätter bemerkbar: Die Monatsmagazine *UHU* und *Der Querschnitt* kosteten beispielsweise 1,- Reichsmark, während die wöchentlich erscheinende *Berliner Illustrierte Zeitung* in den 1920er Jahren nur 20 Pfennige kostete und selbst für eine(n) ArbeiterIn bezahlbar war. Später wurde der Preis sogar noch auf 10 Pfennige gesenkt, um den Absatz der Zeitung zu erhöhen (vgl. Lachenicht 2006: 84).

kungsmacht von Fotografien, indem sie ausdrucksstarke Illustrationen sowohl auf den Titelblättern als auch im Innern der Zeitschriften verwendeten. In einigen Magazinen war der Bildteil sogar umfangreicher als der Textteil (vgl. Dòria i Alburquerque 2000: 38).¹⁸ Andere dagegen zeichneten sich dadurch aus, dass sie verschiedene geschlechtsspezifische Rubriken führten und besondere Seiten für Frauen und Männer einrichteten. Mit dieser Differenzierungstechnik entwickelten sich auch geschlechtsspezifische Themenbereiche, die in den jeweiligen Sparten ausführlich behandelt wurden. Die Trennung in Frauen- und Männersphären wurde nicht nur im Modeteil vorgenommen (Herren- und Damenbekleidung), sie zog sich auch durch viele andere Bereiche hindurch. So erschien beispielsweise im Magazin *D'Ací i D'Allà* eine Rubrik mit dem Namen *Converses femenines* (weibliche Konversationen), die Beiträge zu Schönheit, Körperpflege, Stars, Partnersuche etc. lieferte. Zum Text erschien immer die Fotografie eines weiblichen nationalen bzw. internationalen Stars (Filmschauspielerinnen, Aristokratinnen, Tänzerinnen etc.), die eine Vorbildfunktion einnahm. Eine vergleichbare Rubrik, die in ähnlicher Weise den männlichen Körper in den Mittelpunkt des Interesses gerückt hätte, konnte in den untersuchten Zeitschriften dagegen nicht gefunden werden.

Das massenmediale Bildmaterial stammt überwiegend aus folgenden Zeitschriften und Magazinen: *UHU* (Berlin, 1924-1933) und *Die Dame* (Berlin, 1912-1943) in Deutschland; *Crónica* (Madrid, 1929-1938) und *D'Ací i D'Allà* (Barcelona, 1918-1936) in Spanien. Dabei sind schwerpunktmäßig die Jahrgänge 1924-1936 untersucht worden; für die deutschen Zeitschriften vor allem die Blütezeit der Weimarer Republik (1924-1933) und für die spanischen Magazine die Phase der Zweiten Republik Spaniens (1931-1936). Ich gehe dabei von der Annahme aus, dass sich diese politisch ‚liberalen‘ Zeiten auch besonders auf die visuellen Erscheinungsbilder von Frauen und Männern auswirkten. Bei den spanischen Zeitschriften berücksichtige ich z.T. auch Jahrgänge aus den 1920er Jahren, um die visuellen Veränderungen besser zu dokumentieren bzw. einen Vergleich zu Fotografien ziehen zu können, die zeitgleich in deutschen Blättern veröffentlicht wurden.

Der *UHU* kam als Monatsmagazin im liberalen Ullstein Verlag heraus und erreichte in seiner Hochphase im Oktober 1929 eine Auflage von 211.400 Exemplaren (vgl. *Ullstein Aktiengesellschaft, 1929-1933*, Oktober 1929). Das Blatt zählte mit seinem vielseitigen journalistischen Repertoire in Form von Reportagen, Interviews, Umfragen, Aufsätzen, Erzählungen etc. und seiner innovativen visuellen Aufmachung zu den modernsten Magazinen Europas. Charakteristisch war der hohe

18 Das traf vor allem auf das katalanische Magazin *D'Ací i D'Allà* in den Jahren von 1932 bis 1936 zu.

Anteil an Illustrationen¹⁹, speziell Fotografien, die den LeserInnen meist prominente Persönlichkeiten der damaligen Zeit bildhaft vor Augen führten. Häufig waren dies attraktive weibliche (Film-)Stars, die den ästhetischen Wert des Magazins mit Hilfe formatfüllender Fotografien steigerten. Der Film und das moderne Kino erfreuten sich einer großen Beliebtheit in den europäischen Großstädten der 1920er Jahre und seine Stars avancierten zu Filmidolen, die auch in den Zeitschriften ausführlich präsentiert wurden. Der *UHU* zeichnete sich durch sein breites Themen- und Spartenpektrum aus, u.a. in den Bereichen Mode, Stars, Film, Theater, Kosmetik, Reisen, Freizeit, Sport, Tanz, Literatur, Kunst, Gesellschaft, Politik, Wissenschaft. Die Artikel behandelten Zeit- und Streitfragen der Epoche. Dabei wurde die Attraktivität des Heftes gesteigert, indem in beinahe jeder Ausgabe auch erotische Fotografien zu sehen waren. Eine Besonderheit des Berliner Magazins lag darin, dass es immer zwei Titelbilder veröffentlichte: zum einen ein gemaltes Titelbild auf dem äußeren Umschlag der Zeitschrift und zum anderen ein fotografisches Titelbild, das kurz nach dem Umschlagbild im Inneren erschien. Der *UHU* richtete sich an das mittlere bis hohe Bürgertum, was sich am hohen Heftpreis (eine Reichsmark) und am Anzeigenteil festmachen lässt.

Auch *Die Dame* erschien im Ullstein Verlag, gelangte aber lediglich auf eine Auflage von ca. 53.000 Exemplaren.²⁰ Sie galt in den 1920er Jahren als eine der renommiertesten Modezeitschriften. *Die Dame* war ähnlich wie der *UHU* aufgebaut und adressierte sich ebenfalls an ein bürgerliches bzw. aristokratisches Publikum. Im Gegensatz zum *UHU*, der inhaltlich ein breites Themenspektrum abdeckte, spezialisierte sich die *Die Dame* vornehmlich auf frauenspezifische Themen. Vor allem der Mode- und Kosmetikbereich war stark ausgeprägt und wurde mit zahlreichen Bildern illustriert. Ein Schwerpunkt wurde auf die Präsentation internationaler Mode gelegt. Durch die Schönheits- und Modetipps für Damen gelangte das Blatt zu großer Popularität, doch behandelte und diskutierte es ebenso aktuelle Themen aus Kunst, Gesellschaft und Wissenschaft. Einen nicht unerheblichen Raum nahmen zudem die Kurzgeschichten und Novellen ein (u.a. von Vicky Baum und Kurt Tucholsky), die abschnittsweise veröffentlicht wurden. Anhand der Inserate wurde deutlich, dass die angepriesenen Kosmetik-, Mode- und Luxusprodukte an ein exklusives Publikum gerichtet waren. *Die Dame* erschien im Gegensatz zum *UHU* in einem großen Heftformat (ca. DIN A3) und kostete zunächst 1 Mark. Ab Juni 1924 betrug der Preis 1,50 Mark. Ähnlich wie der *UHU* hatte auch *Die Dame* in jedem

19 Die Illustrationen nahmen eine wichtige Rolle für das Erscheinungsbild des Blattes ein und werden nach Durchsicht der Jahrgänge 1924-1933 auf ca. 40-50% im Verhältnis zum Text geschätzt.

20 Vgl. *Ullstein-Bericht 1928*, Berlin 1928, 7.

Heft zwei Titelbilder: Ein gemaltes auf dem Cover und ein fotografiertes Bild im Inneren des Modemagazins (ein paar Seiten nach der Titelseite).

Die Wochenzeitschrift *Crónica. Revista de la Semana*, die in Madrid bei *Prensa Gráfica* erschien, war eine der wichtigsten Publikationen der Zweiten Republik Spaniens und erreichte ähnlich wie der *UHU* eine Auflage von bis zu 200.000 Exemplaren (vgl. Saiz/Seoane 1998: 499f). So wie Letzterer gehörte sie dem Genre der modernen Magazine an, deren Layout durch zahlreiche fotografische Illustrationen gekennzeichnet war. Der Werbe- bzw. Anzeigenteil nahm, ähnlich wie bei den beiden oben genannten deutschen Zeitschriften, eine wichtige Rolle ein. Auch *Crónica* führte verschiedene Themensparten im Bereich Kunst, Literatur, Film, Theater, Reisen etc. ein. Zudem wurden Fragen zu Kosmetik, Schönheit, Partnerwahl und Ehemodellen etc. behandelt. Politische Themen fanden dagegen nur bedingt Beachtung. Der große Erfolg von *Crónica* ließ sich zum einen auf die breite Themenauswahl zurückführen, zum anderen bot das Magazin eine qualitativ hochwertige und attraktive Aufmachung mit guten fotografischen Reproduktionen zu einem moderaten Preis von 20 Céntimos.²¹ In Bezug auf die Illustrationen im Inneren des Magazins fällt ab 1934 eine Sparte besonders ins Auge, die zusätzlich für den Erfolg des Blattes verantwortlich gemacht werden kann: Die ganzseitigen Aktfotografien des Wiener Studios *Manassé*, die unter der Rubrik *Fotografías de Arte* (Kunstfotografien) erschienen. Hier wurden wenig bekleidete junge Frauen (meist Tänzerinnen) in kunstvoll arrangierten (Studio-)Darstellungen präsentiert, die vor allem ein männliches Publikum ansprechen sollten. Aus ideologischer Perspektive stand *Crónica* der Zweiten Republik Spaniens nahe, wobei sich ihre LeserInnen unter einem linksrepublikanischen bürgerlichen Publikum vermuten lassen.

