ARBEITSPAPIER – WORKING PAPER 2019 188

Christopher J. Hohl

Ausgrenzung und Ästhetisierung: Geschichte und Deutung zweier Fotografien von Menschen mit Albinismus

ARBEITSPAPIERE DES INSTITUTS FÜR ETHNOLOGIE UND AFRIKASTUDIEN

WORKING PAPERS OF THE DEPARTMENT OF ANTHROPOLOGY AND AFRICAN STUDIES

JOHANNES GUTENBERG UNIVERSITÄT MAINZ

Herausgegeben von / The Working Papers are edited by:
Institut für Ethnologie und Afrikastudien, Johannes Gutenberg-Universität, Forum 6, D-55099 Mainz, Germany. Tel. +49-6131-3923720; Email: ifeas@uni-mainz.de; http://www.ifeas.uni-mainz.de
http://www.ifeas.uni-mainz.de/92.php

Geschäftsführende Herausgeberin / Managing Editor: Maike Meurer (meurer@uni-mainz.de)

Copyright remains with the author.

Zitierhinweis / Please cite as:
Hohl, Christopher J. (2019): Ausgrenzung und Ästhetisierung: Geschichte und Deutung zweier Fotografien von Menschen mit Albinismus. Arbeitspapiere des Instituts für Ethnologie und Afrikastudien der Johannes Gutenberg-Universität Mainz, 188.

Hohl, Christopher J.: Ausgrenzung und Ästhetisierung: Geschichte und Deutung zweier Fotografien von Menschen mit Albinismus.

Abstract

Based on the history and comparison of two photographs, this text elaborates different depictions and perceptions of hypopigmented bodies. Their stagings and interpretations vary between racial framings, an interpretation as a bearer of magical potency, the medicalized framing as a metabolic disorder, and the aesthetization as an appealing asset. Thus, albinism either appears as a stigma or instead constitutes the charisma of those affected. In this respect, the two photographs discussed in the text are both means and examples to the changing representation of persons with albinism.

Zusammenfassung

Anhand der Geschichte und des Vergleichs zweier Fotografien arbeitet der Text unterschiedliche Darstellungen und Wahrnehmungen hypopigmentierter Körper heraus. Deren Inszenierungen und Deutungen schwanken zwischen rassisierenden Rahmungen, einer Interpretation als Träger magischer Potenz, der medikalisierten Rahmung als Stoffwechselstörung und der Ästhetisierung als reizvolle Besonderheit. Dabei erscheint Albinismus entweder als Stigma oder begründet das Charisma der Betroffenen. Die diskutierten Fotografien sind insofern sowohl Mittel als auch Zeugnisse einer sich wandelnden Repräsentation albinotischer Personen.

Schlagworte / Keywords: Albinismus, Benetton, Charisma, Rahmen-Analyse, Stigma, Werbung

Der Autor

Christopher J. Hohl ist Doktorand der Ethnologie am Institut für Ethnologie und Afrikastudien der JGU Mainz. Von 2016 bis 2019 war er Mitarbeiter im Forschungsprojekt „Un/doing Albinismus: Rekodierungen einer verkörperten Differenz in historisch variablen Rahmungen“, einem Teilprojekt der von der Deutschen Forschungsgemeinschaft geförderten Forschungsgruppe „Un/doing Differences. Praktiken der Humandifferenzierung“.

E-Mail: chohl@uni-mainz.de

Einleitung

Noch nie waren Menschen mit Albinismus in den Medien so präsent wie in den letzten zehn Jahren. Die Gründe dafür liegen in so aktuellen wie gegensätzlichen Entwicklungen: der Verfolgung von Menschen mit Albinismus, insbesondere in Teilen Ostafrikas, einerseits sowie ihrer nahezu weltweiten Glorifizierung in der Modeindustrie und Kunstfotografie andererseits. Zwischen diesen Gegensätzen bewegen sich auch die variierenden Rahmungen zweier Fotografien aus Südafrika, die Gegenstand dieses Aufsatzes sind.[1]

Beide Bilder zeigen Teilnehmerinnen der alljährlichen uMkhosie woMhlanga-Zeremonie in der südafrikanischen Provinz KwaZulu-Natal. In beiden Aufnahmen wird ein farblicher Kontrast inszeniert, indem in der Bildmitte jeweils eine junge Frau im Fokus steht, die sich durch ihre helle Haut und ihre blonden Haare von den restlichen Teilnehmerinnen mit ihren vergleichsweise dunklen Hauttönen und schwarzen Haaren abhebt. In der älteren Aufnahme (Abb. 1) verstärkt der räumliche Graben zwischen der hellhäutigen Einzelperson und der Gruppe dunkelhäutiger Frauen den farblichen Kontrast der Körper noch durch jenen von Individuum und Kollektiv. Die Einzelperson in der Mitte hält den Kopf leicht gesenkt und kaut verlegen auf ihrem Finger. Einige der Umstehenden scheinen sie anzustarren. Es entsteht der Eindruck, dass sie die helle Frau wegen ihres besonderen Aussehens ausgrenzen. In der jüngeren Aufnahme (Abb. 2) hingegen steht die hellhäutige, blonde Frau in einer Reihe mit den anderen jungen Frauen. Mit ihren in die Hüfte gestemmten Händen strahlt sie Selbstsicherheit aus. Ihr leicht gehobenes Kinn und der Blick über die Betrachter:in hinweg wirkt selbstbewusst. Es scheint als sei sie Teil der Gruppe und stolz auf ihr Aussehen. Angelegt werden diese Eindrücke durch die jeweiligen Inszenierungsstrategien der Fotografen. In der älteren Aufnahme platziert der Franzose Yves Gellie den Horizont über den Köpfen der Abgebildeten und lässt uns als Betrachter:in auf diese herabblicken. In der zweiten Fotografie legt der italienische Pressefotograf Marco Longari den Horizont hingegen auf Brusthöhe und lässt uns zu seiner Protagonistin aufblicken. Was Gellie Anfang der 1990er Jahre noch als Stigma darstellt, erscheint bei Longari 2014 als Charisma.

Albinismus ist ein umstrittenes Phänomen. Nicht nur die moralische Bewertung, auch die ontologische Rahmung hypopigmentierter Körper variiert historisch und kulturell. In der Biomedizin ist unter Albinismus heute eine Gruppe angeborener und genetisch bedingter Stoffwechselerkrankungen bekannt, die aufgrund einer Störung der Melaninsynthese zu einer vergleichsweise geringen Pigmentierung der Haut, Haare und/oder Retina führen. Aufgrund der eingeschränkten Sehfähigkeit sowie der erhöhten Gefahr an Hautkrebs zu erkranken wird Albinismus inzwischen auch als Behinderung anerkannt. Diese biomedizinische Auffassung von Albinismus vertreten nicht zuletzt viele Aktivist:innen, um konkurrierende Konzeptionen des ‚besonderen Weißseins' als gefährliche Mythen zu entkräften. Denn nicht nur Hollywood-Filme wie *Powder* von 1995 oder *Matrix Reloaded* aus dem Jahr 2003 entwerfen hypopigmentierte Körper als Träger übernatürlicher Fähigkeiten. In Teilen Ostafrikas, insbesondere Tansanias, werden den Körperteilen sogenannter *Zeruzeru* – wie Tansanier:innen mit hellbeigefarbener Haut und blonden Haaren vor Ort bezeichnet werden – magische Kräfte zugeschrieben (Denny im Druck; Schüle 2013). In der Folge kommt es zur

[1] Der Aufsatz präsentiert Teilergebnisse des Projekts ‚Un/doing Albinismus. Rekodierungen einer verkörperten Differenz in historisch variablen Rahmungen' der DFG Forschungsgruppe 1939 ‚Un/doing Differences – Praktiken der Humandifferenzierung' an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Ich danke Matthias Krings für Hinweise und konstruktive Kritik sowie Franziska Reiffen für ihre Lektüre.

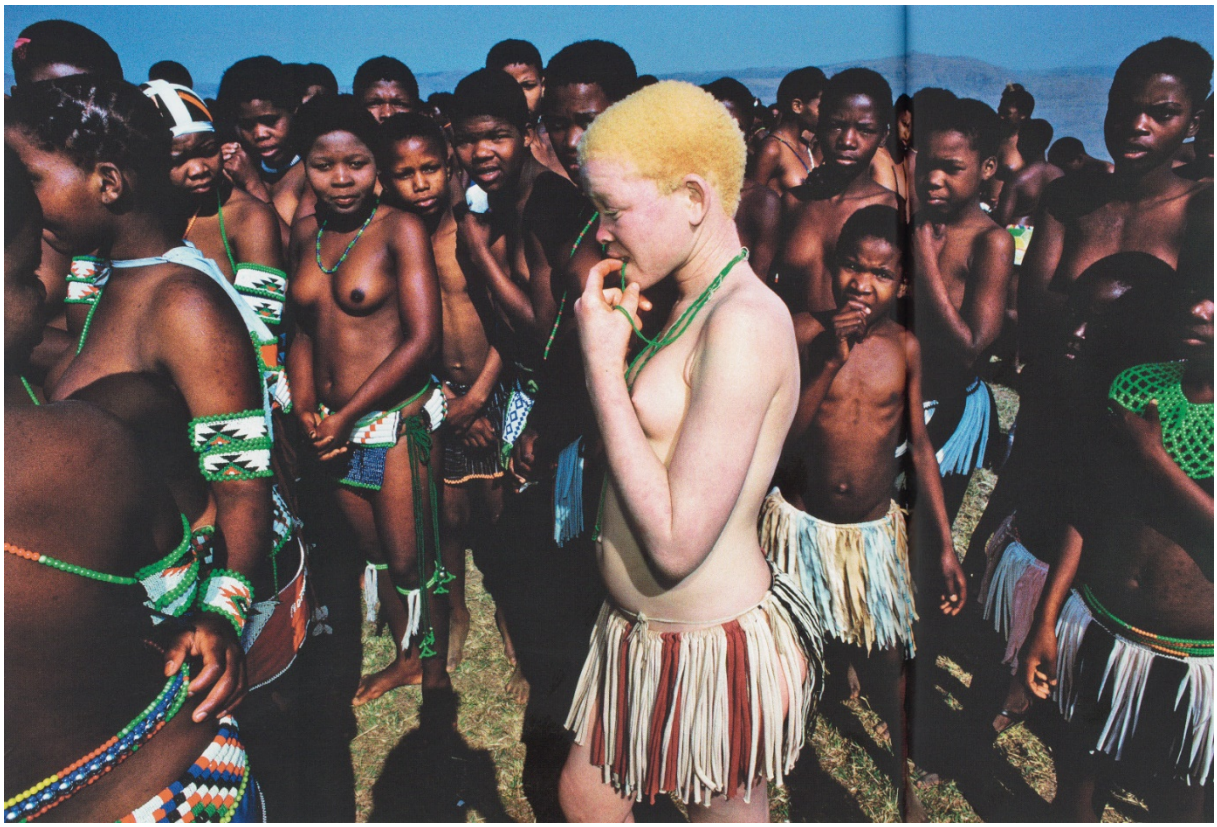

Abb. 1: Yves Gellie, Ulundi, vermutlich 1991 (Setboun und Cousin 2014: 110–111).

Abb. 2: Marco Longari/AFP, Nongoma, 2014 (The Guardian 2014).