Schließlich wird als weiterer wichtiger Referenzpunkt die katalanische Zeitschrift *D'Ací i D'Allà* herangezogen. Im Januar 1918 erschien in Barcelona die erste Ausgabe von *D'Ací D'Allà*, später *D'Ací i D'Allà*, im Verlag *Editorial Catalana* auf katalanisch. Während ihrer 18-jährigen Publikationsdauer definierte sich die Zeitschrift selbst als Magazin oder illustrierte Zeitschrift. Sie erlebte drei sehr unterschiedliche Epochen: Der erste Zeitraum reichte von 1918 bis 1924 (die letzten Jahre der *Mancomunitat* in Katalonien²²). Die zweite Periode dauerte von 1924 bis 1931 (die Zeit der Diktatur von Primo de Rivera) und der dritte Abschnitt umfasste den Zeitraum der Zweiten Republik Spaniens (1932-1936). In diesen drei Phasen

21 Später stieg der Preis auf 25 und schließlich auf 30 Céntimos an (vgl. Saiz/Seoane 1998: 499f.).

22 Die *Mancomunitat* war eine Regionalregierung, die sich 1914 in Katalonien konstituierte. Sie war nur von kurzer Dauer und wurde 1925 infolge des Militärstreiks von 1923 aufgelöst.

wechselten das Erscheinungsbild, das Layout und der Preis des Magazins drastisch.²³ Während in der ersten und zweiten Phase ein starker regionalspezifischer Bezug hergestellt wurde, zeichnet sich die dritte Phase durch ihre kosmopolitischen Inhalte aus. Bis 1931 erschien das Blatt monatlich, danach nur noch vierteljährlich. Für die vorliegende Untersuchung spielen vor allem die zweite und dritte Epoche eine wichtige Rolle, in welchen das Design des Magazins sehr modern wurde und zahlreiche Fotografien im Inneren der Zeitschrift erschienen. *D'Ací i D'Allà* wandte sich an ein zahlungskräftiges Publikum aus dem gehobenen Bürgertum bzw. der Aristokratie (vgl. Tresserras 1993) und behandelte aktuelle Themen im Bereich Kunst, Literatur, Mode, Kosmetik, Gesellschaft, Reisen, Kino etc., wobei neue Genres wie das Interview und die (Foto-)Reportage eingeführt wurden. Eine Besonderheit war das *Album Barceloní*, das Porträts gesellschaftlich wichtiger Frauen aus der Region Barcelona präsentierte. Interessant ist in diesem Zusammenhang, dass sich die dargestellten Frauen häufig im heiratsfähigen Alter befanden und auf diese Weise vermutlich einer größeren Öffentlichkeit vorgestellt werden sollten. *D'Ací i D'Allà* erreichte in der ersten Phase eine Auflage von bis zu 5000 Exemplaren und konnte sie in der zweiten Epoche auf eine Anzahl von 10.000 Exemplaren verdoppeln (vgl. Tresserras 1995: Vorwort). Die dritte Phase ist in Bezug auf Layout, Typographie und die Relevanz des fotografischen Bildes die bemerkenswerteste und modernste Phase. Das Format vergrößerte sich, das Papier wurde noch edler und die fotografischen Abbildungen nahmen im Inneren der Zeitschrift noch mehr Raum ein. Von ca. 100 Seiten waren 38 bis 40 Seiten mit Fotografien gefüllt. Weitere 30 bis 40 Seiten nahmen Werbeanzeigen ein, die luxuriöse bzw. exklusive Artikel offerierten. Das edle Magazin erschien in der letzten Phase nur noch vierteljährlich, wobei es nach den Jahreszeiten benannt wurde. Dies nahm man auch zum Anlass, einen umfangreichen Modeteil zu integrieren, der auf die jeweilige Jahreszeit abgestimmt war. Das innovative, moderne und edle Magazin *D'Ací i D'Allà* wurde zu Beginn des Spanischen Bürgerkriegs im Jahre 1936 eingestellt.

Abgesehen von den oben aufgeführten Zeitschriften sind zudem aus weiteren illustrierten der damaligen Zeit Bilder als Vergleichsfolie herangezogen worden, z.B. Stichproben aus den Blättern *Brisas*²⁴ (Palma de Mallorca, 1934-1936), *Revista*

23 In der ersten Phase betrug der Preis pro Heft 1,25 Peseten. Dieser wurde in der zweiten Phase auf 1,50 Peseten angehoben, um in der dritten Phase schließlich auf 5 Peseten zu steigen (vgl. Dòria i Alburquerque 2000: 36f.).

24 *Brisas. Revista Mensual Ilustrada* war das modernste Monatsmagazin, das zwischen 1934 bis 1936 auf Palma de Mallorca erschien. Das mit zahlreichen Fotografien illustrierte Blatt wurde von Antoni Vich herausgegeben und richtete sich an eine bürgerliche bzw. aristokratische Elite. Interessant erschien *Brisas* für die vorliegende Untersuchung

*Ford*²⁵ (Barcelona, 1930-1936), *Estampa*²⁶ (Madrid, 1928-1938), *Imatges*²⁷ (Barcelona, 1930), *Berliner Illustrierte Zeitung*²⁸ (Berlin, 1892-1945) und *Der Querschnitt*²⁹ (Berlin, 1924-1933). Von den modernen Zeitschriften wurde immer wieder behauptet, sie hätten nicht nur das Lebensgefühl der 1920er und 1930er Jahre wiedergespiegelt, sondern dieses auch maßgeblich mitgeprägt. Es wurde also davon ausgegangen, dass der Einfluss der Blätter für die Identitätsbildung der LeserInnen

insofern, als ländliche bzw. lokale Frauentypen mit modernen weiblichen (Hollywood-)Stars kontrastiert wurden. Beispielsweise hieß ein Artikel *Como visten las mujeres de nuestros pueblos* (Wie sich die Frauen unserer Dörfer kleiden, *Brisas*, Nr. 12, März/April 1935). In der gleichen Ausgabe erschien aber ebenso eine Fotografie von Marlene Dietrich und es erfolgte eine Präsentation des *Club femeni i d'esports* (der weibliche Frauen- und Sportclub). Unter der Rubrik *Sociedad* (Gesellschaft) wurden u.a. Modefotografien publiziert. Des Weiteren konnten zahlreiche Reisereportagen ausgemacht werden. Im August 1935 wurde eine Aktfotografie von einer Frau am Strand veröffentlicht und in der gleichen Ausgabe erschien ein Artikel zur Evolution des Feminismus (*Evolución del Femenismo*). In der Sektion *Fotografía de Arte* (Kunstfotografie) bzw. *A través del lente* (Durch die Linse) wurden Fotografien völlig autonom und z.T. ohne Bildunterschriften präsentiert. Ähnlich wie die bereits vorgestellten Magazine finanzierte sich *Brisas* durch einen großen Annoncenteil. Der Preis pro Heft betrug eine Pesete. Wie bei zahlreichen anderen Magazinen wurde das Blatt zu Beginn des Spanischen Bürgerkriegs eingestellt, so dass nur 25 Ausgaben erschienen (vgl. Fernández 1997: 137).

25 *Revista Ford* – ebenfalls ein Monatsmagazin – wurde von Juan de Maza in Barcelona publiziert und war in erster Linie eine Werbeplattform für das Haus *Ford*. Doch wurden nicht nur Autos präsentiert, sondern auch Themenbereiche zu ‚Frau und Sport‘ (es gab eine Rubrik mit dem Namen *El deporte Internacional*/Der internationale Sport, in der häufig Frauen bei sportlichen Betätigungen gezeigt wurden), Kino, Hollywood-Stars etc. behandelt. Ebenso konnte eine Spezialisierung auf kulturspezifische Themen ausgemacht werden, u.a. spanische Tänze (Dezember 1935) oder Regionale Trachtenmoden (April 1933). Der Preis des Magazins betrug eine Pesete.

26 *Estampa* erschien ab Januar 1928 als Wochenzeitschrift in Madrid und wurde vom Unternehmer Luis Montiel ins Leben gerufen. Sie trug den Untertitel *Revista Gráfica y Literaria de la Actualidad Española* (Grafische und Literarische Zeitschrift der spanischen Gegenwart). Wie *Crónica* präsentierte *Estampa* eine große Anzahl fotografischer Bilder, die durch das damals neue Tiefdruckverfahren in sehr guter Qualität gezeigt werden konnten. Zudem wiesen auch die Themenvielfalt und die moderne graphische Gestaltung

nicht unerheblich war. Maria del Carmen Muñoz Ruiz betont, allerdings in Bezug auf Frauenzeitschriften:³⁰

„La utilización de la prensa femenina como fuente prioritaria para la investigación histórica proviene de la consideración de que las revistas femeninas son un instrumento decisivo en la configuración de modelos de comportamiento femeninos, así como para su difusión. Es importante estudiar las revistas femeninas como medios de comunicación que proponen modelos de comportamiento a las mujeres porque las lectoras los asumen e interiorizan en su

Parallelen zu *Crónica* auf. *Estampa* berichtete über berühmte Persönlichkeiten, sportliche Ereignisse und Wettkämpfe, Theater, Kunst, Literatur, Film, Reisen etc. Zudem führte das Blatt eine frauenspezifische Sektion unter dem Namen *Eva* und später unter *Páginas de Mujer* (Frauen-Seiten). Der Anzeigenteil der Zeitschrift betrug ca. 30% (vgl. Dòria i Alburquerque 2000: 62). Sowohl *Estampa* als auch *Crónica* gehörten zu den bedeutendsten und erfolgreichsten illustrierten Zeitschriften ihrer Zeit. *Estampa* erreichte wie ihre ‚Konkurrentin‘ *Crónica* eine Auflage von 200.000 Exemplaren und ihr Preis betrug 30 Céntimos. Als wesentlicher Unterschied zu *Crónica* lässt sich aber festhalten, dass *Estampa* in vielen Punkten deutlich konservativer eingestellt war, auch in Bezug auf das Frauenbild bzw. auf die Präsentation von Geschlechtermodellen (vgl. Sáiz/Seoane 1998: 499f. und Dòria i Alburquerque 2000: 58).

- 27 *Imatges* erschien als Wochenzeitschrift in Barcelona und wurde von Josep M. Planes in der *Llibreria Catalònia* herausgegeben. Der Untertitel der Zeitschrift lautete: *Setmanari Gràfic d'Actualitats* (Grafische Wochenzeitschrift der Gegenwart). Im Gegensatz zu den Wochenmagazinen *Crónica* und *Estampa* existierte *Imatges* nur wenige Monate (vom 11. Juni 1930 bis zum 25. November 1930). Insgesamt wurden nur 25 Ausgaben publiziert. *Imatges* orientierte sich an den Standards europäischer Magazine (ein Vorbild war das französische Magazin *Vu*) und behandelte wie diese eine Vielfalt an Themen, u.a. in den Bereichen Mode, Radio, Architektur, Kino, FilmschauspielerInnen etc. Fotoreportagen und Interviews mit berühmten Persönlichkeiten waren ebenfalls beliebt, wobei ein starker regionalspezifischer Bezug zu Barcelona hergestellt wurde. Die Stadt wurde zu einem Zeitpunkt festgehalten, in welchem sowohl traditionelle Einflüsse als auch moderne aktuelle Tendenzen im Stadtbild sichtbar waren. *Imatges* versuchte eine bürgerliche Mittelschicht anzusprechen und war mit 40 Céntimos ähnlich teuer wie *Crónica* und *Estampa*.
- 28 Die *Berliner Illustrierte Zeitung* aus dem Hause Ullstein erschien wöchentlich und konnte als wahres Massenblatt bezeichnet werden. In den 1910er Jahren erreichte sie eine Auflage von 800.000 Exemplaren und gegen Ende der Weimarer Republik wurden sogar fast zwei Millionen Exemplare gedruckt (vgl. Lachenicht 2006: 82). Sie wurde zu einem Preis von zunächst 10 Pfennigen (später 20 Pfennigen) verkauft, so dass sie auch für Ar-

mayor parte, y por otro lado, porque estos modelos propuestos no son inocentes, sino que responden a lo que un régimen político dado y la sociedad que lo sustenta consideran adecuado respecto a las mujeres.“³¹ (Muñoz Ruiz 2003: 332)

Muñoz Ruiz stellt damit die Zeitschrift als Medium heraus, das gesellschaftlich erwünschte Darstellungs- und Verhaltensmodi von Weiblichkeit vorgibt. Auch Margarita Rivière erklärt die Printmedien zu einem wichtigen erzieherischen Instrument in Bezug auf geschlechtstypische Prägungen. Sie verdeutlicht:

„La prensa, en general, tiene una importante función en la proposición de modelos de conducta y de orientación del público hacia determinados objetivos. Concretamente, la prensa diri-

beiterInnen erschwinglich war. Der Erfolg des Blattes kann zum einen auf die attraktive äußere Aufmachung zurückgeführt werden, die viel fotografisches Bildmaterial integrierte. Zum anderen lag er auch an den Fortsetzungsromanen, die im Feuilleton der Zeitung veröffentlicht wurden und die LeserInnen banden. Im Jahre 1928 wurde beispielsweise der Roman *stud. Chem. Helene Willführ* von Vicky Baum in der *Berliner Illustrierten Zeitung* als Fortsetzungsroman abgedruckt und verschaffte dem Blatt mehr als 100.000 neue AbonnentInnen (vgl. Schneider 2000: 98).