Ausgrenzung, teils sogar zur Verstümmelung oder Ermordung albinotischer Tansanier:innen. Neben diesen magischen Konzeptionen gibt es auch rassisierte Deutungen, etwa in Südafrika, wo Betroffene aus den schwarzen Bevölkerungsgruppen aufgrund ihrer hellen Hautfarbtöne gelegentlich mit Weißen in Verbindung gebracht werden.[2] Im Gegensatz dazu preisen Modeindustrie und Kunstschaffende seit einigen Jahren die besondere Ästhetik albinotischer Models. Refilwe Modiselle, Thando Hopa und Sanele Xaba zierten Laufstege, Modemagazine und Werbeanzeigen. Sie sorgen so nicht nur in Südafrika, sondern auch international für Aufsehen.

Das ‚besondere Weißsein' afrikanischer Körper wird in einer Vielzahl möglicher interpretativer Rahmen dargestellt und wahrgenommen. Wie werden also die hellhäutigen Körper in den beiden eingangs beschriebenen Fotografien in verschiedenen Kontexten jeweils dargestellt, gedeutet und damit als Phänomen erst hervorgebracht? Mit dieser Fragestellung knüpfe ich an konstruktivistische Ansätze an und behandle Albinismus nicht in erster Linie als angeborenes Syndrom, sondern als kulturelle Kategorie und Form sozialer Zugehörigkeit. Albinismus wird dabei, wie andere am Körper ansetzende Humandifferenzierungen (Hirschauer 2014, 2017), etwa Geschlecht, Rasse und Behinderung, nicht als naturgegebener Tatbestand, sondern als historisch und kulturell kontingentes Phänomen betrachtet. Es existiert erst in und durch kulturelle Sinnstiftung und Praxis, wobei das *Un/doing Albinism* ständige Umdeutungen und Neubestimmungen erfährt (Krings 2017a: 359; Hohl und Krings 2019: 78). Matthias Krings (2017a: 359-360) hat diese multiplen und wechselnden Deutungen hypopigmentierter Körper mit Erving Goffmans (1977) Rahmen-Begriff analysiert. Als kulturelle Organisationsprinzipien legen Rahmen gesellschaftlichen Teilnehmern bestimmte Deutungen von Erfahrungen nahe und helfen ihnen so bei der Ordnung sozialer Wirklichkeit (Goffman 1977: 19). Dies geschieht, laut Goffman, nicht nur über die primären Rahmen von Natur und Kultur, sondern auch mithilfe sekundärer Rahmen, welche bekannte Phänomen neu bestimmen: diese sogenannten Modulationen definiert Goffman als „systematische Transformation eines Materials, das bereits im Rahmen eines Deutungsschemas sinnvoll ist, ohne welches die Modulation sinnlos wäre" (Goffman 1977: 57). Diskurse, Orte, Medien oder Inszenierungsformen legen uns als Deutungshorizonte so nahe, wie oder als wen und was wir bestimmte Körper zu verstehen haben.

Eine besondere Form der Rahmenverschiebung hat Wolfgang Lipp (1985) in der Dialektik von Stigma und Charisma untersucht. Mit Max Weber definiert Lipp Charisma als außergewöhnliche Qualität einer Persönlichkeit, eine ‚Gnadengabe' devianten Charakters, welche in der Bewertung ihrer Anhänger:innen die Herrschaft dieser Führungsperson begründet (Lipp 1985: 63f). Zunächst außerhalb sozialer Normen und Verhältnisse stehend, vermögen Charismatiker:innen so neue soziale Ordnungen zu etablieren (Lipp 1985: 66). Über Weber hinausgehend fragt Lipp nach der Entstehung von Charisma, die er im entgegengesetzten Extrem, dem Stigma, ausmacht. Mit Erving Goffman (1967) versteht Lipp Stigmata nicht als essentielle Eigenschaften, sondern als zugeschriebene „Schuldsignaturen" (Lipp 1985: 73). „Devianz ist hier nicht Natur-, sondern Gesellschaftstatsache" (Lipp 1985: 74). Konträr zur strukturalistischen Tendenz der Forschung, Betroffene als passive Opfer von Stigmatisierung, der „Zuschreibung, Verdichtung und Fixierung von Stigmata" zu

[2] Zu historisch älteren Fällen der Rassisierung albinotischer Körper in Europa und Nordamerika siehe die Figur des *Nègre blanc* in der frühen Neuzeit sowie die Inszenierung albinotischer Afrikaner:innen in *freak shows* und Varieté im 19. und frühen 20. Jahrhundert (Krings 2017a; Hohl und Krings 2019).

konzipieren, interessiert sich Lipp für Stigmatisierte als Akteure:innen der Transformation von Stigmata, „ihrer Ablösung und Übertragung auf Neubetroffene, ihres Gestaltwandels, ja Umschlags am Ende in charismatische Qualitäten" (Lipp 1985: 75). In der aktiven Übernahme von sozialer Schuld, der „Selbststigmatisierung", sieht Lipp ein sozialkritisches Moment: „Es stigmatisiert Stigmatisierung und stellt aktuelle, Schuld zuschreibende Mechanismen und ihre Träger: bestimmte Kontrollinstanzen – als ihrerseits schuldig dar" (Lipp 1985: 258). Von den vier Typen der Selbststigmatisierung, die Lipp unterscheidet, interessieren hier vor allem exhibitionistische Formen. Solche liegen vor, „wenn Individuen bestimmte – defektive – Mängel, die ihnen sei es physisch anhaften, sei es gesellschaftlich zugesiebt werden, sowohl ostentativ nach außen kehren – und in diesem Sinne vergrößern – als kritisch-distanziert auch umbewerten" (Lipp 1985: 134). Lipps exhibitionistische Selbststigmatisierung ähnelt dem, was Nathalie Wan in ihrer Studie zu Umgangsformen albinotischer Personen mit Stigmatisierungserfahrungen als „strategy of flamboyance" beschreibt (Wan 2003: 290). Wenn Betroffene, Aktivist:innen, Modedesigner:innen oder Kunstfotograf:innen hypopigmentierte Körper heutzutage demonstrativ zur Schau stellen und als bloßes Stoffwechselphänomen versachlichen oder gar als seltene und begehrte ästhetische Ressource glorifizieren, dann sind dies in Lipps Sinne Formen der (Selbst)Stigmatisierung und Umwertung, die letztlich eine Rekodierung von Albinismus bewirken.

Im Folgenden werde ich die beiden eingangs vorgestellten Fotografien kontextualisieren und vergleichen. Dabei arbeite ich verschiedene Rahmungen hypopigmentierter Körper heraus und skizziere aktuelle Tendenzen, in denen das ‚besondere Weißsein' eine Umwertung von Stigma in Charisma erfährt. Der erste Abschnitt untersucht zunächst die Karriere von Gellies Fotografie als Werbeanzeige des italienischen Modeunternehmens Benetton sowie die verschiedenen Interpretationen, die die abgebildeten Personen dabei in den USA und Europa erfahren haben. Im zweiten Teil gehe ich auf Deutungsrahmen hypopigmentierter Körper in Südafrika ein und darauf, wie Betroffene diesen begegnen. Der dritte Abschnitt verortet schließlich Longaris Fotografie in aktuellen Initiativen der Entstigmatisierung von Albinismus durch dessen Aufwertung zur ästhetischen Besonderheit.

I. Ausgrenzung statt United Colors

Das erste der eingangs vorgestellten Bilder (Abb. 1) nahm der französische Fotograf Yves Gellie vermutlich 1991 auf.[3] Er hielt sich damals in Südafrika auf, um über die bürgerkriegsartigen Auseinandersetzungen zwischen der Inkatha Freedom Party und dem African National Congress in den letzten Tagen der Apartheid-Ära zu berichten. Dabei besuchte er in Ulundi, der damaligen Hauptstadt des Homelands KwaZulu, die uMkhosi woMhlanga-Zeremonie (Setboun und Cousin 2014: 111). Alljährlich Anfang September versammeln sich tausende junge Zulu-Frauen und feiern den königlichen Schilfrohrtanz zu Ehren von König und Reich, dessen Fortbestehen die jungfräulichen Teilnehmerinnen verkörpern.[4] Für den/die Betrachter:in von Gellies Fotografie erscheint die Ausgrenzung der

[3] Setboun und Cousin (2014: 111) datieren das Bild fälschlicherweise auf 1996. Gellies Verweis auf die innenpolitische Situation in Südafrika sowie Benettons Verwendung des Bildes im Jahr 1992 lassen darauf schließen, dass Gellie das Bild 1991 aufgenommen haben muss.

[4] Zulu-König Goodwill Zwelithini führte die Zeremonie Mitte der 1980er Jahre als Rückbesinnung auf ethnische Traditionen wieder ein, offiziell um durch die propagierte sexuelle Enthaltsamkeit junge Frauen vor den

hellhäutigen Tänzerin durch die Gruppe der vergleichsweise dunkelhäutigen Frauen zunächst offensichtlich. Es ist ein Eindruck, der in der inszenierten Verschränkung mehrerer Gemeinsamkeiten und Differenzen im Bild angelegt ist. Ähnliche Körpergrößen weisen die Anwesenden als Mitglieder einer Alterskohorte aus. Die Ähnlichkeit ihrer Kurzhaarfrisuren, wie auch ihrer Bekleidung aus kurzen Röcken und kleineren Perlen-Accessoires markieren die Abgebildeten symbolisch als Gleiche und vermitteln soziale Zusammengehörigkeit. Vor dem Hintergrund dieser Gemeinsamkeiten tritt der farbliche Kontrast von Haut und Haaren in den Vordergrund. Seine Sichtbarkeit ist durch die spärliche Bekleidung der Körper noch erhöht. Verstärkt wird er zusätzlich durch die räumliche Inszenierung von Einzelperson und Gruppe und ihre Positionierung in Zentrum und Peripherie des Bildes. Das Zusammenspiel dieser Inszenierungselemente reduziert ein breites Spektrum unterschiedlich intensiver Braun-, Beige- und Rosatöne, die bei näherem Hinsehen selbst auf ein und demselben Körper variieren, in der Gesamtschau auf den dichotomen Gegensatz zweier Extreme: den von weißer Einzelperson und schwarzer Gruppe. Der offensichtliche Unterschied entpuppt sich so als voraussetzungsvolle Unterscheidung, die auf dem produktiven Zusammenspiel von Zeichen der Gleichheit und Ungleichheit basiert. In ihrer polarisierenden Fokussierung unseres Blicks wirkt die Inszenierung dieser Unterscheidung so überwältigend, dass wir andere Kontraste und Eigenheiten regelrecht übersehen. Sehen wir dagegen bewusst von Haut- und Haarfarben ab, fällt uns vielleicht auf, dass lediglich eine der jungen Frauen eine Kopfbedeckung trägt, oder dass manche der Tänzerinnen Röcke aus Lederfransen, andere hingegen aus Perlen tragen. Darstellung und Wahrnehmung von Unterschieden sind kontingente Prozesse.

Rückblickend beschreibt Gellie den von ihm festgehaltenen Anblick der albinotischen Zulu-Frau vor der Gruppe schwarzer Tänzerinnen als „une véritable apparition" (zit. nach Setboun und Cousin 2014: 111), als eine wahrhafte Erscheinung. Gellie attestiert der weißen Frau hier also eine auffällige Besonderheit. Auf den ersten Blick scheint es, als sei die Gruppe junger Frauen vom Anblick ihrer außergewöhnlichen Mitteilnehmerin ähnlich überrascht gewesen wie der Fotograf. Einige der schwarzen Frauen scheinen sie so irritiert wie fasziniert anzustarren. Die Gruppe steht eng beisammen, hält jedoch gegenüber der weißen Frau einen größeren Abstand. Der Frau scheinen die vielen Blicke und ihre exponierte Position nicht geheuer zu sein. Sie hält defensiv den Kopf gesenkt und kaut verlegen auf ihrem Finger. Der Eindruck entsteht, als grenze die Gruppe schwarzer Frauen ihre weiße Mittänzerin aus und stigmatisiere sie dabei aufgrund ihrer hellen Haut und blonden Haare. Diese Interpretation der Szene lässt jedoch die Anwesenheit des Fotografen und seinen Einfluss auf die Situation außer Acht. Am unteren Bildrand sehen wir seinen Schatten, der in den Korridor zwischen Gruppe und zentraler Einzelperson fällt. Bei genauerem Hinsehen richten sich die meisten Blicke aus der Gruppe schwarzer Frauen gar nicht auf die hellhäutige Person in ihrer Mitte, sondern auf den Fotografen. Der im Sinne der Rassendifferenzierung weiße Mann mittleren Alters mit seiner Kamera und seinem Interesse an ihrer Mittänzerin scheint für die jungen Frauen eine kuriose Erscheinung gewesen zu sein. Vermutlich machte Gellies Zugehen auf die hellhäutige junge Frau diese in den Augen einiger Frauen wiederum interessant und erklärt so die vereinzelten Blicke aus der Gruppe auch auf sie. Gut möglich, dass die schwarzen Frauen lediglich etwas zurücktraten, um Gellie eine ungestörte Bildeinstellung auf die von ihm fokussierte Person zu ermöglichen. Was zunächst wie eine stigmatisierende Ausgrenzung wirkt, ist wohl eher Ergebnis der durch den Fotografen hervorgebrachten Situation. Aufgrund

Gefahren von HIV und AIDS zu schützen (Oomen 2005:94). Tara Firenzi hat diese Rückbesinnung als *invented tradition* in Rangers Sinne analysiert (2012).

der für uns Betrachter:innen inszenierten Offensichtlichkeit verschiedenfarbiger Körper tendieren wir dazu, unsere Wahrnehmung und Unterscheidung auf die jungen Frauen zu projizieren und unterstellen ihnen – sozusagen als unseren Stellvertreterinnen – dass sie dieselbe Differenzierung vornehmen wie wir. Dieses Phänomen lässt sich auch in der weiteren Geschichte des Bildes beobachten.

Ein Jahr nach ihrer Aufnahme sorgte Gellies Fotografie weltweit für Aufsehen. Als Werbeanzeige des italienischen Modehauses United Colors of Benetton war die Fotografie ab 1992 in Zeitschriften und an Hauswänden zu sehen (Abb. 3). Benetton unterstützte seine Expansion vom norditalienischen Familienunternehmen zum Weltkonzern damals mit einer durch den italienischen Modefotografen Oliviero Toscani gestalteten Reihe global angelegter Werbekampagnen (Pagnucco Salvemini 2002; Semprini 1996: 205–264). Berühmt und berüchtigt sind diese bis heute für ihre aufsehenerregende und kontroverse Bildsprache. Benetton vollzog hier den Wechsel von produktzentrierter Werbung zu markenzentrierter Imagekampagne. Unter dem Slogan ‚All the colours in the world' verknüpfte Toscani zu Beginn noch bunte Pullover und Modelkörper unterschiedlicher Hautfarben zu einer inklusiven Botschaft universaler Harmonie und Zelebrierung ethnischer Diversität. Die Inszenierung von Universalität setzte er auch unter dem Slogan ‚United Colors of Benetton' fort: Toscani markierte nun einerseits Modelpaare mithilfe symbolischer Accessoires als soziopolitische Konfliktparteien, setzte sie andererseits mithilfe ihrer versöhnlichen Gesten als Botschafter:innen der Überwindung von Differenzen in Szene. Diese Strategie brachte Benetton allerdings den Vorwurf ein, religiöse und rassistische Stereotypen zu verbreiten, denn Toscanis Botschaft der Überwindung von Differenz setzt deren Darstellung weiter voraus. Ein Paradox, auf das Les Back und Vibeke Quaade hinweisen: „the images of international communication and unity is [sic] realised by emphasizing difference and creating fetishistic images of nationalism, crass racial stereotypes and images of otherness" (1993: 68).

Im Jahr 1992 verwendete Toscani schließlich statt eigener Studiofotografien die Arbeiten verschiedener Pressefotograf:innen. So auch Gellies Fotografie aus Südafrika, welche Toscani am linken Bildrand um einen grünen Balken mit weißem Schriftzug – das Logo Benettons – ergänzte. Am rechten Rand beschnitt er die Fotografie hingegen, so dass die hellhäutige junge Frau nicht mehr in der Bildmitte, sondern auf der rechten Vertikale des goldenen Schnitts positioniert ist (Abb. 3). Der zentrale Fokus liegt so stärker auf der Lücke zwischen Gruppe und Einzelperson sowie auf denjenigen Frauen aus der Gruppe, welche die hellhäutige Frau verwundert anzustarren scheinen. Toscani verstärkt dadurch den Eindruck, die Gruppe schwarzer Frauen grenze ihre weiße Mittänzerin aus. Die Bilder der 1992er Werbekampagne wählte Toscani, laut eigener Aussage, für ihre Darstellung von „powerful human themes of global concern" (Benetton Group 1993: 12, zit. nach Antick 2002: 90) aus, also für ihre sozialkritischen Botschaften. Die Rahmung der in Gellies Fotografie abgebildeten Szene als Fall von Stigmatisierung und Ausgrenzung entspricht also dem Grundtenor der Kampagne. Andere Bilder zeigen unter anderem einen sterbenden AIDS-Kranken, Flüchtlinge, die ein überfülltes Schiff erklimmen, einen ölverschmierten Seevogel, Kinder bei der Ziegelherstellung, den elektrischen Hinrichtungsstuhl eines Gefängnisses und einen Mann, der bei seiner Festnahme brutal zu Boden gedrückt wird. Stigmatisierung, Ausgrenzung, Krankheit, Verfolgung, Armut, Umweltverschmutzung, Ausbeutung und Unterdrückung gehen uns alle an. Diese Menschheitsprobleme machen uns ein Stück weit gleich – so jedenfalls lassen sich die Bilder im Sinne von Benettons universalistischem Werbediskurs lesen.

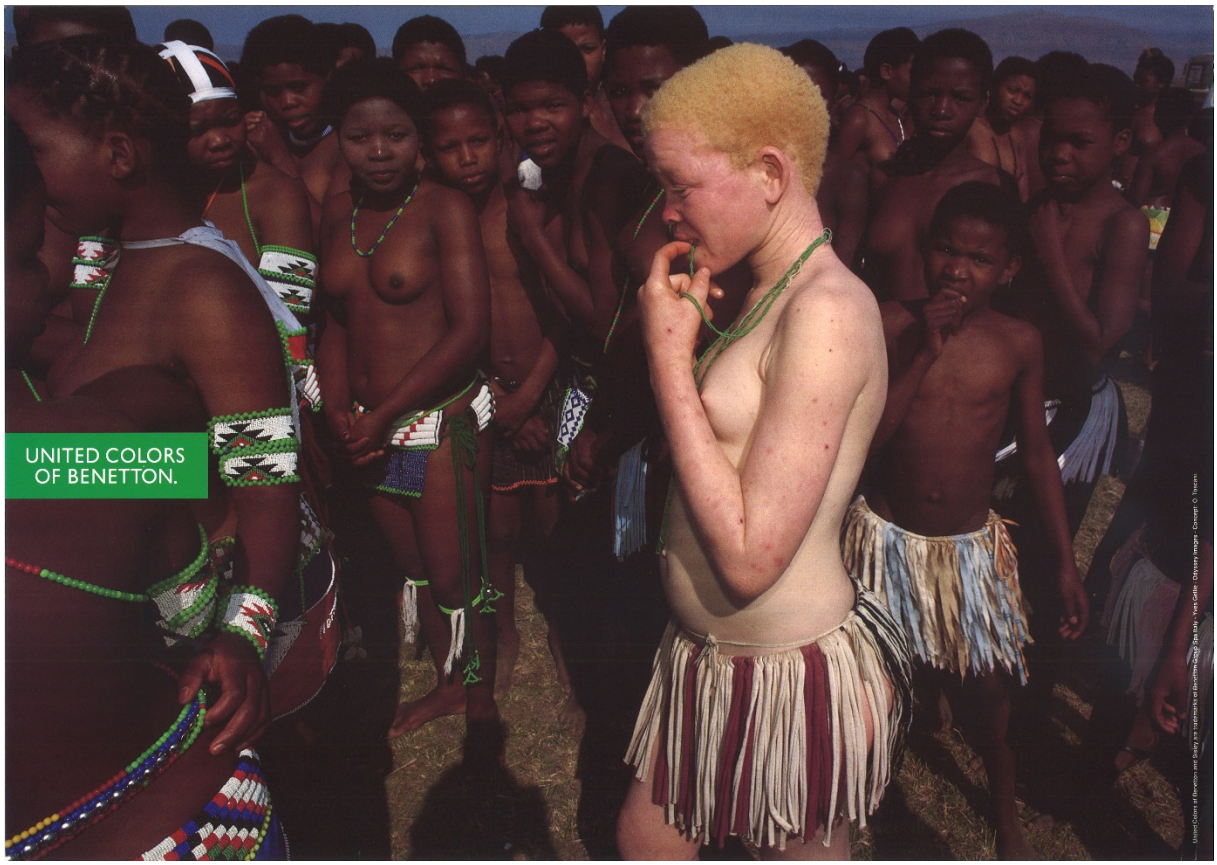

Abb. 3: Ausschnitt von Yves Gellies Fotografie als Werbeanzeige für United Colors of Benetton, 1992. Foto: Yves Gellie / Odyssey Images; Konzept: O. Toscani online: http://www.benettongroup.com/wp-content/uploads/download.php?file=2017/11/FW_1992_Tribe_Albino.jpg (letzter Zugriff 2019-11-15)

Entgegen den Konventionen der Werbeindustrie verzichtete Toscani in der Darstellung schockierender Probleme nicht nur auf die Darstellung und positive Konnotation des beworbenen Produkts, sondern verwischte gleichzeitig die Grenzen zweier Repräsentationsgenres – kommerzieller Werbe- und dokumentarischer Pressefotografie (Semprini 1996: 219–220). Benetton konnte sich so einerseits als Unternehmen mit sozialem Bewusstsein positionieren, warb also für sein positives Ansehen als Marke. Andererseits sorgten die ungewöhnlichen Anzeigen in einer medial übersättigten Welt für großes Aufsehen, ließen sich also in hohe Bekanntheitswerte ummünzen. „Our advertising needs to shock; otherwise, people won't remember it", hatte ein Unternehmenssprecher bereits Jahre zuvor verlautbaren lassen (zit. nach Flotz 1989: 8). Diese Strategie brachte Toscani und Benetton aber auch viel Kritik und den Vorwurf ein, menschliches Leiden für kommerzielle Zwecke zu missbrauchen (Back und Quaade 1993: 76; Pagnucco Salvemini 2002: 91–93). So beklagte der malische Sänger Salif Keïta im deutschen Nachrichtenmagazin *Der Spiegel*: „Monsieur Benetton nutzt die Misere der einen, um damit für die Pullover der anderen zu werben." Während eines Auftritts in Paris zerriss er das Plakat sogar aus Protest auf offener Bühne. Immerhin, so *Der Spiegel*, handle es sich bei Keïta um „eine[n] Künstler, der zur gleichen stigmatisierten Minderheit gehört wie das Mädchen in der Benetton Werbung: Salif Keita ist Albino" (Der Spiegel 1993: 202). Hier wird nicht nur Toscanis Interpretation der abgelichteten Szene als Ausgrenzungssituation geteilt, sondern diesem vorurteilsbehafteten

Verhalten eine biomedizinische Erklärung des besonderen Weißseins entgegengehalten. Bei diesem handle es sich um Albinismus, einen „rezessiv vererbte[n] Mangel des Pigments Melanin in Haut, Haar und Augen“ (ebd.).