- 29 *Der Querschnitt* war ein edles Magazin, das ebenfalls monatlich im Ullstein Verlag erschien und an ein bürgerliches bzw. aristokratisches Publikum gerichtet war. Er erreichte eine Auflage von bis zu 20.000 Exemplaren (vgl. Ferber 1981: 9) und erschien von 1924 bis 1933 als Monatszeitschrift. Den Schwerpunkt legte *Der Querschnitt* auf künstlerische und lyrische Themen. Zudem zeichnete er sich durch sein reichhaltiges Illustrationsmaterial aus. Im Sommer 1924 erklärte der Herausgeber Alfred Flechtheim: „Spezialität des ‚Querschnitt‘ ist sein reiches Abbildungsmaterial. Neben regelmäßigen Illustrationen auf dem Gebiet der alten und neuen Kunst bringen wir ein reiches aktuelles Material, das die Zeit und ihren augenblicklichen Gehalt treffend illustriert.“ (*Der Querschnitt*, Sommer 1924)
- 30 Muñoz Ruiz bezieht sich in ihrer Studie ausschließlich auf Frauenzeitschriften der Franco-Diktatur.
- 31 Übers.: Die Nutzung der Frauenpresse als vorrangige Quelle für die historische Forschung entsteht aus der Überlegung heraus, dass Frauenzeitschriften ein entscheidendes Instrument bei der Gestaltung weiblicher Verhaltensmodelle und ihrer Verbreitung darstellen. Es ist wichtig Frauenzeitschriften als Kommunikationsmedien, die den Frauen Verhaltensmodelle vorschlagen, zu untersuchen, einerseits weil die Leserinnen diese übernehmen und meistens verinnerlichen, andererseits weil diese vorgeschlagenen Modelle nicht harmlos sind, sondern dem entsprechen, was ein herrschendes politisches System und die Gesellschaft, die dahinter steht, als für Frauen angemessen betrachten.

gida a las mujeres – o cuyo público son mujeres principalmente – cubre la importante función de servir de vehículo educacional de sus lectoras.“³² (Rivière 1977: 176)

Des Weiteren verdeutlicht Gesa Kessemeier in ihrer Studie zu Modebildern aus Zeitschriften der 1920er Jahre: „Die Magazine zeigten durch Aufbau und Themenwahl, welche Rollen und gesellschaftlichen Aufgabenbereiche Frauen zugeschrieben wurden. Sie boten Richtlinien für ein rollenkonformes Verhalten und unterstützten die Internalisierung geschlechtsspezifischer Normen und Werte.“ (Kessemeier 2000: 8) Sowohl Muñoz Ruiz und Rivière als auch Kessemeier betonen damit die wichtige Bedeutung von Zeitschriften bei der Verinnerlichung gesellschaftlich vorgegebener Darstellungs- und Verhaltensmodelle von Weiblichkeit. Auch in der vorliegenden Studie wird davon ausgegangen, dass die Visualisierungen von Weiblichkeit in den untersuchten Zeitschriften häufig als Orientierungsmodelle fungierten und als Leitbilder eingesetzt wurden.

1.4 THEORETISCHE VERORTUNG

1.4.1 Sozialkonstruktivismus

In Anknüpfung an Ansätze der Geschlechterforschung, die sich mit der sozialen Konstruktion bzw. mit der Inszenierung von Geschlecht befassen, liegt dieser Arbeit eine sozialkonstruktivistische Herangehensweise³³ zugrunde, die sich von bio-

32 Übers.: Die Presse nimmt im Allgemeinen eine wichtige Funktion beim Angebot von Verhaltens- und Orientierungsmodellen für das Publikum ein und verfolgt damit ein bestimmtes Ziel. Konkret übernimmt die Presse, die sich an Frauen richtet – oder deren Publikum hauptsächlich aus Frauen besteht – die wichtige Funktion, als erzieherisches Mittel für die Leserinnen zu fungieren.

33 Als sozialer Konstruktivismus werden hier im Sinne Helga Kelles „die Prozesse und Produkte historisch und lokal situierter Aushandlungen zwischen Menschen“ (Kelle 1997: 195) verstanden. Die grundlegenden Fragen dabei lauten, ob es eine objektive ‚Wirklichkeit‘ überhaupt gibt und wie Wissen erzeugt wird. Letzteres passiert dem sozialkonstruktivistischen Ansatz nach nur durch Interaktion und Kommunikation zwischen den Beteiligten. Die Vorstellung von ‚Welt‘ wird durch den Informationsaustausch zwischen Menschen ständig modifiziert. Der soziale Konstruktivismus geht deshalb davon aus, dass die BetrachterInnen ihre Sicht auf ‚Welt‘ und ‚Wirklichkeit‘ ständig im interaktiven Austausch und durch kulturelle Praktiken verändern. So bleibt auch Geschlecht

logischen Erklärungsmodellen distanziert. Der Sozialkonstruktivismus will auf die soziokulturelle Konstruiertheit geschlechtsspezifischer Körperbilder und Verhaltensweisen aufmerksam machen und die Naturalisierung der Kategorie Geschlecht grundsätzlich in Frage stellen. Geschlecht wird in diesem Zusammenhang nicht als biologische bzw. unveränderbare Tatsache begriffen, sondern als alltägliche Selbstdarstellungsleistung, die in einem lebenslangen interaktiven Prozess immer wieder, bewusst oder unbewusst, hergestellt wird: Ein sich ständig verändernder Prozess der Aneignung von geschlechtsspezifischen Merkmalen durch Selbst- und Fremddefinition. Die Soziologin Hildegard Mogge-Grotjahn betont bezüglich der sozialen Konstruktion von Geschlecht:

„Mit der Annahme, dass Geschlecht eine soziale Konstruktion sei, wird [...] nicht etwa die Existenz des Körpers infrage gestellt, wohl aber die Vorstellung, dass unser Körper unveränderlich und allein biologisch konstituiert sei und ihm die soziale Bedeutung des Geschlechts dann in irgendeiner Weise ‚übergestülpt‘ würde. Vielmehr geht es um das ‚Einschreiben‘ der sozialen Verhältnisse in den Körper und darum, dass wir im wahrsten Sinne des Wortes unsere Vorstellung von Weiblichkeit und Männlichkeit ‚verkörpern‘.“ (Mogge Grotjahn 2004: 86)

Folglich wird Geschlecht nach dem Konstruktionsprinzip nicht mehr als ‚natürliche‘ Gegebenheit gedacht, sondern als Resultat mannigfacher soziokultureller Prozesse begriffen. Diese Perspektive soll vor allem Fragen sozialer Hierarchien und Differenzen berücksichtigen und Machtbeziehungen zwischen den Geschlechtern erkennen und reflektieren.

In der vorliegenden Untersuchung muss die Frage berücksichtigt werden, welche Bedeutung medial inszenierte Bilder bei der alltäglichen Konstruktion von Geschlecht hatten bzw. welche Rolle sie beim Identitätsbildungsprozess der Individuen spielten. Es muss demnach die Überlegung angestellt werden, ob die inszenierten Geschlechterbilder aus den Medien eine Ressource darstellten bzw. Vorbilder anboten, die es nahe legten, in gewissen Situationen Geschlecht auf bestimmte Art und Weise zu leisten. Allerdings kann im Rahmen der Arbeit nicht näher darauf eingegangen werden, wie medial inszenierte Geschlechterbilder der 1920er und 1930er Jahre in Alltagssituationen adaptiert wurden (was zudem sehr schwierig wäre, da aufgrund des historischen Themas nicht auf unmittelbare Beobachtungen zurückgegriffen werden kann). Vielmehr soll in Kapitel 4 im Kontext künstlerischer Produktionen geprüft werden, inwiefern die ausgewählten Foto-Künstlerinnen auf

kein fest zugeschriebener Begriff, sondern variiert in seinem jeweiligen Kontext. Vgl. dazu auch das Konzept des ‚doing gender‘ in Kapitel 1.4.3.

inhaltlicher bzw. thematischer und formal-ästhetischer Ebene Bezug auf mediale Weiblichkeitsbilder der 1920er und 1930er Jahre nahmen.

1.4.2 ‚Sex‘ und ‚gender‘

In der feministischen Diskussion im englischsprachigen Raum wurde die begriffliche Unterscheidung zwischen ‚sex‘ und ‚gender‘ in den 1970er Jahren eingeführt.³⁴ Dabei bezeichnet ‚sex‘ das biologische Geschlecht, ‚gender‘ dagegen steht für das kulturelle bzw. soziale Geschlecht, das von Menschen im Laufe ihrer Sozialisation erworben wird. Die Motivation dieser Unterscheidung lag zunächst darin, gesellschaftliche Macht- bzw. Herrschaftsverhältnisse sowie menschliches Verhalten nicht mehr als ‚natürlich‘ und unhinterfragbar zu akzeptieren, sondern von den jeweiligen soziokulturellen Verhältnissen abhängig zu machen. Biologistische Argumentationen, die Machtverhältnisse zwischen den Geschlechtern als Konsequenz der ‚natürlichen Bestimmung‘ legitimierten, sollten mit Hilfe dieser begrifflichen Unterscheidung in Frage gestellt und ausgehebelt werden. Das ‚sex-gender-Modell‘ geht jedoch weiterhin von einem eindeutigen ‚biologischen Geschlecht‘ aus und hält an einer natürlich gegebenen Zweigeschlechtlichkeit fest.³⁵ In englischsprachigen feministischen Diskursen der späten 1970er Jahre gab es aber auch Autorinnen, die die Unterteilung von ‚sex‘ und ‚gender‘ nicht verwendeten (vgl. Nancy Choderow 1978). Zudem wurde der Begriff ‚gender‘ in der englischsprachigen feministischen Soziologie zunehmend als umfassender Begriff verwendet (vgl. u.a. Kessler/McKenna 1978). Daran anknüpfend führte Carol Hagemann-White für den Begriff ‚gender‘ das Konzept der „Zweigeschlechtlichkeit als kulturelles System“ (1984) in die deutsche Diskussion ein. Darin stellt sie die Vorstellung einer ‚natürlichen‘ Zweigeschlechtlichkeit, die auf einer biologischen Argumentation fußt, grundsätzlich in Frage.³⁶ Vielmehr geht sie davon aus, dass eine biologische ‚Ein-

34 Die kategoriale Differenzierung zwischen ‚sex‘ und ‚gender‘ stammt ursprünglich vom Psychoanalytiker Robert Stoller (1968) (vgl. Villa 2004: 148). In der deutschsprachigen feministischen Diskussion der 1970er Jahre spielte diese Unterscheidung jedoch keine Rolle.