Um eine ganz andere Interpretation der hellen Haut und blonden Haare der jungen Zulu-Frau in Gellies Fotografie geht es in der Kontroverse zwischen Benetton und dem Magazin *The New Yorker*. Das italienische Modehaus hatte in der Zeitschrift eine Doppelseite für seine Anzeige (Abb.3) gebucht. Die damalige Chefredakteurin, Tina Brown, weigerte sich jedoch, diese abzudrucken. Sie begründete ihre Ablehnung mit einer möglichen Verwischung zwischen redaktionellen Inhalten und Werbebotschaft:

> We have a very subtle and complex piece about Malcolm X in the next issue, by Marshall Frady. He takes a lot of words to discuss the racial-tension issue. This ad is seeming to address the same issue, but obviously in a very punchy, advertising way. We wanted to make sure we didn‘t seem to be mixing advertising and editorial. […] In the past, […] I‘ve found some Benetton ads offensive. This ad is not, per se, offensive, but with this editorial mix, it was sensitive. (Brown, zit. nach Elliott 1992)

Brown verweist hier auf eine rassisierte Lesart der Fotografie. Das mediale Arrangement kontrastierend inszenierter Hautfarbtöne neben einem Text über Rassismus liefe demnach Gefahr dessen Thematik geradezu auf die Fotografie abfärben zu lassen. Die dargestellte Szene erschiene dann als Ausgrenzung einer Weißen durch Schwarze und somit als Fall rassistischer Diskriminierung. Mehr noch, der Abdruck der Benetton-Werbeanzeige neben einem Artikel über Malcolm X ließe einen Vergleich zu, den Brown offensichtlich unbedingt vermeiden möchte. In der Gegenüberstellung von Malcolm X‘ Kritik am Rassismus der weißen Mehrheitsgesellschaft in den USA mit der Diskriminierung einer weißen Frau durch eine Gruppe von Schwarzen würde nicht nur der US-amerikanische Rassismus, sondern auch die Kritik daran relativiert. Ein solcher Vergleich hätte dem provokant universalistischen Werbediskurs des Modehauses entsprochen. Die Tatsache, dass Benetton das Angebot des *New Yorker* ablehnte, eine andere Werbeanzeige einzureichen oder dieselbe in einer späteren Ausgabe abzudrucken, spricht zudem für eine kalkulierte Provokation seitens des Modehauses. „The image has something important to communicate, […] particularly within the context of the Oct. 12 issue“, so ein Unternehmenssprecher dazu (zit. nach Elliott 1992). Tatsächlich lässt sich Benettons Werbeanzeige mit Gellies Fotografie als Aussage innerhalb einer weiterreichenden Auseinandersetzung verstehen.

Laut Back und Quaade neutralisieren sich einzelne Bilder der Benetton-Werbekampagnen als visuelle und symbolische Umkehrungen. Eine Anzeige aus dem Jahr 1990, welche die Hand eines schwarzen Kindes in der eines weißen Erwachsenen zeige, lasse sich als Geste eines weißen Paternalismus lesen. Eine zweite Anzeige verkehre diese Rollenverteilung und damit ihre Bedeutung, so Back und Quaade, so dass Toscani trotz seiner rassistischen Bildsprache eine antirassistische Botschaft reklamieren könne: dass Schwarze und Weiße gleich seien (1993: 72). Dieselbe dialektische Beziehung findet sich zwischen der Werbeanzeige mit Gellies Fotografie und zwei älteren Anzeigen Benettons von 1989. Das Bild einer schwarzen Frau, die einen weißen Säugling stillt, war von Toscani als antirassistische und kosmopolitische Botschaft gedacht (1996: 44), wurde aber von Kritiker:innen in den USA als rassistisches Stereotyp einer ‚Mammy‘ wahrgenommen, also als Darstellung einer schwarzen Sklavin, die als Amme die Kinder ihrer weißen Besitzer:innen versorgen musste (Flotz 1989: 8; Kanner 1992: 26). Auch in Südafrika erfuhr die Anzeige Ablehnung, allerdings, weil sie nach

Apartheid-Logik zu viel Intimität zwischen den Rassen zeige (Le Monde 1993; Toscani 1996: 46). Die zweite Anzeige stellt die mit Handschellen aneinander geketteten Arme eines weißen und eines schwarzen Mannes dar. Sie wurde in Großbritannien und den USA nicht als gemeinsames Schicksal, sondern als Beispiel für die rassistische Kriminalisierung schwarzer Männer aufgefasst (Kanner 1992: 26-28; Back & Quaade 1993: 70). Toscani dagegen warf seinen Kritiker:innen Kurzsichtigkeit vor – „jedem das Seine, entsprechend seinen Vorurteilen und Interpretationen" – und sah sich in der Tradition gesellschaftskritischer Kunst: „Warum sollte Werbung nicht, wie die Kunst oder die Medien, eine Spielwiese der Philosophie, ein Emotionskatalysator, ein Forum für Streit und Polemik sein?" (Toscani 1996: 48) In diesem Sinne lässt sich die Benetton-Werbeanzeige mit Gellies Fotografie als gezielte Anti-These und Antwort Toscanis auf seine Kritiker verstehen. Dem Vorwurf des Rassismus hält Toscani – ganz im Sinne des universalistischen Diskurses seiner Benetton-Kampagnen – ein Beispiel der Diskriminierung einer weißen Frau durch eine Gruppe schwarzer Menschen entgegen. Dialektisch gesprochen: im Ausgrenzen sind wir als Menschen gleich. Wie schon im Kontext des Artikels über Malcolm X im *New Yorker* werden auch hier die helle Haut und die blonden Haare der jungen Zulu-Frau weniger im biomedizinischen Sinne als Pigmentmangel gerahmt, sondern vielmehr als Rassenmarker interpretiert.

II. Mit Medizin gegen Magie

Als Anzeige Benettons fand Gellies Fotografie auch ihren Weg zurück nach Südafrika. Neben dem malischen Sänger Salif Keïta kommt die südafrikanische „Albino-Aktivistin" (Der Spiegel 1993: 205) Nomasonto Mazibuko im *Spiegel*-Artikel zu Wort. Auf einer Schwarz-Weiß-Fotografie, die das Nachrichtenmagazin abdruckte, hält sie das Benetton-Plakat in die Kamera.

Abb. 4: Nomasonto Mazibuko mit Benetton-Werbeanzeige im *Spiegel* (Der Spiegel 1993: 205).

Für die „böse Geschichte um der Sensation willen," so Mazibukos Urteil, fordere sie nun Wiedergutmachung: Benetton solle der jungen Frau mit Albinismus eine Ausbildung bezahlen (Der Spiegel 1993: 208). Ähnlich wie Keïta kritisiert Mazibuko, dass Benetton die Situation der jungen Frau ausnutze, um mit ihrem aufsehenerregenden Bild die eigenen kommerziellen Interessen zu verfolgen. Im Gegensatz zur verlegenen Geste der jungen Frau in Gellies Fotografie drückt Mazibukos Entschädigungsforderung ein starkes Selbstbewusstsein aus. „Es ist Zeit, daß wir aufhören, mit uns selbst Mitleid zu haben," so Mazibuko (Der Spiegel 1993: 208). 1992 gründete die ehemalige Lehrerin die Soweto Albinism Society, eine Selbsthilfeorganisation von und für Menschen mit Albinismus. Später wurde daraus die im ganzen Land tätige Albinism Society of South Africa (ASSA). Sie tritt für die Interessen von Menschen mit Albinismus ein, leistet Aufklärungsarbeit und kämpft für die Bereitstellung von Sehhilfen und Sonnenschutzmitteln. Die Rahmungen von Albinismus als Problem gesellschaftlicher Teilhabe einerseits und als Gesundheitsproblem andererseits fallen in der aktivistischen Arbeit folglich zusammen. Insbesondere die biomedizinische Erklärung ihrer körperlichen Verfassung nutzen Aktivist:innen in Südafrika wie auch in Tansania immer wieder, um andere Interpretationen hellbeiger Haut und blonder Haare bei Afrikaner:innen südlich der Sahara zurückzuweisen. Krings hat daher darauf hingewiesen, dass es sich bei den aktivistischen Kampagnen des ‚Awareness raising' auch um ontologische „Rekodierungsarbeit" handelt (2017a: 376).

Kolonialismus, Segregation und Apartheidpolitik haben den Farben und Formen menschlicher Körper in Südafrika besondere Aufmerksamkeit und Bedeutung beigemessen. In der Ontologie der Rassendifferenzierung wurden solche Kategorisierungen des Körpers mit Ideen menschlicher Abstammung verknüpft und zu kategorialen Un/Gleichheitsvorstellungen systematisiert, welche die Gesellschaft bis heute prägen. Das weiße Kind schwarzer Eltern ist im rassisierten Kosmos ein Widerspruch oder, wie Ngaire Blankenberg diesbezüglich bemerkt, „Albinos, to put it bluntly, put a spanner in the way race works." (2000: 36) Schwarze Mütter sahen und sehen sich etwa mit dem Verdacht konfrontiert, ihre albinotischen Kinder seien Folge einer Liaison mit einem im rassisierten Sinne weißen Mann (Der Spiegel 1993: 205; Baker et al. 2010: 172; Phatoli et al. 2015: 5). Männliche Schwarze mit Albinismus werden teils als „white man" oder „baas" (Afrikaans für ‚Chef' bzw. ‚Herr')[5] angesprochen (Der Spiegel 1993: 205). Blankenberg berichtet über ihren albinotischen Vater aus einer südafrikanischen Coloured-Familie, dass er als Kind in den 1940er Jahren von Weißen auf der Straße für einen der ihren, seine Mutter dagegen für das nicht-weiße Kindermädchen gehalten wurde (2000: 7, s.a. 38). Auch Mazibuko hat Erfahrung mit rassisierten Verwechselungen: „My mother used to say, 'Don't move around in Soweto at night. You'll be mistaken for a white woman and killed'" (Mazibuko zit. nach News24 2007). Die rassisierte Selbstidentifikation qua familiärer Abstammung, anhand der sich albinotische Kinder schwarzer Eltern als Schwarze verorten, wird im Alltag von manchen Menschen als visueller Widerspruch empfunden und damit erklärungsbedürftig (Blankenberg 2000: 36; Ndlangisa 2014). Afrikaner:innen mit Albinismus stellen im Sinne der Rassendifferenzierung eine kategoriale Ambivalenz dar, sie verkörpern Zeichen sowohl der einen, als auch der anderen Kategorie und gehören daher weder zur einen, noch zur anderen. In Verunglimpfungen als „White Kaffir" oder „amper baas" (Afrikaans für ‚Beinahe-/Möchtegernchef') drückt sich eine Abwertung dieser Doppeldeutigkeit aus, der zufolge

[5] Die Anrede als *baas* weist aufgrund der rassistischen Geschichte Südafrikas eine rassisierte Konnotation auf und impliziert einen weißen Chef bzw. Herren.

Afrikaner:innen mit Albinismus weder als richtige Weiße, noch als echte Schwarze wahrgenommen und daher als Betrüger:innen verurteilt werden (Blankenberg 2000: 37). In einer wohlwollenden Deutung verweist die kategoriale Ambivalenz ‚weißer Schwarzer' dagegen auf die Versöhnung oder gar die Überwindung von Gegensätzen. In diesem Sinne verwendete wohl die weiße südafrikanische Rockband The Electric Petals Gellies Fotografie auf dem Cover ihres 1995 veröffentlichten Albums *Polynation*. Durch den Zuschnitt des Bildes sowie eine hinzugefügte Spiegelung der weißen Zulu-Frau wirken die schwarzen Tänzerinnen weniger prominent. Der Fokus liegt kaum auf dem Verhältnis zwischen Individuum und Gruppe, obgleich der Farbkontrast erhalten bleibt. Ein Jahr nach den ersten freien Wahlen, die das Ende der Apartheid-Ära markierten, verkörpert die junge Zulu-Frau mit dem weißen Aussehen hier das neue Südafrika nach dem Ende der Rassentrennung.[6] Der hier inszenierte Verweis über die Rassendifferenzierung hinaus, bedient sich dabei nichtsdestotrotz einer rassisierenden Darstellung.

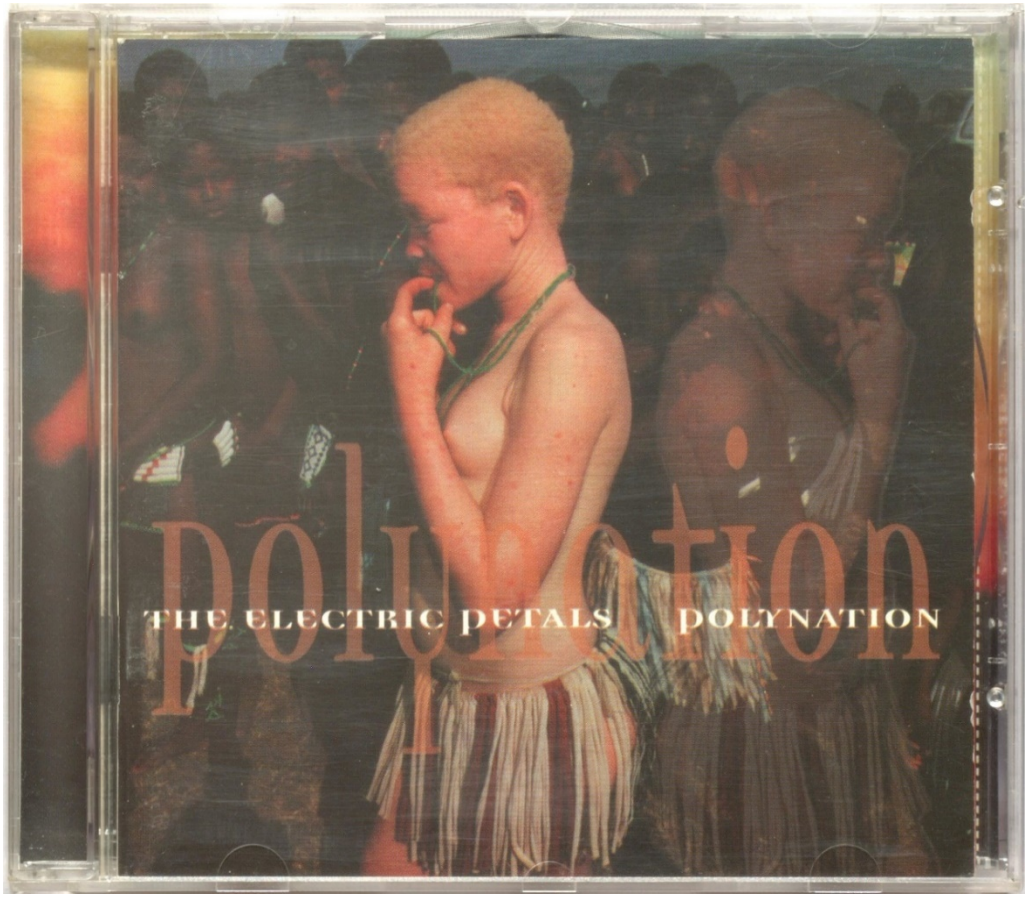

Abb. 5: Cover des *Polynation* Albums der Electric Petals (1995, Teal Records).

[6] Diese Symbolik wird noch durch ein Wortspiel unterstrichen: Angesichts des Bandnamens – *petals* sind im Englischen die Kronblätter einer Blüte – lässt sich der Albumtitel *Polynation* auch als Parodie des botanischen Begriffs *pollination*, Englisch für Bestäubung, lesen. In der Trias aus Bandnamen, Albumtitel und Coverbild kann man die hellhäutige Schwarze im Foto somit als Referenz auf das die Rassenordnung zersetzende Potenzial sexueller Beziehungen zwischen Angehörigen verschiedener ‚Rassen' deuten.

In einer weiteren Rahmung gilt das ‚besondere Weißsein' albinotischer Südafrikaner:innen als Ausdruck übernatürlicher Kräfte: „Without the language of science Albinism is an emissary from the spirit world – treated with the same ambivalent feeling of fear and adulation" (Blankenberg 2000: 13). In Teilen Südafrikas glaubt man, die Geburt eines hypopigmentierten Kindes sei eine Strafe der Ahnen für Vergehen seiner Eltern (Blankenberg 2000: 14). Im IsiZulu werden Betroffene daher auch als *isishawa*, als Verfluchte, bezeichnet (Blankenberg 2000: 15; Hlongwane 2011). Im Alltag vermeiden manche Menschen die Berührung und Nähe von Betroffenen aus Furcht, der ‚Fluch' könne sich auf sie übertragen (Baker et al. 2010: 174). Andere wiederum glauben, die Berührung eines Menschen mit Albinismus – von einem einfachen Handschlag bis hin zu Geschlechtsverkehr – bringe Glück (Hlongwane 2011). Als Geschenk oder Glücksbringer erachtet, werden albinotische Kinder teils besonders behütet und geschützt (Blankenberg 2000: 17-18). Neuerdings haben solche Überhöhungen allerdings auch tödliche Konsequenzen für hellhäutige Afrikaner:innen. In Tansania kommt es seit 2006 zu einer Serie von Attacken bis hin zu Morden an Menschen mit Albinismus. Als Drahtzieher:innen dieser Übergriffe gelten Heiler:innen, die den Körperteilen von *Zeruzeru*, wie hypopigmentierte Tansanier:innen vor Ort bezeichnet werden, magische Potenzen zuschreiben (Denny im Druck; Schüle 2013). Auch in Südafrika kam es inzwischen vereinzelt zu solchen Fällen. 2011 verschwand Sibusiso Nhatave, ein Teenager mit Albinismus, spurlos (Hlongwane 2011). 2012 verdächtigte man in der Nordwest-Provinz einen Heiler, das Grab eines Mannes mit Albinismus geschändet zu haben. Dessen ebenfalls albinotischer Bruder vermutete dahinter eine gezielte Aktion: „I think they wanted an albino's bones for their muti [magisches Mittel, C.H.] […] We are not safe, people see us as muti ingredients instead of ordinary people" (Tshehle 2012). Mitte 2015 wurde der erste offizielle Mordfall bekannt, als man den verstümmelten Körper von Thandazile Mpunzi in KwaZulu-Natal fand (Mswela 2017: 115). Als Drahtzieher wurde der Heiler und Priester einer lokalen Kirche festgenommen. Ein Gehilfe gab später zu Protokoll: „He told us that if we got him the body parts of an albino, that would make him rich" (Motha 2016). Obgleich ASSA und die Traditional Healers Organisation die Verwendung menschlicher Gebeine für medizinische Zwecke verurteilten (Ndlazi 2016), kam es zu weiteren Entführungen und Mordfällen (Manqele 2016; cf. Mswela 2017: 116; Shange 2018).

Fundierte Studien zu den kulturellen Hintergründen dieser magischen Rahmung albinotischer Südafrikaner:innen stehen noch aus. Um die gängige Vorstellung herzuleiten, dass ‚weiße' Zulu nicht stürben, sondern sich einfach auflösten (s.a. Blankenberg 2000: 15-16; Shoba 2016), verweist Jennifer Kromberg (1992, 2018) auf eine ältere ethnologische Studie von A. Winifred Hoernlé (1937). Hiernach steht die Farbe Weiß im Zulu-Kosmos symbolisch für die Verbindung zu den Ahn:innen. Vielleicht, so vermutet Kromberg, seien Menschen mit Albinismus – oder besser gesagt, hellhäutige Zulu – daher als Ahn:innengeister interpretiert worden: „because people with albinism are white (and, by inference, ‚real' people are black, in Africa) perhaps affected individuals are seen as spirits" (2018: 195). Diese These wird durch Hinweise der ethnografischen Studie *Zulu Thought-Patterns and Symbolism* des Missionars Axel-Ivar Berglund (1976) gestützt, obwohl dieser sich nicht explizit zu hellhäutigen Zulu oder Zulu mit Albinismus äußert. Laut Berglunds Gesprächspartner:innen leben die Verstorbenen als Schatten unter der Erde weiter, daher ihre Bezeichnung als *abaphansi* (diejenigen, die unten sind).[7] Die Unterwelt, *emathunzini* (der Ort der Schatten), gelte als Umkehrung der oberirdischen Welt der Menschen: Bäume wüchsen darin nach unten, Galle schmecke nicht

[7] Ngubanes ethnografisches Material (1977: 51 und 56) bestätigt diese Unterscheidung.

bitter, sondern süß und die Schatten (beziehungsweise die Ahnen) seien weiß (Berglund 1976: 90-91, 167 sowie 370-371). Dementsprechend habe König Shaka Europäer:innen aufgrund ihrer weißen Haut zunächst für Schatten aus der Unterwelt gehalten, so ein Gesprächspartner Berglunds (1976: 376). Sture Lagercrantz, der Berglunds Interviewmaterial diesbezüglich weiter auswerten durfte, fand darin bereits 1979 die Bestätigung für Krombergs spätere These. Ein Zulu-Heiler gab zu Protokoll, albinotische Kinder kämen aus der Unterwelt: „they are children of the shades, being shades themselves in that they have the colour of the shades" (zit. in Lagercrantz 1979: 68). Nach dieser Vorstellung sterben ‚weiße' Zulu nicht, weil sie bereits Bewohner der Unterwelt, also Schatten der Verstorbenen, sind – eine Logik, die ihnen freilich das volle Menschsein verwehrt, wie Blankenberg feststellt: „Their visible difference is translated into a lack of ‚humanity', as normal people, or rather, normal Zulus, Sothos, Swazis etc. are black in skin colour" (2000: 16). Die symbolische Nähe zu den *abaphansi* würde auch erklären, warum hellhäutige Zulu gleichzeitig gefürchtet und verehrt werden. Wie die Ethnologin Harriet Ngubane (1977: 97) feststellt, betrachten Zulu ungewöhnliche Geburten, etwa Zwillinge, als Extreme: „if birth or death does not follow the natural pattern it is regarded as abnormal and has either excessive power or deficiency of power." Einerseits gelten vermutlich auch ‚weiße' Zulu als Wesen, die außerhalb der normativen Ordnung stehen und ein Kräfteungleichgewicht darstellen. Andererseits beobachten sowohl Berglund (1976: 355) als auch Ngubane (1977: 96, 113, 119–120), dass die Farbe Weiß im Zulu-Kosmos das moralisch Gute und Reine repräsentiere, für Licht und Leben stehe und weiße Materialien als stärkende Medizin dienten.[8] In ihrer Interpretation als Geschenke oder Glücksbringer werden diese Konnotationen der Farbe Weiß auf albinotische Menschen übertragen.