35 Zum ‚Diktat‘ des Zweigeschlechtersystems erklärt Regine Gildemeister: „Die Teilung in zwei Geschlechter ist anscheinend eine der stabilsten Grundlagen unserer Wahrnehmung, unseres Verhaltens und Handelns, ja, unserer Selbst-Vergewisserung – sie ist zudem in sozialen Kontexten unhintergebar.“ (Gildemeister 2001: 71)

36 Hagemann-White bezog sich auf sozialkonstruktivistische Ansätze, die davon ausgehen, dass eine säuberliche Trennung von ‚Natur‘ und ‚Kultur‘ unmöglich ist.

deutigkeit‘ nicht immer vorhanden ist.³⁷ Hagemann-White begreift ‚gender‘ als „kulturelles Regelsystem für Prozesse, in denen die Individuen die mit Geschlechtlichkeit verquickten gesellschaftlichen Strukturen alltäglich mitherstellen“ (Hagemann-White 1988: 227). Deshalb plädiert sie dafür, Geschlecht als situationsbezogen zu verstehen und die Formung der Geschlechtsidentität³⁸ als einen aktiven „Prozeß der Aneignung in Auseinandersetzung mit (mehreren!) sozialen Umgebungen“ (ebd.: 227) zu betrachten. Sie nimmt Abstand von der ‚selbstverständlichen‘ Alltagstheorie des Zweigeschlechtersystems, die „die Geschlechtszugehörigkeit als *eindeutig, naturhaft und unveränderbar*“ (ebd.: 228) definiert. Stattdessen unterstützt sie die „Null-Hypothese“, die keine zwingende Zweigeschlechtlichkeit voraussetzt, „sondern nur verschiedene kulturelle Konstruktionen von Geschlecht“

37 Hagemann-White spricht von etwa fünf Möglichkeiten der körperlichen Geschlechterbestimmung: 1. Das Chromosomengeschlecht, das nach der genetischen Information im Erbgut bestimmt werde (z.B. XX oder XY). Dabei ergäben sich aber nicht immer eindeutige Zuordnungen in XX für weiblich und XY für männlich, sondern auch zusätzliche Vermengungen und Konstellationen (z.B. XO, XXX, XYY etc.). 2. Das Keimdrüsengeschlecht (Hoden und Eierstöcke), das die Hormonsteuerung übernehme. Hier komme es jedoch vor, „daß die Keimdrüsen sowohl Eierstock- wie auch Hodengewebe entwickeln.“ (Hagemann-White 1984: 33). 3. Das morphologische Geschlecht, das in innere Geschlechtsorgane, äußere Geschlechtsmerkmale und geschlechtstypischem Körperbau aufgeteilt sei. Das morphologische Geschlecht werde hauptsächlich durch die Hormone bestimmt. Hagemann-White expliziert: „Anders als das Keimdrüsengeschlecht kann das morphologische Geschlecht vollständig ausgebildet und ‚normal‘, jedoch im Widerspruch zum Chromosomengeschlecht sein.“ (Ebd.: 34) 4. Das Hormongeschlecht, das mit Hilfe der „Konzentration der Geschlechtshormone“ definiert werde. Durch künstliche Hormone im Tierfutter und später in Fleischprodukten, gelange jedoch eine unbestimmte Menge an zusätzlichen Hormonen in unsere Körper. Als fünften Punkt nennt Hagemann-White schließlich einige „geschlechtsspezifische Besonderheiten im Gehirn“, z.B. die Ausschüttung gonadotroper Hormone, die zyklisch ausgeschüttet würden und sowohl bei Frauen als auch bei Männern schwankten. Abschließend hält sie fest: „Eine streng biologische und zugleich eindeutige Geschlechtsdefinition existiert nicht.“ (Ebd.)

38 Geschlechtsidentität wird hier als unbewusster und bewusster Prozess der Aneignung von geschlechtsspezifischen Merkmalen begriffen. Die Geschlechtsidentität muss nicht zwingend mit dem ‚biologischen‘ Geschlecht übereinstimmen. Sie ist stark mit kollektiven bzw. gesellschaftlichen Identitäten verknüpft, so spielen Race und soziale Schicht eine wesentliche Rolle bei der Bildung der Geschlechtsidentität (vgl. auch West/Fenstermaker, *Doing Difference*, 1995: 15).

(ebd.: 230). Setzt man Hagemann-Whites Überlegungen mit der Tatsache in Verbindung, dass in den USA täglich fünf Neugeborene mit so genannten ‚doppeldeutigen Geschlechtsmerkmalen‘ (biologische Zwitter) auf die Welt kommen,³⁹ wird die Problematik des starren Zweigeschlechtersystems, das ausschließlich die Kategorien ‚männlich‘ und ‚weiblich‘ kennt, offensichtlich. Zudem haben verschiedene ethnologische Studien auf Gesellschaften aufmerksam gemacht, in denen ein ‚drittes Geschlecht‘ oder Zwischengeschlechter existieren.⁴⁰

Die Ethnologin Birgit Röttger Rössler verweist in diesem Zusammenhang darauf, dass in außereuropäischen Kulturen die Grenzen zwischen den Kategorien ‚Mann‘ und ‚Frau‘ häufig sehr viel flexibler verlaufen als in unserer westlichen Kultur: „Das Spektrum reicht von Formen des kulturell etablierten und akzeptierten sozialen Geschlechterrollenwechsels bis hin zur Existenz von alternativen Geschlechterkategorien“ (Röttger Rössler 1998, 103). Die Ethnologin führt einige Beispiele außereuropäischer Kulturen auf, die Zwischengeschlechter akzeptieren und bestimmten Menschen die Möglichkeit geben, das Geschlecht zu wechseln, ohne damit traumatische Erlebnisse zu verknüpfen. Diese Möglichkeit des unproblematischen Geschlechtswechsels bzw. des Springens zwischen den Geschlechtern führt Röttger Rössler darauf zurück, dass sich bereits im Bewusstsein der jeweiligen Kulturen die Vorstellung von mehr als zwei Geschlechtern durchgesetzt hat (ebd.: 104). Die Ethnologin untersuchte u.a. auf der indonesischen Insel Sulawesi die Gruppe der muslimischen *Makassar*, die vier soziale Geschlechtskategorien unterscheiden: Männer, Frauen, *kawe-kawe* und *calabai* (vgl. ebd.: 107). *Kawe-kawe* bezeichnet Menschen, deren Körper biologisch männlich ist, die sich aber ihrem subjektiven Empfinden nach, nicht oder nur bedingt als solche betrachten und in bestimmten Perioden, Lebensphasen oder auch endgültig Eigenschaften des Gegengeschlechts adaptieren. *Calabai* dagegen sind biologische Frauen, die die weibliche Rolle ganz oder teilweise verweigern. Auch sie entscheiden individuell, welche Eigenschaften des Gegengeschlechts wann bzw. in welchen Situationen und für welchen Zeitraum übernommen werden sollen. Solche alternativen Gender-Modelle ermöglichen den Individuen eine elastische Geschlechtsidentität, die nicht nur temporär oder endgültig eingenommen wird, sondern die Möglichkeit bietet, in Bezug auf das Sexualverhalten variabel zu entscheiden. So kann ein *kawe-kawe* entweder ein für unsere Begriffe heterosexuelles Leben führen, heiraten und eine Familie gründen oder abstinent leben. Ihm ist es aber genauso gestattet mit anderen biologischen Männern zu-

39 Nach Anne Fausto-Sterling haben ca. vier Prozent aller Menschen ein Zwischengeschlecht und werden als so genannte Intersexe oder Hermaphroditen bezeichnet (vgl. Fausto-Sterling in Röttger-Rössler 1997: 102).

40 Vgl. Mead 1961, Hagemann-White 1988, Röttger Rössler 1998.

sammenzuleben und mit diesen sexuelle Beziehungen einzugehen (vgl. Röttger Rössler 1998: 108). Röttger Rössler erklärt: „Diese flexiblen alternativen *gender*-Kategorien ermöglichen auch Intersexen ein relativ konfliktfreies Leben.“ (Ebd.) Auch die ethnische Gruppe der nordamerikanischen *Navajo* unterscheidet drei Geschlechter: Männer, Frauen und Hermaphroditen, die als so genannte *nadle* bezeichnet werden. Letztere unterteilen sich wiederum in drei Untergruppen, die richtigen *nadle* (körperliche Zwitter) und simulierte *nadle*, die körperlich entweder männlich oder weiblich sind (vgl. Röttger Rössler 1998: 105). Die *nadle* genießen innerhalb der Gesellschaft der *Navajo* ein großes soziales Ansehen und erhalten besondere Privilegien, die nur ihnen zugestanden werden. Beispielsweise übernehmen sie gesellschaftlich zentrale Aufgaben und arbeiten u.a. als Heiler und Schamanen (vgl. ebd.).