Aktivist:innen – von lokalen Akteuren wie ASSA bis hin zu den Vereinten Nationen – verurteilen die Überhöhung, Stigmatisierung, Objektifizierung und Verfolgung von Menschen mit Albinismus. Sie fordern nicht nur praktische Maßnahmen, etwa die konsequente, polizeiliche und juristische Verfolgung der Täter:innen sowie eine bessere medizinische Versorgung von Betroffenen. Mit ihren Aufklärungskampagnen über die genetischen Ursachen von Albinismus setzen Aktivist:innen zudem auf der Wissensebene an. In Südafrika feiert ASSA daher seit über zehn Jahren im September den *Albinism Month* (Nduru 2006). Mazibuko dazu: „We want to educate people and tell them that people with albinism are not lucky charms – people still believe that our body parts can make people rich […]. People must see that we are human and embrace us" (Dipa 2016). Die Vereinten Nationen riefen 2014 den 13. Juni als jährlichen internationalen Tag der Aufklärung über Albinismus aus. Rassisierende und magische Deutungsrahmen werden dabei als Ursachen der Diskriminierung identifiziert und mit Verweis auf die biomedizinische Rahmung als folkloristische Mythen abgewertet. Indem sie Hypopigmentierung als genetisch bedingtes Stoffwechselphänomen rahmen, betreiben Aktivist:innen eine Rekodierungsarbeit, die auf Normalisierung und Humanisierung durch Medikalisierung setzt. Öffentlichkeitswirksame Aufklärungskampagnen sorgen aufgrund einer gesteigerten sozialen Sichtbarkeit von Menschen mit Albinismus zudem für eine Normalisierung qua Gewöhnungseffekt, eine Strategie, die auch im popkulturellen Kontext verfolgt wird.

[8] Möglicherweise überschätzen Berglund als evangelisch-lutherischer Missionar (1976: 19f) und Ngubane als Kind katholischer Erziehung (1977: 2) die positive Konnotation der Farbe Weiß.

III. Das Charisma der Ästhetik

„Redefining Beauty: Photographer Rick Guidotti opens our eyes to the beauty of albinism" betitelt 1998 das US-amerikanische *Life Magazine* eine Portraitserie des ehemaligen New Yorker Modefotografen (Guidotti 1998). Es ist Guidottis erster Schritt zu einer positiven Repräsentation von Menschen mit Albinismus, welche diese – ganz im Stil von Guidottis altem Metier – als bewundernswerte Persönlichkeiten zeigt (Hohl und Krings 2019: 86–92). Diskursiv grenzt er seine Arbeit dabei vor allem von der üblichen Repräsentation albinotischer Menschen in klinischen Fotografien und populärkulturellen Darstellungen ab. So auch in seinem Vortrag bei der TEDxPhoenix Konferenz 2011, in welchem er seine ernüchternden Recherchen zum Thema beschreibt:

> I found like really kind of sad images. […] I found images of people sitting in hospital beds looking sad, looking downtrodden, looking like… Images of despair. […] And then I started seeing images from Africa, where kids where surrounded by tribes pointing spears at them or in cancer wards and clinics where they're just in beds and… Images of illness, of sadness, of sickness. (Guidotti 2011: Min. 2:21-2:33)

Indem klinische Fotografien Albinismus auf eine Krankheit reduzierten und Menschen mit Albinismus als deren bemitleidenswerte Opfer darstellten, wirkten auch sie stigmatisierend und entmenschlichend, so Guidottis Vorwurf. In der Slideshow, mit der Guidotti seinen Vortrag visuell ergänzt, wird der von ihm erwähnte mit Speeren bewaffnete, afrikanische Stamm durch einen Ausschnitt von Gellies Fotografie illustriert. Obwohl in dieser gar keine Speere zu sehen sind, dient auch diese Aufnahme Guidotti hier als negativ konnotierte Kontrastfolie, von der er sich mit seiner ästhetischen und moralischen Aufwertung albinotischer Körper abheben möchte. Mit seiner Portraitserie im *Life Magazine* gehört Guidotti zu den frühesten und bekanntesten Vertreter:innen einer Ästhetisierung hypopigmentierter Körper. Auftrieb erlebt diese aufwertende Rahmenverschiebung seit Ende der 2000er Jahre einerseits durch die Karrieren mehrerer Models mit Albinismus und andererseits durch eine wachsende Anzahl künstlerischer Foto-Serien von albinotischen Personen.

Connie Chiu lief als erstes Model mit Albinismus bereits 1994 für Jean-Paul Gaultier über den Laufsteg, doch größere Bekanntheit erlangten erst Shaun Ross und Diandra Forrest aus New York City. Sie liefen ab Ende der 2000er nicht nur über zahllose Laufstege, posierten für Editorials und zierten Magazincover, sondern hatten auch diverse Auftritte in Musikvideos bekannter Interpret:innen wie Beyoncé, Kanye West oder Katy Perry (Krings 2017b). In Südafrika begann die Modelkarriere von Refilwe Modiselle bereits 1999 mit Aufnahmen für *Y Magazine*, 2005 lief sie erstmals über den Laufsteg und 2012 wurde sie Markenbotschafterin für LEGiT, einen südafrikanischen Einzelhändler (Gbadamosi 2013; Said-Moorhouse 2014). Das bekannteste südafrikanische Model mit Albinismus ist sicherlich die ehemalige Staatsanwältin Thando Hopa. Seit 2012 modelt sie für Gert-Johan Coetzee, bewarb 2014 Sonnencreme der französischen Kosmetikmarke Vichy und 2016 – unter dem Hashtag *#untaggable* – einen Wagen des deutschen Automobilherstellers Audi. Als Teil des zweiten „all-black cast" (Helmore 2017) war Hopa in der 2018er Ausgabe des berühmten Pirelli-Kalenders zu sehen und schaffte es 2019 als erste Person mit Albinismus auf das Titelbild einer Vogue Ausgabe.

Guidotti reiste nach seiner Portraitserie im *Life Magazine* rund um den Globus, um der Welt mit seinen Aufnahmen eine neue, positiv konnotierte Perspektive auf Menschen mit

Albinismus oder anderen genetisch bedingten ‚Differenzen' zu eröffnen. „Positive Exposure", der Name seiner Wohltätigkeitsorganisation, bringt Guidottis Ansatz „to transform public perceptions of people living with genetic, physical, intellectual and behavioral differences" (Positive Exposure o.J.) auf den Punkt. Gut zehn Jahre später, als Schlagzeilen über die Verfolgung von Tansanier:innen mit Albinismus um die Welt gingen, entdeckten weitere Fotograf:innen Menschen mit Albinismus als Sujet. Eines der Portraits, die der schwedische Fotograf Johan Bävman in Tansania aufnahm, wurde 2009 zum UNICEF-Foto des Jahres gekürt (Hans 2009). Der brasilianische Fotograf Gustavo Lacerda lichtete seine Protagonist:innen dagegen im Studio mit Kostümen und vor Tapeten in gedeckten Farben ab:

> I chose the posed studio portrait – I was seeking to mystify the production process with costumes, hair, makeup and backgrounds. The idea was to put them [die Personen mit Albinismus, C.H.] clearly in the forefront, which is a new situation for those who have always been an outsider. (Lacerda, zit. nach Tsjeng 2012)

Als 2012 mehrere Internetportale über das Projekt berichteten, verbreiteten sich Lacerdas Fotografien viral im Netz. Ein Jahr später erhielt die belgische Fotografin Patricia Willocq von UNICEF eine ‚ehrenhafte Erwähnung' für ihre Serie „White Ebony" über die Inklusion von Menschen mit Albinismus im Kongo (Kibangula 2014). Zur selben Zeit begann in Südafrika Justin Dingwall die Arbeit an seiner „Albus" Serie. Die detailgetreuen Großaufnahmen von Thando Hopa und dem männlichen, ebenfalls albinotischen Model Sanele Xaba vor weißen oder schwarzen Hintergründen sollen die Betrachter zur Reflexion anregen: „They are not about race or fashion, but about perception, and what we subjectively perceive as beautiful. […] I wanted to create a series of images that resonate with humanity and make people question what is beautiful" (Dingwall, zit. nach Samson 2018).

Die ehrenhaften Absichten der Fotograf:innen, mit ihrer ästhetischen Aufwertung albinotischer Körper zu einer gesteigerten sozialen Wertschätzung und Inklusion von Menschen mit Albinismus beizutragen, entsprechen einerseits dem aktuellen Diversity Mainstreaming. Andererseits ähnelt die künstlerisch-fotografische Bearbeitung eines ungewöhnlichen Äußeren aber auch dem aktuellen Trend zum Nicht-Perfekten in der Modelbranche. Dort soll der Einsatz unkonventioneller Models die Exklusivität und Extravaganz des High-Fashion-Designs unterstreichen (Mackinney-Valentin 2014). Wie Krings (2017b: 37-39) herausarbeitet, lässt sich das Aufkommen von Models mit besonderen Körpern nicht nur als gesellschaftspolitische Anerkennung, sondern auch als Folge der veränderten Aufmerksamkeitsökonomie des digitalen Zeitalters betrachten. Models mit sogenanntem *quirk look* dienten Designer:innen als Blickfänger, um die Aufmerksamkeit der visuell übersättigten Betrachter:innen zu gewinnen. In ähnlicher Weise haben auch die Portrait-Serien albinotischer Menschen ihren Fotograf:innen großes öffentliches Interesse eingebracht und damit – so ist zu vermuten – deren Karrieren teils erhebliche Impulse verliehen.

Obwohl es keiner Foto-Serie über Menschen mit Albinismus entstammt, spiegelt die zweite der eingangs beschriebenen Fotografien die ästhetischen Aufwertungsbemühungen der letzten Jahre wider. Der italienische Pressefotograf Marco Longari nahm das Bild während der uMkhosi woMhlanga-Feierlichkeiten in Nongoma Anfang September 2014 auf. Wie in Gellies Aufnahme markiert die Kleidung und Körpergröße die anwesenden Frauen als Gleiche. Deren Röcke und Perlen-Accessoires signalisieren, dass ihre Trägerinnen zusammengehören. Anders als in Gellies Fotografie ist die junge Frau mit Albinismus aber nicht räumlich von der

Gruppe abgegrenzt. Sie steht eingereiht zwischen den anderen Frauen und ist ein Teil der Gruppe. Was sie zusätzlich zu ihrer vergleichsweise hellen Haut herausstechen lässt sind ihre Pose und ihr Blick. Es sind diese zwei Alleinstellungsmerkmale, die der Fotograf in einem Interview zusätzlich diskursiv hervorhebt:

> Lors de cette cérémonie chez les Zoulous en Afrique du Sud, en 2014, une jeune fille albinos est seins nus, comme toutes ses consœurs non albinos. Ce qui est frappant, c'est de voir le regard mutin, espiègle, de toutes ces filles blacks. Et au milieu, cette jeune albinos a les mains campées sur les hanches. Elle pose fièrement. Et c'est la plus belle. Elle ressort de l'image, elle est juste magnifique. Regardez. Tous les regards des blacks sont tournés vers le photographe pour capter son attention. Elle, c'est la seule qui regarde ailleurs, et pourtant, on ne voit qu'elle. Voilà un exemple de la photogénie de certaines personnes. Elle est différente. Et c'est la plus belle. (Longari, zit. nach Renard 2017)