Vor dem Hintergrund der aufgeführten Beispiele aus außereuropäischen Kulturen wird die Definition der Kategorie ‚sex‘ als unveränderbares, eindeutiges und natürlich-biologisches Geschlecht äußerst problematisch, zumal das ‚Sex-Gender-Modell‘ das Zweigeschlechtersystem als Grundlage setzt und lediglich die Kategorien ‚Mann‘ und ‚Frau‘ akzeptiert. Das ‚Sex-Gender-Modell‘ geht davon aus, dass durch Sozialisation und kulturelle Interaktion die Kategorie ‚gender‘ nachträglich in die Kategorie ‚sex‘ eingeschrieben wird. Dies impliziert jedoch, dass es ein eindeutiges biologisches Geschlecht (‚sex‘) geben muss und dass dieses dem ‚kulturellen Geschlecht‘ vorgelagert ist. Doch genau diese Annahme wurde durch sozialkonstruktivistische Ansätze in Frage gestellt: Die Kritikerinnen machten vor allem auf die Problematik der scharfen Trennung zwischen ‚Natur‘ und ‚Kultur‘ aufmerksam und unterstützten die These, dass sowohl die Kategorie ‚sex‘ als auch die Kategorie ‚gender‘ als soziale Konstrukte betrachtet werden müssen. An dieser Stelle könnte man fragen, wie das biologische Geschlecht eine soziokulturelle Konstruktion sein kann, da im alltagsweltlichen Wissen das Zweigeschlechtersystem eine unhinterfragbare und ‚objektive‘ Tatsache zu sein scheint. Dahinter verbirgt sich die Annahme, dass auch die körperlichen Merkmale von Geschlecht, ausgenommen die Geschlechtsorgane, kulturell konstruiert und geformt werden und dass sich soziokulturelle Vorstellungen und Normierungen nicht nur in den Köpfen verankern, sondern sich vor allem in die Körper einschreiben (vgl. Mühlen Achs 1998: 25). Das heißt beispielsweise, dass ein weiblicher Körper – in seinem jeweiligen soziokulturellen Kontext – gelernt hat, sich anders zu bewegen und zu inszenieren als ein männlicher Körper. Dem geht in der Regel ein langer Sozialisationsprozess voraus, in welchem geschlechtsspezifische Posen und Verhaltensweisen verinnerlicht, naturalisiert und schließlich ‚verkörpert‘ werden. Auf diese Weise wird das lang und mühselig Erlernte (nämlich die Abgrenzung und Differenzierung zum anderen Ge-

schlecht) wieder als ‚natürliche‘ bzw. biologische Tatsache präsentiert. Gitta Mühlen-Achs erklärt in diesem Zusammenhang: „Nicht Biologie und biologische Fakten führen zum gegenwärtig existierenden Geschlechtersystem, sondern die kulturelle Praxis der Klassifikation, deren Ziel die bewußte Herstellung einer Ordnung ist.“ (Mühlen-Achs 1998: 26) Auch Regine Gildemeister verdeutlicht in Bezug auf die kulturelle Geschlechterpraxis: „Aus am Körper verorteten Genitalien entstehen [...] noch keine Geschlechter und auch keine Geschlechterordnung – aber aus einer Geschlechterordnung können Genitalien zu Geschlechtszeichen, zu einem zentralen Bedeutungsgehalt werden.“ (Gildemeister 2001: 69f.)

1.4.3 Das Konzept des ‚doing gender‘

„Wer sich mit ‚doing gender‘ beschäftigt, will beschreiben, wie sich Menschen performativ als männlich oder weiblich zu erkennen geben und mittels welcher Verfahren das so gestaltete kulturelle Geschlecht im Alltag relevant gesetzt wird.“ (Kotthoff 2002: 2)

Das Konzept des ‚doing gender‘⁴¹ entstammt dem symbolischen Interaktionismus⁴² und meint das aktive Herstellen einer als eindeutig ‚weiblich‘ oder ‚männlich‘ identifizierbaren Geschlechtsidentität in der alltäglichen Interaktion mit anderen Menschen. Der Fokus liegt dabei auf das ‚doing‘ bzw. dem ‚machen‘ von Geschlecht, womit vor allem kulturelle Darstellungsstrategien der Individuen in den Vordergrund gerückt und biologische Erklärungsmodelle ausgeblendet werden. Das Modell des ‚doing gender‘ geht davon aus, dass ‚weibliche‘ bzw. ‚männliche‘ Geschlechtsidentitäten im Laufe eines lebenslangen Lernprozesses angeeignet, stabilisiert und immer wieder hergestellt werden. ‚Doing gender‘ ist demnach eine alltägliche Selbstinszenierungsarbeit, die permanent – bewusst oder unbewusst – geleistet werden muss. Das ‚machen‘ von Geschlecht beeinflusst dabei in erheblicher Weise

41 In den USA wurde der Begriff 1978 von den Ethnomethodologinnen Suzanne J. Kessler und Wendy McKenna eingeführt. In ihrem Werk *Gender. An Ethnomethodological Approach* untersuchten sie u.a. die Verfahren der Konstruktion von Geschlecht bei Transsexuellen.

42 Der symbolische Interaktionismus stammt aus der soziologischen Theorie und beschäftigt sich mit der Interaktion zwischen Personen. Die Grundidee ist dabei, dass die Bedeutung der ‚Dinge‘ (unter ‚Dinge‘ werden Situationen, Menschen, Handlungen anderer Personen, Institutionen etc. verstanden) durch soziale Interaktion mit anderen Menschen entsteht bzw. erst hier symbolisch hergestellt wird (vgl. u.a. Blumer 1973 und Mead 1978).

die alltägliche Interaktion der Individuen. ‚Doing gender‘ basiert auf der Annahme, dass Geschlechter bzw. Geschlechtsidentitäten nicht ‚natürlich‘ gegeben sind, sondern immer wieder symbolisch hergestellt werden. Zwei wichtige Funktionen des ‚doing gender‘ können herausgestellt werden: Einerseits wird durch die fortwährende ‚männliche‘ oder ‚weibliche‘ Inszenierung der Individuen das Zweigeschlechtersystem stabilisiert und als einzige ‚Wahrheit‘ gesetzt. Andererseits erscheint die permanente Darstellungsleistung von Geschlechtlichkeit durch ihr Eingebundensein in die Alltagspraxis als ‚naturalisierte‘ bzw. unreflektierte Tätigkeit, die jedoch als bedeutendste Ordnungskategorie zwischen Individuen betrachtet werden kann. Regine Gildemeister betont:

„In einer Gesellschaft, die auf der Polarisierung der Geschlechter beruht, sich die gesamte Lebensgeschichte Einzelner vom ersten Tag an auf dieser Grundlage errichtet, gibt es keine Möglichkeit des Identitätserwerbs jenseits eines Bezuges auf Geschlechtskategorien. Individuen ohne Geschlecht sind nicht vorstellbar. Zugleich ist dieser Prozess wie der der (allgemeinen) Sozialisation nie abgeschlossen.“ (Gildemeister 2001: 74)

Die Ursprünge des ‚doing-gender-Modells‘ liegen in ethnomethodologischen Überlegungen und finden in den USA seit den 1960er Jahren Anwendung.⁴³ In Deutschland wurde diesem Ansatz zunächst wenig Beachtung geschenkt. Lediglich Carol Hagemann-White machte bereits Anfang der 1980er Jahre auf dieses Modell aufmerksam und stellte das in der deutschen Frauenforschung vorherrschende Modell der Sozialisation als Formung der Individuen durch die Gesellschaft in Frage. Das Konzept des ‚doing gender‘ ist insofern zentral für meine Ausgangsüberlegungen, als es nicht nur die Konstruktion von Geschlecht als These formuliert, sondern ihre Herstellungsmechanismen mittels der Interaktionsanalyse durchleuchtet. Vor diesem theoretischen Hintergrund wird die vorliegende Forschungsarbeit verortet. Allerdings muss eine wichtige Unterscheidung zwischen dem Modell des ‚doing gender‘ sowie seiner Methode der Interaktionsanalyse und der Untersuchung von Bil-

43 Frühe Studien befassen sich mit Transsexualität als bewusst gewählter Geschlechtsidentität (vgl. Harold Garfinkels ‚Agnes-Studie‘ in seinem Werk *Studies in Ethnomethodology*, 1967 oder Erving Goffmans *The Arrangements between the Sexes*, in: *Theorie and Society*, Bd.4/1977: 301-331). In Garfinkels ‚Agnes-Studie‘ wird das Verhalten der Transsexuellen Agnes nach ihrer Operation zur Frau untersucht. Diese musste erst erlernen, was das kulturelle ‚Frau-Sein‘ in der Praxis, d.h. im gesellschaftlichen Kontext der 1960er Jahre in Kalifornien bedeutete. So sollte sie beispielsweise in Gesprächen nicht auf ihrer Meinung beharren und sich nicht argumentativ bzw. dominant durchsetzen, da dies gemeinhin als ‚unweiblich‘ galt.

dern bzw. visuellen Repräsentationen von Geschlecht getroffen werden. Bei der Analyse der Fotografien, die im Rahmen dieser Arbeit untersucht werden, soll vor allem auf die theatrale Inszenierung von Geschlecht aufmerksam gemacht werden. Diesbezüglich wird danach gefragt, wie Geschlecht auf visuell-repräsentativer Ebene ‚gemacht‘ und in den jeweiligen soziokulturellen Zusammenhängen mit Bedeutung versehen wird. Oder anders ausgedrückt: Wie wird männlichen und weiblichen Körpern in massenmedialen und künstlerischen Kontexten Sinnhaftigkeit zugeschrieben? Dabei ist in Bezug auf die ausgewählten Bildquellen zu berücksichtigen, dass die Darstellungen den Aspekt der Theatralität⁴⁴ bzw. Inszenierung⁴⁵ besonders in den Mittelpunkt rücken. Das fortlaufende Arrangement des visuellen Repertoires führt dabei in der Regel zu starken Geschlechterstilisierungen. Zudem muss reflektiert werden, inwiefern sich (massenmediale) Geschlechterbilder besonders dazu eignen, moralische Vorstellungen und Ideologien der jeweiligen Gesellschaft zu transportieren und zu fixieren.

In der Auseinandersetzung mit dem Konzept des ‚doing gender‘ und der gleichzeitigen Sichtung des fotografischen Quellenmaterials wurde die Frage entwickelt, welche Bedeutung die Bereitstellung und die massenhafte Verbreitung medial inszenierter Geschlechterbilder – in Bezug auf die alltägliche Selbstdarstellungsleistung der RezipientInnen – gehabt haben könnte. In diesem Zusammenhang wurde auch darüber nachgedacht, inwiefern die medialen Bilder eine Ressource darstellten, auf die in bestimmten Situationen, bewusst oder unbewusst, zurückgegriffen wurde. Ferner muss auch reflektiert werden, dass die Fotografie als ‚Endprodukt‘ immer einen „fotografischen Akt“ (vgl. Dubois 1998), d.h. eine Handlung impliziert, die eine Interaktion zwischen Modell, FotografIn und den RezipientInnen beschreibt. Dubois erklärt in Bezug auf den „fotografischen Akt“:

44 ‚Theatralität‘ verstehe ich in Kombination mit Korporalität als kulturell bedingte Form des Körperausdrucks. Der Körper wird als Inszenierungs- bzw. als Ausstellungsobjekt arrangiert (vgl. DFG-Studie zur Theatralität 1995: 9). In der DFG-Studie *Theater als kulturelles Modell in den Kulturwissenschaften* von 1995 wird ‚Theatralität‘ als „Inszenierung von Körpern zum Zweck der Mimesis, der Maskerade, des Rollenspiels und der Zur-Schau-Stellung“ begriffen. Die Inszenierung erfolgt einerseits durch eine besondere Art von Kleidung, Schminke, Coiffure, andererseits durch bestimmte Techniken und Praktiken der Körperverwendung.“ (DFG 1995: 10)

45 Der Begriff ‚Inszenierung‘ wird im Bereich der Fotografie stark mit ‚Theatralität‘ verknüpft. Er beschreibt u.a. die Interaktion zwischen FotografIn und Modell und geht davon aus, dass sich das Modell über den Akt des Fotografierens bewusst ist und gezielt für die BetrachterInnen bzw. für die Kamera posiert. Vgl. auch Kapitel 2.4.