Was Longari hier diskursiv markiert ist eine besondere Fotogenität und Schönheit seiner Hauptperson, die er einerseits in ihrem außergewöhnlichen Äußeren und andererseits in ihrer stolzen Haltung ausmacht. Aber auch visuell unterstützt Longari diesen Eindruck. Anders als Gellie richtet er den Bildhorizont nicht über, sondern unter den Köpfen der Darstellerinnen ein, mit dem Effekt, dass wir als Betrachter:innen zu der jungen Frau mit Albinismus aufblicken.[9] Dass Longari mit der Fotografie eine besondere Botschaft transportieren wollte, verdeutlicht folgende Aussage zum Entstehungskontext der Aufnahme:

> We were working with other photographers in the region about albinism and the plight of the albino people in Africa […] When I arrived in this area I was wondering if by chance I could photograph an Albino girl undergoing the rite of passage to womanhood. It would be nice contribution [sic] to the wider story we were doing. In spite of albinism, she is included. And she, [sic] wants to take part. I think it's an important message. (Longari, zit. nach Hyams 2017)

Durch seine journalistische Arbeit war dem Pressefotografen Longari die Stigmatisierung von Menschen mit Albinismus in Teilen Afrikas also bekannt. Er suchte bewusst nach einem Gegenbeispiel, das die Inklusion albinotischer Menschen darstellt. Möglicherweise kannte er auch die Werke von Lacerda und Willocq, die damals in den Medien kursierten. Longaris Aufnahme erschien zunächst im britischen *Guardian* als Teil einer Foto-Serie über die uMkhosi woMhlanga-Zeremonie (Forsdike 2014). Dabei schaffte sie es auch in die mit täglich wechselnden Bildern bestückte Eyewitness-Sektion auf der zentralen Website des *Guardian* (The Guardian 2014), was ihr eine besondere Aussagekraft attestierte. Drei Jahre später präsentierte Longari das Bild zudem in einer Auswahl seiner Werke beim internationalen Festival für Fotojournalismus Visa pour l'image im französischen Perpignan. Diese Kontextualisierung stellt das Bild auch in einen künstlerischen Rahmen.

Die ästhetische Aufwertung von Menschen mit Albinismus wird insbesondere von jenen Akteur:innen begrüßt, unterstützt und letztlich mitproduziert, die sich für die

[9] Dass Longari den Horizont auf Höhe der unbedeckten Brüste seiner Darstellerinnen legt, kann man ihm natürlich auch weniger positiv auslegen. Die missbräuchliche Verwendung von Aufnahmen der Tänzerinnen auf pornografischen Webseiten und die Sorge vor „sex perverts" bewog die Organisator:innen der Zeremonie schon vor Jahren strickte Zugangskontrollen einzurichten (Mail & Guardian 2007). Umgekehrt sahen sich Teilnehmerinnen durch algorithmische Filter und die Restriktion ihrer Aufnahmen in sozialen Medien diskriminiert. Die Sexualisierung ihrer unbedeckten Brüste und die damit begründete Sperrung ihrer Bilder sei eine rassistische Entwertung ihrer kulturellen Tradition, kritisierten die Zulu-Frauen (Allison 2017).

Entstigmatisierung und soziale Inklusion hypopigmentierter Menschen einsetzen. Longaris Fotografie etwa fand ihren Weg auf ein Instagram-Konto, das offensichtlich dem Königshaus der Zulu zuzurechnen ist. Versehen war sie dort mit einem Zitat des Königs Goodwill Zwelithini, das visuelle Aufwertung mit diskursiver Aufklärung verband:

> It's vulgar to refer to an albino as isishawa because all of us have such a gene in us, therefore they should not be victimized. I find it an insult to our culture that some people hunt albinos as if they are animals. Our forefathers never killed anyone for muthi [magische Mittel, C.H.]. (@royal_zulu 2016)

Als ich 2017 in Johannesburg, Südafrika, mit Nomasonto Mazibuko sprach, konnte sie sich weder an Benettons Werbeanzeige noch an ihre früheren Äußerungen diesbezüglich erinnern. Anders als 1993 schätzt sie heute die Aufmerksamkeit und Sichtbarkeit, die Menschen mit Albinismus auch durch Werbeanzeigen zuteilwerde: so wüssten Betroffene, dass sie kein Einzelfall seien und der Gesellschaft werde die Existenz von Albinismus vor Augen geführt. Ein ähnliches Argument findet sich bereits in einer Zuschrift, die Benetton Anfang der 1990er Jahre von zwei Personen mit Albinismus aus Johannesburg erhielt:

> Neugierig und interessiert schauten wir auf das Foto einer jungen schwarzen Albina, die sich zwar aufgrund ihrer Krankheit von der eigenen Rasse unterscheidet, aber die gleichen Gesichtszüge wie ihre Schwestern trägt. Was möchte Benetton mit diesem Foto kommunizieren? Es ist sicher positiv, dass diese Form der Vielfalt nicht länger verborgen bleibt. Durch Gewohnheit und Teilnahme lernen Menschen Verschiedenheit zu akzeptieren. Es ist wichtig darüber zu reflektieren, dass das, was normalerweise als ‚Unterschied' gilt, nichts Anderes als eine ‚andere Normalität' ist. (zit. nach Landi und Pollini 1993: 66, meine Übersetzung des italienischen Originals)

Anders als in der Kommerzialisierungskritik, wie sie Keïta und Mazibuko 1993 formulieren, heben die anonyme Zuschrift an Benetton damals und Mazibuko heute einen positiven Nebeneffekt kommerzieller Markenwerbung hervor: Diese mache gleichzeitig auch Werbung für die Sache der albinotischen Aktivist:innen. Mazibukos heutige positive Haltung stützt sich auf die guten Erfahrungen, die sie jüngst mit einem Werbespot für die Wodka-Marke Smirnoff machte. Unter dem Slogan „We're open" besucht darin der albinotische DJ Jewell Jeffrey aus Frankreich eine südafrikanische Township, feiert mit den Bewohner:innen und erzählt:

> I like to stay open to show that we are all different but we are all the same. I meet a lot of albinos who don't dare to go out as if we are supposed to stay inside. We need to be seen because music has no colour. Whether you're rich or poor, black or white. We all want to dance. (Jeffrey, zit. nach Smirnoff SA 2017).

Abgesehen davon, dass mehrere Südafrikaner:innen mit Albinismus als Nebendarsteller:innen monetär von Smirnoffs Werbespot profitierten,[10] ist es die inklusive Botschaft des Videos und die neue gesellschaftliche Sichtbarkeit, die Aktivist:innen wie Mazibuko auf einen Gewöhnungs- und damit Normalisierungseffekt für Menschen mit Albinismus hoffen lassen. Gleichzeitig erlaubt der Werbespot der Marke Smirnoff, sich als progressiv und sozial verantwortungsbewusst zu präsentieren. Albinotische Afrikaner:innen dienen einmal mehr einem Unternehmen dazu, sein Markenimage positiv zu konnotieren.

[10] Persönliches Gespräch mit Nomasonto Mazibuko vom 11. April 2017.

Anders als bei Benetton profitieren dabei auch Menschen mit Albinismus von einer positiven Darstellung.

Schluss

Die Kontextualisierung der beiden Fotografien von Yves Gellie und Marco Longari sowie die verschiedenen Interpretationen, die an sie herangetragen werden, verdeutlichen, dass hellbeigefarbene Haut und blonde Haare von Afrikaner:innen in ganz unterschiedlichen Rahmen inszeniert und gelesen werden. Der Blick auf die Benetton-Werbekampagnen offenbart eine rassisierte Deutung der kontrastierend inszenierten Hautfarben. Auch in der Kontroverse über die mögliche Platzierung der Benetton-Anzeige neben einem journalistischen Text über Rassismus in den USA wurde Gellies Fotografie in der Rahmung der Rassendifferenz gedeutet. Die abgelichtete Szene erscheint dabei als Beispiel der Veranderung, Stigmatisierung und Ausgrenzung ‚weißer' Personen in ‚Schwarzafrika'. Auch in Südafrika sehen sich Betroffene rassisierten Wahrnehmungen ausgesetzt. Dagegen, vor allem aber gegen ihre Deutung innerhalb einer magischen Rahmung, setzten sich Aktivist:innen zunehmend zur Wehr. Die Zuschreibung magischer Potenz und die darauf basierende Ausgrenzung und Verfolgung verurteilen sie mit Verweis auf die biomedizinische Erklärung ihres Aussehens. Die biomedizinische Rahmung dient den Aktivist:innen dazu, das eigene Menschsein geltend zu machen. In Modeindustrie und Kunstfotografie findet dagegen eine andere Aufwertung hypopigmentierter Körper statt, die sich in der Inszenierung von Longaris Fotografie spiegelt. Als ästhetisch reizvolle Besonderheit begründet Albinismus hier die Transformation von Stigma in Charisma. Obgleich diese Ästhetisierung wiederum eine Form der Versonderung ist, führt die mit ihrer Hilfe gesteigerte gesellschaftliche Sichtbarkeit zu Gewöhnungseffekten und damit zur Entdramatisierung von Albinismus.

Literaturverzeichnis

@royal_zulu. 2016. o.T. (24. Aug.), online: https://www.instagram.com/p/BJgFUI5g6Bo/ (letzter Zugriff 2019-07-24).

Allison, Simon. 2017. „‚Hey Google, our breasts aren't sexual'". *Mail & Guardian* (12. Okt.), online: https://mg.co.za/article/2017-10-12-hey-google-my-breasts-are-not-inappropriate (letzter Zugriff 2019-07-26).

Antick, Paul. 2002. „Bloddy Jumpers: Benetton and the Mechanics of Cultural Exclusion". *Fashion Theory* 6 (1): 83–110.

Back, Les und Vibeke Quaade. 1993. „Dream Utopias, nightmare realities: Imaging race and culture within the world of Benetton advertising". *Third Text* 7(22): 65–80.

Baker, Charlotte, Patricia Lund, Richard Nyathi und Julie Taylor. 2010. „The myth surrounding people with albinism in South Africa and Zimbabwe". *Journal of African Cultural Studies* 22 (2): 169–181.

Benetton Group. 1993. *Global Vision – United Colors of Benetton.* Rabundo: Benetton Group.

Berglund, Axel-Ivar. 1976. *Zulu thought-patterns and symbolism*. London: C. Hurst & Co.

Blankenberg, Ngaire. 2000. „That Rare and Random Tribe: Albino Identity in South Africa". *Critical Arts* 14 (2): 6–48.

Denny, S. Kathrin. Im Druck. *Menschen mit Albinismus. Die Etablierung einer neuen Personenkategorie in Tansania.* Dissertation am Institut für Ethnologie und Afrikastudien der Johannes Gutenberg-Universität Mainz.

Der Spiegel. 1993. „Spuck auf den Boden". *Der Spiegel* 14 (5. Apr.): 202–208, online: www.spiegel.de/spiegel/print/d-13688730.html (letzter Zugriff 2019-02-14).

Dipa, Karishma. 2016. „‚Sleeping with a virgin albino child cannot cure Aids'". *The Star* (19. Sept.), online: https://www.iol.co.za/news/south-africa/gauteng/sleeping-with-a-virgin-albino-child-cannot-cure-aids-2070103 (letzter Zugriff 2019-06-17).

Elliott, Stuart. 1992. „Benetton Skips Next Issue of New Yorker in Ad Dispute". *The New York Times* (2. Okt.): 13, online: nyti.ms/29bkkK1 (letzter Zugriff 2019-01-21).