„Wenn in der Fotografie eine unwiderstehliche, lebendige Kraft steckt, wenn in ihr etwas steckt, was mir absolut schwerwiegend erscheint, [...], dann dies: mit der Fotografie ist es uns nicht mehr möglich, das Bild außerhalb des Aktes zu denken, der es generiert. Das Foto ist nicht nur ein Bild (das Produkt einer Technik und einer Aktion, das Resultat eines Tuns und eines Könnens, eine Gestalt aus Papier, die man einfach als ein in sich geschlossenes, endliches Objekt betrachtet), es ist zunächst einmal auch ein richtiggehender ikonischer Akt, ein Bild, wenn man so will, aber ein arbeitendes Bild, etwas, das man nicht denken kann, ohne seine Umstände zu berücksichtigen, ohne das Spiel, das es belebt, mitzudenken, ohne es buchstäblich nachzuvollziehen: es ist etwas, das zugleich und konsubstantiell ein Bild-Akt, ein Bild und ein Akt (image-act) ist, wobei sich von selbst versteht, daß sich dieser Akt nicht banal auf die bloße Geste der eigentlichen Produktion des Bildes (die Geste des Aufnehmens) beschränkt, sondern auch den Akt der Rezeption und der Betrachtung des Bildes einschließt. Die Fotografie als etwas, was mit seiner ganzen Äußerung untrennbar verbunden ist, als Bilderfahrung, als gänzlich pragmatisches Objekt. Daraus wird ersichtlich, wie sehr dieses mechanische, optisch-chemische und angeblich objektive Medium [...] im Grunde ontologisch die Frage nach dem Subjekt und, genauer, nach dem Subjekt als Prozeß impliziert.“ (Dubois 1998: 19)

In Bezug auf massenmediale Bilder der 1920er und 1930er Jahre kann davon ausgegangen werden, dass mögliche AdressatInnen bereits im Herstellungsprozess gezielt mitgedacht wurden. Die Interaktionsebenen zwischen Modell, Fotografin und RezipientInnen können aber im Rahmen der vorliegenden Arbeit nur bedingt untersucht werden (sofern sie auf den untersuchten Fotografien sichtbar werden⁴⁶), da vornehmlich Bildanalysen und keine Interaktionsanalysen im Vordergrund stehen. Allerdings wird in Kapitel 4 der Frage nachgegangen, wie sich die massenmedialen Weiblichkeitsdarstellungen auf die künstlerischen Arbeiten einiger damaliger Fotografinnen auswirkten bzw. wie diese auf die massenmedialen Bilder reagierten. Ich unterstelle demnach, dass die Medienbilder eine Reaktion evozierten und dies in den künstlerischen Produktionen der Fotografinnen teilweise sichtbar wurde.

Das Konzept des ‚doing gender‘ ist auf gesellschaftliche, kulturelle und vor allem auf visuelle Ressourcen angewiesen. Um diese zu erfassen, soll im Folgenden die eigenständige Diskussion um geschlechtsspezifische Körpersprache beleuchtet werden, die bis in die 1970er Jahre zurückgeführt werden kann. Die körpersprachlichen Studien erscheinen insofern ergiebig, als sie die Produktionsmechanismen von Geschlecht visualisieren und die Stilisierung von Geschlechterarrangements ikonographisch veranschaulichen.

46 Vgl. die Fotografien aus Kapitel 3.2.6, die die Interaktion zwischen Filmstars, Regisseuren, Beleuchtern etc. auf visueller Ebene veranschaulichen.

1.4.4 Geschlechtsspezifische Körpersprache

Für die Interpretation des visuellen Materials zum Thema Weiblichkeits- bzw. Geschlechterinszenierungen sollen auch Ansätze zur geschlechtsspezifischen Körpersprache berücksichtigt werden. Überlegungen zur geschlechtsspezifischen Darstellung des Körpers erlangten gegen Ende der 1970er Jahre mit der Thematisierung des Frauenbildes in feministischen Zusammenhängen eine zentrale Bedeutung. Im Kontext der vorliegenden Arbeit wird auf die Studien von Erving Goffman, Nancy M. Henley, Marianne Wex und Gitta Mühlen Achs Bezug genommen, die die Konstruktionsmechanismen von Geschlecht auf körpersprachlicher Ebene beleuchten und sich mit geschlechtsspezifischer Körpersprache als gesellschaftlichem Herrschafts- bzw. Machtsystem befassen. Die genannten AutorInnen enthüllen in ihren Bildanalysen ‚harmlose‘ Körperposen und Gesten als Ausdrucksmittel einer hierarchischen Geschlechterordnung. Ihren Ergebnissen zur Folge geht es in den visuellen geschlechtsspezifischen Körperarrangements auch immer um Ressourcen, Machtpositionen und gesellschaftliche Einflussnahme. Dabei wird der Körper als symbolisches System begriffen, in welchem sich Zeichen ideologischer und kollektiver Vorstellungen verdichten (vgl. Mühlen Achs 1995: 23). Im Folgenden sollen die einzelnen Studien vorgestellt werden, um ihre Relevanz für die in der Arbeit angewandte Bildinterpretationsmethode aufzuzeigen.

Der Soziologe Erving Goffman untersucht in seiner Studie *Geschlecht und Werbung* (1981)⁴⁷ visuelle Geschlechterdarstellungen und die Methoden der Geschlechterstilisierung in Werbeanzeigen. Die Fotografien, die aus Zeitungen und Massenzeitschriften stammen, werden in thematische Sujets geordnet, die die Geschlechterverhältnisse in verschiedenen gesellschaftlichen Kontexten aufzeigen. Goffman analysiert Themenbereiche wie ‚relative Größe‘, ‚weibliche Berührung‘, ‚Rangordnung nach Funktion‘, ‚Familie‘, ‚Rituale der Unterordnung‘ und ‚zulässiges Ausweichen‘. Dabei geht er der Frage nach, wie Geschlechterbeziehungen und -stereotypen visuell konstruiert werden und inwiefern diese fotografischen Arrangements mit ‚realem‘ Geschlechtsrollenverhalten in Verbindung stehen. Werbebilder erscheinen ihm zur Analyse der Geschlechterbeziehungen insofern von Bedeutung, als diese „ritualisierte Verhaltensweisen, wie sie in verschiedenen Kontexten des täglichen Lebens vorkommen, besonders gern in ‚hyperritualisierter‘ Form“ (Goffman 1981: 113) aufgreifen. In seiner Untersuchung konstatiert Goffman, dass die ‚relativen‘ Größenverhältnisse zwischen männlichen und weiblichen Figuren überwiegend als Mittel genutzt werden, um Systeme von Dominanz und Unterordnung zu repräsentieren. So mache sich die gesellschaftliche Status-Überlegenheit des

47 Die englische Originalausgabe trug den Titel *Gender Advertisement* und erschien 1976.

Mannes gegenüber der Frau visuell in überhöhten Körperpositionen und im größeren Körperrumfang bemerkbar (vgl. Goffman 1991: 120). Männer würden in der Regel größer und kräftiger inszeniert als Frauen, wobei die Darstellung physischer Überlegenheit in westlichen Kulturen auch immer die Funktion habe, einen höheren sozialen Rang, Macht und Autorität zu symbolisieren.

Des Weiteren verweist Goffman auf das Phänomen der ‚weiblichen Berührung‘ bzw. ‚Selbstberührung‘ und hält fest, dass weibliche Hände eher leicht und zärtlich berühren, männliche dagegen anpacken, zugreifen und festhalten. Die weibliche Selbstberührung mache vor allem auf den weiblichen Körper als etwas Zartes, Kostbares und Empfindliches aufmerksam (vgl. Goffman 1991: 125 ff.). Bei der Analyse der Kategorie ‚Rangordnung nach Funktion‘ kommt Goffman zu dem Schluss, dass Männer und Frauen, die zusammenarbeiten, häufig nach einem bestimmten Muster dargestellt werden: Männer übernehmen vielfach den aktiven, belehrenden Part. Frauen dagegen nähmen eher eine passive Rolle ein, seien Zuhörerinnen bzw. Helferinnen und ließen sich Dinge erklären. Bei der Kategorie ‚Familie‘ bzw. ‚Familiendarstellungen‘ konstatiert Goffman, dass besonders in der Werbung die Kleinfamilie mit Mutter, Vater und Kind(ern), d.h. also die Kernfamilie, als Ideal postuliert werde. Interessant erscheint ihm, dass mit darstellerischen Mitteln versucht werde, Mädchen in einer besonderen Beziehung zur Mutter und Jungen in einem besonderen Verhältnis zum Vater zu arrangieren. Die Figur des Vaters stehe zudem häufig in einer etwas abgerückten Position, womit gleichzeitig auf seine Beschützer-Funktion verwiesen werde (vgl. ebd.: 161). Unter ‚Rituale der Unterordnung‘ versteht Goffman u.a. Formen der körperlichen Verneigung. Das Liegen auf dem Sofa oder Fußboden könne z.B. sexuelle Unterordnung bzw. Verfügbarkeit signalisieren (vgl. ebd.: 169). Des Weiteren vermittele eine schräge Kopfhaltung, bei welcher der Kopf einer Person gegenüber anderen gesenkt werde, sowohl einen Eindruck der Unterwürfigkeit als auch der Liebenswürdigkeit (vgl. ebd.: 186). Bei den so genannten ‚dyadischen Zeichen der Bindung‘ (ebd.: 213), welche Personenpaare präsentiert, die ein körperliches Zusammengehörigkeitsgefühl offenbaren, arbeitet Goffman vier verschiedene Inszenierungsformen heraus. Bei dem symmetrischen Arrangement stehen die Paare der Anordnung nach auf gleicher Ebene und nehmen die gleiche soziale Rolle ein. Der untergehaltene Arm symbolisiert in der westlichen Kultur dagegen, dass „eine Frau unter dem Schutz und im Gewahrsam des sie begleitenden Mannes“ steht (ebd.: 215). Auch der um die Schulter gelegte Arm stellt nach Goffman eine asymmetrische Beziehung zwischen den gezeigten Figuren dar, zumal davon ausgegangen wird, dass derjenige, der in den Arm genommen wird, schwächer ist, als derjenige, der beschützend festhält. Ferner verweist die Geste auf ein „sexuelles Besitzverhältnis“ (ebd.: 217). Bei der letzten Ka-

tegorie, dem ‚zulässigen Ausweichen‘, konstatiert Goffman, dass Frauen häufiger als Männer in Situationen dargestellt werden, die sie entrückt und isoliert zeigen. Expressive, emotionale und unkontrollierte Gesichtsausdrücke würden häufig bei Frauen durch ein Verbergen des Gesichts hinter den Händen kompensiert (vgl. ebd.: 224). Auf diese Weise werde das Gesicht teilweise versteckt, so als entziehe man sich den Blicken der anderen, könne aber selbst noch genau beobachten. Dagegen symbolisiere das Abwenden des Blickes bzw. Kopfes in bestimmten Situationen sowohl ein sich Zurückziehen aus der Szene als auch eine Demutshaltung (vgl. ebd.: 246). Abschließend hält Goffman fest, dass die von ihm untersuchten Geschlechterbilder in der Werbung Idealvorstellungen von Männern und Frauen transportieren und zur „Hyper-Ritualisierung“ bzw. zur Übertreibung, Stereotypisierung und Vereinfachung der Figuren neigen. Reklamebilder zeigen männliche und weibliche Figuren insgesamt in stark ritualisierter Form und machen darauf aufmerksam, wie ‚ideale‘ Geschlechterkonstellationen auszusehen haben. Mit seiner Untersuchung deckt Goffman die Kategorie Geschlecht als naturalisiertes Ordnungsprinzip auf (vgl. Kotthoff 1994: 160) und expliziert die Funktionsweisen eines patriarchal strukturierten Gesellschaftssystems.

In seinem Aufsatz *Das Arrangement der Geschlechter* aus dem Jahre 1977 bezieht sich Goffman im Gegensatz zu *Geschlecht und Werbung* auf alltägliche Praktiken bzw. Interaktionen und weniger auf massenmediale Repräsentationen von Geschlecht. Seine Studie offenbart, wie sich Männer und Frauen im Alltag fortwährend als solche kenntlich machen und inszenieren. In diesem Zusammenhang verweist Goffman auf die Kategorie Geschlecht als Gegenstand „institutioneller Reflexivität“⁴⁸ (Goffman 1994: 139). Darunter versteht er, dass das soziale Geschlecht so institutionalisiert werde, dass genau diejenigen Eigenschaften und Charakteristiken des Männlichen und Weiblichen ausgebildet würden, die die unterschiedliche Institutionalisierung begründen. Auf diese Weise könnten Geschlechtsrollenstereotype bzw. -differenzierungen institutionell verankert werden. Demnach werde die Geschlechterdifferenz nicht nur mittels menschlicher Interaktionen produziert, sondern auch durch Institutionen gesteuert und gefestigt. Wichtig dabei sei, dass an Männer und Frauen auf institutioneller Ebene unterschiedliche Erwartungen und Anforderungen herangetragen würden, die ganz bestimmte Verhaltensweisen nach sich zögen. Diese unterschiedlichen, gesellschaftlich vorgegebenen Vorstellungen bezüglich der Darstellung von Geschlecht produzierten und reproduzierten sich permanent. Helga Kotthoff erklärt in diesem Zusammenhang, dass die Institutionalisierung

48 Hubert A. Knoblauch erklärt, dass die ‚institutionelle Reflexivität‘ als „Schnittstelle zwischen Interaktionsordnung und Gesellschaftsstruktur“ betrachtet werden kann (Knoblauch 1994: 41).

nung des Zweigeschlechtersystems immer auch normative Platzzuschreibungen impliziere und differente Zugangsmöglichkeiten zu machtvollen gesellschaftlichen Positionen einschlieÙe (vgl. Kotthoff 1994: 162f.).

Ähnlich wie Goffman macht auch die Psychologin Nancy M. Henley in ihrem Werk *Körperstrategien. Geschlecht, Macht und nonverbale Kommunikation* (1989)⁴⁹ auf die hierarchischen Strukturen körpersprachlicher Prozesse aufmerksam. Dabei analysiert sie vor allem die Aspekte Körperhaltung, Gesichtsausdruck, Gesten, Berührungen, Blicke/Augenkontakt und räumliches Verhalten, wobei sie Berührungen und Blicke als „Schwergewichte nonverbaler Kommunikation“ (Henley 1989: 221) bezeichnet. In ihrer Untersuchung⁵⁰ hebt sie hervor, dass geschlechtsspezifische Körpersprache eine zentrale Rolle spielt, wenn es darum geht, Dominanzpositionen zwischen den Geschlechtern zu manifestieren (vgl. Henley 1989: 258). Bezüglich hierarchischer Geschlechtercodes betont sie: „Dieselben Verhaltensweisen, die der Überlegene dem Unterlegenen zeigt, sind jene, die auch Männer gegenüber Frauen zeigen; und Frauen zeigen Männern gegenüber die Verhaltensweisen, die charakteristisch für das Verhalten eines Unterlegenen gegenüber einem Überlegenen sind.“ (Henley 1989: 259) In der Folge behandelt die Autorin unterschiedlichste Dominanz- und Unterwerfungsgesten, die sie mit den Kategorien Geschlecht, Rasse und soziale Schicht in Beziehung setzt. Als Dominanzgesten führt sie beispielsweise das Zurücklehnen des Oberkörpers in der Sitzhaltung und das gleichzeitige Verschränken der Hände hinter dem Kopf auf. Auch das Auf-die-Hüfte-Stemmen der Hände stehe für eine gebieterische Haltung (vgl. Henley 1989: 186). Eine weitere Dominanzgeste sei die bildliche In-Besitz-Nahme bestimmter Objekte und Personen durch einnehmende Körpergesten, z.B. das Legen des Beins über die Sessellehne oder das Platzieren des Fußes auf dem Schreibtisch etc. Besitzrechte am anderen würden zudem durch Gesten wie das Herumlegen des Arms um die Taille des anderen oder das Halten der Hand symbolisiert. Die Autorin betont, dass bei Dominanzgesten die Hände meist eine zentrale Rolle spielten, wobei sie auf die Geste des „Spitzdaches“ (Begriff von Birdwhistell, zit. n. Henley 1989: 189) verweist, die als Demonstration von Herrschaftsansprüchen gelesen werden kann. Dabei werden die Fingerspitzen der Hände so zusammengelegt, dass sich ein Spitzdach ergibt. Diese Geste stehe für Überheblichkeit, Selbstsicherheit, Stolz und Ego-

49 Die amerikanische Originalausgabe erschien 1977 unter dem Titel *Body Politics*.

50 Henley führte verschiedene Forschungsprojekte zu nonverbaler Kommunikation und Macht durch (u.a. während ihres postdoktoralen Jahres an der Harvard Universität) und beobachtete zahlreiche Versuchspersonen. Zudem greift sie u.a. auf die Studien von Erving Goffman, Roger Brown und Ray Birdwhistell zurück, auf deren Werke sie ihre Thesen aufbaut (vgl. Henley 1977: 10).

ismus und sei ein Zeichen, das eher in Männlichkeitsinszenierungen benutzt werde. Als Unterwerfungspose führt Henley dagegen die traditionell-weibliche Kopfhaltung an, die aus einer Schräghaltung des Kopfes (Kehlpräsentation) mit gleichzeitig gesenktem oder bewunderndem Blick bestehe. Im Unterschied dazu würden Männer auf Porträts eher mit einer geraden und frontal in die Kamera blickenden Kopfhaltung präsentiert. Als weiteres submissives Körpersymbol gelte zudem das Dauerlächeln bei Frauen, das beschwichtigend und beruhigend auf BetrachterInnen wirke.

Henley verweist in ihrer Studie darauf, dass Weiblichkeits- bzw. Männlichkeitsbilder ungleiche Rollenzuschreibungen vornähmen und über die wiederholte Darstellung festigten. Sie betont: „Wenn mit den Signalen des einen Geschlechts typischerweise Submission verknüpft ist, mit denen des anderen Dominanz, dann handelt es sich hier weniger um Geschlechtsdarstellung, sondern um die Zurschaustellung von Macht.“ (Henley 1989: 202) Die Autorin fragt damit immer wieder nach der Beziehung zwischen geschlechtsspezifischer Körpersprache und der Erhaltung des Machtgefälles zwischen Männern und Frauen in westlichen Gesellschaften (vgl. Henley 1989: 232). In diesem Zusammenhang expliziert sie, dass „viele nonverbale Verhaltensweisen, die bedeutungslos zu sein scheinen und vermeintlich nichts mit Macht zu tun haben, in Wirklichkeit Ausdruck von Geschlechtsprivilegien“ seien (Henley 1989: 268). Folglich diene das beharrliche Herausarbeiten der Geschlechterdifferenz auf visueller Ebene vornehmlich dazu, Kluft zwischen den Geschlechtern zu schaffen und zu vertiefen (vgl. Henley 1989: 198). Im Hinblick auf die subtile Wirkungsmacht nonverbalen Verhaltens verdeutlicht Henley: „Nonverbales Verhalten ist das Medium, durch das sich Menschen am leichtesten manipulieren lassen – es ist der Punkt, an dem soziale Kontrolle am unauffälligsten, aber doch sehr wirksam angesetzt werden kann, damit die Sozialstruktur intakt bleibt.“ (Henley 1989: 272) Auf dieser Ebene könne auf fast unbemerkte Art und Weise Einfluss auf gesellschaftliche Ordnungssysteme genommen werden. Bezüglich der Rollenverteilung zwischen Frauen und Männern sei dies der ideale Ort, um bestehende Rangordnungen aufrechtzuerhalten und zu ‚naturalisieren‘.

Dagegen erstellte Marianne Wex in jahrelangen fotografischen Studien rund 6000 Fotografien, mit deren Hilfe sie ‚männliche‘ und ‚weibliche‘ Körpersprache eingehend studierte. In *‚Weibliche‘ und ‚männliche‘ Körpersprache als Folge patriarchalischer Machtverhältnisse* (1979) richtet sie ihren Blick vor allem auf alltägliche Interaktionen zwischen Frauen und Männern. Sie unterscheidet zwischen zwei Kategorien von Körperhaltungen und Gebärden: solche, die gemeinsam mit Sprache auftauchen, und solche, die ohne Sprache zum Einsatz kommen. Wex interessieren vor allem unbewusste Bewegungen bzw. das unwillkürliche Einnehmen

von Haltungen innerhalb kommunikativer Prozesse. In ihrer Studie geht sie von der These aus, dass Mädchen und Jungen von Kindheit an erlernen, sich unterschiedlich und in Abgrenzung voneinander zu bewegen und in Pose zu setzen. Beim Zusammentragen des Bildmaterials greift Wex außerdem auf massenmediale Körperbilder aus Zeitschriften, Katalogen etc. zurück. In ihrer Untersuchung stellt sie den medial inszenierten Bildern die ‚unbewussten‘ Körperbilder gegenüber und kommt zu dem Schluss, dass sie sich kaum in Bezug auf Haltungen und Posen unterscheiden. Diese Erkenntnis führt bei Wex jedoch nicht zu der Frage, wie sich diese Parallelen genauer erklären lassen bzw. wie diese Analogien funktionieren. Sie stellt lediglich fest, dass medial präsentierte Weiblichkeits- und Männlichkeitsposen auch bei Frauen und Männern sichtbar werden, die sie im Alltag auf der Straße beobachtet und fotografiert. Der Akt des Fotografierens bleibt dabei stets unbemerkt, was bedeutet, dass sich die Personen auf der Straße nicht für die Fotografin in Szene setzen. Dennoch nahmen sie immer wieder Haltungen ein, die vor allem aus medialen Kontexten bekannt sind.

Nach der Auswertung ihres umfangreichen Bildkonvoluts kann Wex festhalten, dass Frauen dazu tendieren, sich mit ihrem Körper eher schmal und klein zu machen, während Männer häufig raumgreifende Gesten und Haltungen einnehmen. Dementsprechend halten Frauen die Arme sehr eng am Körper und die Füße dicht zusammengestellt, wobei die Fußspitzen oft nach innen zeigen. Männer dagegen stehen eher breitbeinig mit dem Gewicht auf beiden Beinen gleichmäßig verteilt. Die Fußspitzen zeigen tendenziell nach außen. Zwar beobachtet Wex wenige Ausnahmen, bei denen Männer eher weiblich und Frauen eher männlich konnotierte Haltungen einnehmen, doch tauche dies vereinzelt bei Kindern, alten oder sozial schwachen Männern und Frauen auf. Wex beobachtet eine ‚Unumkehrbarkeit‘ der geschlechtsspezifischen Körperhaltungen. Typische Männergesten, die ein zentrales Symbol für Herrschaftsansprüche darstellen, werden für Frauen insofern tabuisiert, als Frauen, die in raumgreifenden Dominanzhaltungen posieren, in den Medien meist als Sexobjekte ausgestellt werden. Auf diese Weise erscheinen die männlich konnotierten Haltungen für Frauen tabuisiert. Wex‘ Studie kann als Bilderbuch bzw. Enzyklopädie geschlechtsspezifischer Körpersprache betrachtet werden. Im zweiten Teil ihrer Untersuchung analysiert sie körpersprachliche Aspekte im historischen Vergleich, wobei sie Fotografien aus dem eigenen Bildkonvolut mit Darstellungen aus unterschiedlichen historischen Epochen in Beziehung setzt. Dabei geht Wex von der Annahme aus, dass auch die Körpersprache einem historischen und gesellschaftlichen Wandel unterlegen ist. In der Auseinandersetzung und Gegenüberstellung historischer und zeitgenössischer Darstellungen kommt sie schließlich zu dem Ergebnis, dass es zu keiner Zeit so starke Differenzen in der Darstel-

lung von Geschlechtlichkeit gegeben habe wie in ‚aktuellen‘⁵¹ Abbildungen (vgl. Wex 1980: 202).

Des Weiteren sollen auch die Studien der Psychologin Gitta Mühlen Achs für die vorliegende Untersuchung fruchtbar gemacht werden.⁵² Mühlen Achs bezieht sich wie Henley in ihren körpersprachlichen Studien stark auf Goffmans Ansatz und beschreibt in *Geschlecht bewusst gemacht. Körpersprachliche Inszenierungen* (1998) und *Wer führt? Körpersprache und die Ordnung der Geschlechter* (2003), wie Geschlecht auf visueller Ebene immer wieder bewusst oder unbewusst inszeniert wird. Außerdem macht sie deutlich, wie die Ordnungskategorie Geschlecht in medialen Darstellungen als wichtigster Bezugspunkt gesetzt wird. Anhand von Bildmaterial aus Tageszeitungen, Illustrierten und Katalogen untersucht Mühlen Achs Männlichkeits- und Weiblichkeitsdarstellungen nach Körperhaltungen, Gestik, Mimik, Blick etc. und kritisiert dabei die Konstruktion von weiblichen und männlichen Stereotypen⁵³, die asymmetrische Machtverhältnisse und gesellschaftliche Positionen verfestigen. Sie verdeutlicht ferner, wie normativ und divergierend die gesellschaftlichen Glaubensvorstellungen bezüglich der visuellen Darstellung von Männern und Frauen gesetzt werden und zeigt auf, inwiefern soziale Erwartungen und Rollenzuschreibungen durch den Einsatz von Körpersprache zum Ausdruck kommen. Wie Goffman ist Mühlen Achs der Auffassung, dass massenmediale Geschlechterbilder nicht losgelöst von bestehenden gesellschaftlichen Machtverhältnissen behandelt werden können. In ihren Untersuchungen macht sie auch auf die verschiedenen Ebenen der Medienproduktion und -bearbeitung aufmerksam, die sich fest in ‚männlicher Hand‘ befänden. Dabei geht sie davon aus, dass mediale Frauenbilder vornehmlich männliche Phantasievorstellungen spiegeln: „So ist das ‚Bild der Frau‘ [...] genau genommen das Bild des Mannes von der Frau.“ (Ebd.: 15) Und an anderer Stelle unterstreicht sie:

51 Wobei ‚aktuell‘ hier die Abbildungen der 1970er und 1980er Jahre meint.

52 Mühlen Achs bezieht sich u.a. auf massenmediale Fotografien aus den Printmedien (Zeitschriften, Kataloge etc.) sowie auf die Untersuchungen aus ihren Seminaren zu Körpersprache, Macht und Geschlecht an der Universität München, in welchen die TeilnehmerInnen Rollenspiele durchführten, die auf Video aufgenommen und anschließend analysiert wurden (vgl. Mühlen Achs 1998: 111f.).

53 In Bezug auf die Funktion von Stereotypen erklärt Mühlen Achs: „Selbstverständlich reflektieren Stereotype nicht die Realität. Aber sie eignen sich in ganz besonderer Weise dazu, Ideale zu zementieren und auch über den Ablauf ihres gesellschaftlichen Haltbarkeitslimits hinaus zu konservieren.“ (Mühlen Achs 1998: 15)

„Die geschlechtsspezifische Medienforschung deckt auf, daß der mediale Blick auf die Welt und die Frauen ein grundsätzlich männlicher und heterosexueller Blick ist. Als hegemonialer *male gaze* gibt dieser Blick seine Lesart der Texte als Norm vor, der sich subdominante Männergruppen (Schwule, Schwarze, Behinderte etc.) wie natürlich die insgesamt als subdominant betrachtete Gruppe der Frauen zu unterwerfen haben.“ (Mühlen Achs 1998: 37)

Mühlen Achs verdeutlicht, dass sich vor allem im angloamerikanischen Raum eine feministische Medienwissenschaft herausgebildet habe, die sich vornehmlich auf die (filmwissenschaftlichen) Theorien von Laura Mulvey (1980) und E. Ann Kaplan (1984) bezögen. Innerhalb dieses feministischen Medienzweigs würden Frauen- bzw. Geschlechterbilder in den Medien wie folgt begriffen:

„Das Frauenbild wird [...] als signifikantes Zeichen eines bestimmten Geschlechterverhältnisses verstanden [...]. Die Geschlechterstereotypen werden gesellschaftlich als integrale Elemente eines Konzepts aufgefaßt, das beide Geschlechter, und zwar in Abhängigkeit voneinander, definiert und festlegt. Die Medien selbst werden als ein politisches System von Repräsentationen verstanden, das auf der Basis von geschlechtsklassenspezifischen Zeichen funktioniert, d.h. von Zeichen, die jene Aspekte von ‚Weiblichkeit‘ und ‚Männlichkeit‘ signifizierte, durch die die herrschende Ordnung der Geschlechter aufrecht erhalten wird.“ (Mühlen Achs 1995: 21)

Die Autorin hält fest, dass Diskriminierung auf visueller Ebene häufig auf subtile Art und Weise passiere, da sich hierarchische Körperposen von Dominanz und Unterordnung bereits von Kindheit an in die Körpersprache der Geschlechter einschreiben und als ‚natürlich‘ empfunden werden (vgl. Mühlen Achs 1998: 64). Die Ungleichheit der Geschlechter werde damit keineswegs nur oberflächlich hergestellt und beruhe auch nicht auf banale Herrschaftsansprüche einzelner Männer. Vielmehr werde sichtbar, wie stark genormtes bzw. genderisiertes Körperverhalten im Zweigeschlechtersystem verankert sei und wie stark sich patriarchal strukturierte Machtverhältnisse über die geschlechtsspezifische Körpersprache äußerten. Auf den meisten Bildern werde immer wieder die allgemeine Vorstellung bestätigt, dass Männer und Frauen von ‚Natur‘ aus verschieden seien: Frauen seien emotional und beziehungsorientiert, Männer dagegen aggressiv und rational. Bei der Darstellung dieser Merkmale funktioniere der Körper als symbolische Ausdrucksform, in die sich gesellschaftliche und kulturelle Vorstellungen einschreiben. Ausschlaggebend erscheint die Tatsache, dass dieser Prozess des Einschreibens mit den Mitteln der ‚Verinnerlichung‘ und ‚Naturalisierung‘, d.h. auf eine unbewusste Art passiere, die

weder direkt mit Macht noch mit dem Zwang gesellschaftlich vorgegebener Rollenklischees in Verbindung gebracht werde (vgl. Mühlen Achs 1998: 16). In diesem Zusammenhang verweist die Autorin auch auf das „Kriterium der Unumkehrbarkeit“ (ebd.: 42) der Geschlechterdarstellungen, d.h. auf die Tatsache, dass bestimmte Körperposen und Haltungen geschlechtsspezifisch sind und nicht ohne weiteres vom jeweils anderen Geschlecht adaptiert werden können.⁵⁴ Erst durch dieses Prinzip der Irreversibilität würden Körperzeichen eine soziale Bedeutung erlangen und auf die Ungleichheit der Geschlechter verweisen.

Nachdem in Kapitel 1 die Forschungsfragen, das Quellenmaterial und die theoretische Verortung bzw. die Perspektive, aus der heraus auf die Bilder geblickt werden soll, veranschaulicht wurden, soll das nun folgende Kapitel die spezifischen Eigenschaften des Mediums Bild bzw. Fotografie beleuchten.

54 Mühlen Achs bezieht sich an dieser Stelle auf Goffman, der bereits auf die ‚Unumkehrbarkeit‘ einiger Geschlechtsmarker verwies. Ihr geht es in ihren Analysen jedoch in erster Linie darum, diese ‚Unumkehrbarkeit‘ der Geschlechterbilder in Frage zu stellen und aufzulösen, um Frauen und Männern auf körpersprachlicher Ebene eine Vielfalt an Ausdrucksmöglichkeiten zugänglich zu machen.