Firenzi, Tara. 2012. „The Changing Functions of Traditional Dance in Zulu Society: 1830–Present". *The International Journal of African Historical Studies* 45 (3): 403–425.

Flotz, Kim. 1989. „Campaign on Harmony Backfires for Benetton". *The New York Times* (20. Nov.): 8, online: nyti.ms/29z11dV (letzter Zugriff 2019-02-21).

Forsdike, Josy. 2014. „South African ‚maidens' perform annual reed dance – in pictures". *The Guardian* (6. Sept.), online: https://www.theguardian.com/culture/gallery/2014/sep/06/south-african-maidens-perform-annual-reed-dance-in-pictures (letzter Zugriff 2019-07-24).

Gbadamosi, Raimi. 2013. „Anatomising the myth-making and equivocations around albinos". *Mail & Guardian* (6. Sept.), online: https://mg.co.za/article/2013-09-06-anatomising-the-myth-making-and-equivocations-around-albinos (letzter Zugriff 2019-08-26).

Goffman, Erving. 1967. *Stigma. Über Techniken der Bewältigung beschädigter Identität.* Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Goffman, Erving. 1977. *Rahmen-Analyse: Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Guidotti, Rick. 1998. „Redefining Beauty". *Life Magazine* (Juni): 65–69.

Guidotti, Rick. 2011. „From Stigma to Supermodel". *TED*, online: https://www.ted.com/talks/rick_guidotti_from_stigma_to_supermodel (letzter Zugriff 2019-08-26).

Hans, Barbara. 2009. „Menschenjagd im Schatten der Sonne". *Spiegel Online* (17. Dez.), online: https://www.spiegel.de/panorama/gesellschaft/unicef-foto-des-jahres-menschenjagd-im-schatten-der-sonne-a-667068.html (letzter Zugriff 2019-08-23).

Helmore, Edward. 2017. „Pirelli goes down the rabbit hole with all-black cast for 2018 calendar". *The Guardian* (Nov. 12), online: https://www.theguardian.com/fashion/2017/nov/12/pirelli-calendar-alice-in-wonderland-all-black-cast-edward-enninful (letzter Zugriff 2019-07-25).

Hirschauer, Stefan. 2014. „Un/doing Differences. Die Kontingenz sozialer Zugehörigkeiten". *Zeitschrift für Soziologie* 43 (3): 170–191.

Hirschauer, Stefan. 2017. „Humandifferenzierung. Modi und Grade sozialer Zugehörigkeit". In: ders. (Hrsg.): *Un/Doing Differences. Praktiken der Humandifferenzierung.* Weilerswist: Velbrück Wissenschaft. 29–54.

Hlongwane, Agiza. 2011. „Fear as albino boy vanishes". *Sunday Tribune* (3. Juli), online: https://www.iol.co.za/news/south-africa/kwazulu-natal/fear-as-albino-boy-vanishes-1092451 (letzter Zugriff 2019-06-24).

Hoernlé, A. Winifred. 1937. „Magic and Medicine". In: Isaac Schapera (Hrsg.): *The Bantu-Speaking Tribes of South Africa: An Ethnographical Survey.* London: Routledge. 221–245.

Hohl, Christopher und Matthias Krings. 2019. „Extraordinarily White: The De/Spectacularization of the Albinotic Body and the Normalization of Its Audience". In: Claudia Liebelt, Sarah Böllinger und Ulf Vierke (Hrsg.) *Beauty and the Norm*. Cham: Palgrave Macmillan. 75–103.

Hyams, Rosslyn. 2017. „Africa's Crowds and Solitude on show at French photo festival". *RFI* (4. Sept.), online: http://en.rfi.fr/culture/20170904-crowds-and-solitude-africa-marco-longari-visa-pour-image (letzter Zugriff 2019-07-29).

Kanner, Bernice. 1992. „Shock Value". *New York Magazine* (24. Aug.): 26–28.

Kibangula, Trésor. 2014. „RDC: ‚Blanc ébène', un reportage-photo pour ‚rentre aux albinos leur diginité'". *Jeune Afrique* (4. März), online: https://www.jeuneafrique.com/165156/societe/rdc-blanc-b-ne-un-reportage-photo-pour-rendre-aux-albinos-leur-dignit/ (letzter Zugriff 2019-08-23).

Krings, Matthias. 2017a. „Albinismus. Rekodierungen einer Humankategorie in historisch variablen Rahmungen". In: Stefan Hirschauer (Hrsg.): *Un/Doing Differences. Praktiken der Humandifferenzierung.* Weilerswist: Velbrück Wissenschaft. 358–390.

Krings, Matthias. 2017b. „Ein Model mit ‚Makel': Shaun Ross und die Produktion besonderer Berühmtheit in der Modewelt". *Zeitschrift für Medienwissenschaft* 16: 37–48.

Kromberg, Jennifer. 1992. „Albinism in the South African Negro: IV. Attitudes and the death myth." *Birth Defects: Original Article Series* 28 (1): 159–166.

Kromberg, Jennifer. 2018. „Psychosocial and Cultural Aspects of Albinism." In: dies. und Prashiela Manga (Hrsg.): *Albinism in Africa: Historical, Geographic, Medical, Genetic, and Psychosocial Aspects.* London: Academic Press. 171–201.

Lagercrantz, Sture. 1979. „Albinism and its occurrence in Africa." *Occasional Papers VII. Varia. Uppsala: Förutvarande Institutionen för Allmän och Jämförande Etnografi vid Uppsala Universitet*. 39–89.

Landi, Paolo und Laura Pollini (Hrsg.). 1993. *Cosa c'entra l'AIDS con i maglioni. Cento lettere di amore-odio alla Benetton.* Milan: Arnoldo Mondadori Editore.

Le Monde. 1993. „Racisme ou pudibonderie?". *Le Monde* (Aug. 18), online: www.lemonde.fr/archives/article/1993/08/18/afrique-du-sud-racisme-ou-pudibonderie_3944596_1819218.html (letzter Zugriff 2019-02-22).

Lipp, Wolfgang. 1985. *Stigma und Charisma: Über soziales Grenzverhalten*. Berlin: Dietrich Reimer Verlag.

Mackinney-Valentin, Maria. 2014. „Face Value: Subversive Beauty Ideals in Contemporary Fashion Marketing". *Fashion, Style & Popular Culture* 1 (1): 13–27.

Mail & Guardian. 2007. „No ‚sex perverts' allowed at Zulu reed dance". *Mail & Guardian* (5. Sept.), online: https://mg.co.za/article/2007-09-05-no-sex-perverts-allowed-at-zulu-reed-dance (letzter Zugriff 2019-07-26).

Manqele, Mthokozisi. 2016. „Albino boy traumatized after trafficking ordeal". *Daily News* (13. Juli), online: https://www.iol.co.za/news/albino-boy-traumatised-after-trafficking-ordeal-2045002 (letzter Zugriff 2019-03-27).

Motha, Sandile. 2016. „False love used to lure Albino woman". *Sowetan* (30. Jan.), online: https://www.sowetanlive.co.za/news/2016-01-30-false-love-used-to-lure-albino-woman/ (letzter Zugriff 2016-02-11).

Mswela, Maureen. 2017. „Violent attacks against persons with albinism in South Africa: A human rights perspective". *African Human Rights Law Journal* 17 (1): 114–33.

Ndlangisa, Amanda. 2014. „What makes you black?". *Bona Magazine* (Sept.): 69–73.

Ndlazi, Sakhile. 2016. „Call to fight ill treatment of albinos". *Pretoria News* (1. Juni), online: https://www.iol.co.za/news/south-africa/gauteng/call-to-fight-ill-treatment-of-albinos-2029294 (letzter Zugriff 2016-06-07).

Nduru, Moyiga. 2006. „NGOs take on challenges of albinism". *Mail & Guardian* (3. Juli), online: https://mg.co.za/article/2006-07-03-ngos-take-on-challenges-of-albinism (letzter Zugriff 2016-09-29).

News24. 2007. „‚People think you're stupid'". *News24* (5. Okt.), online: https://www.news24.com/Africa/News/People-think-youre-stupid-20071004 (letzter Zugriff 2019-06-14).

Ngubane, Harriet. 1977. *Body and Mind in Zulu Medicine: An Ethnography of health and disease in Nyuswa-Zulu thought and practice.* London u.a.: Academic Press.

Oomen, Barbara. 2005. *Chiefs in South Africa: Law, Power and Culture in the Post-Apartheid Era*. Oxford, Pietermaritzburg, New York: Palgrave.

Pagnucco Salvemini, Lorella 2002. *United Colors: The Benetton Campaigns.* London: Skriptum Editions.

Phatoli, Relebohile, Nontembeko Bila und Eleanor Ross. 2015. „Being black in a white skin: Beliefs and stereotypes around albinism at a South African university". *African Journal of Disability* 4 (1): Art. #160.

Positive Exposure. o.J. „About the Program". Online: https://positiveexposure.org/about-the-program-2/ (letzter Zugriff 2019-07-24).

Renard, Camille. 2017. „Jean-François Leroy: chez les photojournalists, ‚la malchance est une faute professionnelle'". *France Culture* (1. Sept.), online : https://www.franceculture.fr/photographie/jean-francois-leroy-chez-les-photojournalistes-la-malchance-est-une-faute (letzter Zugriff 2019-07-26).

Said-Moorhouse, Lauren. 2014. „Is this what a model should look like?". *CNN* (1. Okt.), online: https://edition.cnn.com/2014/10/01/world/africa/is-this-what-a-model-should-look-like/index.html (letzter Zugriff 2019-07-24).

Samson, Lindsay. 2018. „Albus: The photo series challenging established standards of beauty". *Design Indaba* (13. Juni), online: https://www.designindaba.com/articles/creative-work/albus-photo-series-challenging-established-standards-beauty (letzter Zugriff 2019-07-26).

Schüle, Judith. 2013. „Medicine murder of people with albinism in Tanzania – how casino capitalism creates rumorscapes and occult economies". *CAS Working Paper Series* 2/2013, Center for Area Studies, Freie Universität Berlin.

Semprini, Andrea. 1996. *Analyser la communication: comment analyser les images, les médias, la publicité*. Paris: L'Harmattan.

Setboun, Michel und Marie Cousin. 2014. *40 ans de photo-journalisme: Génération agences*. Paris: Éditions de La Martinière.

Shange, Naledi. 2018. „Nine months after she was mutilated and killed, 13-year-old Gabilsile Shabane will finally be laid to rest". *TimesLIVE* (11. Okt.), online: https://www.timeslive.co.za/news/south-africa/2018-10-11-nine-months-after-she-was-mutilated-and-killed-13-year-old-gabisile-shabane-will-finally-be-laid-to-rest/ (letzter Zugriff: 2019-03-27).

Shoba, Sandisiwe. 2016. „Activists fighting against albinism myths live life of fear". *The Witness* (13. Juli), online: https://www.news24.com/SouthAfrica/News/activists-fighting-against-albinism-myths-live-life-of-fear-20160712 (letzter Zugriff 2019-06-17).

Smirnoff SA. 2017. „Everyone's Invited with Smirnoff & Deejay Jewell". *YouTube* (19. April), online: https://www.youtube.com/watch?v=UZIKdn4MR5s (letzter Zugriff 2019-06-24).

The Guardian. 2014. „Eyewitness: Umhlanga reed dance". *The Guardian* (6. Sept.), online: https://www.theguardian.com/world/picture/2014/sep/06/eyewitness-south-africa (letzter Zugriff 2019-07-24).

Toscani, Oliviero. 1996. *Die Werbung ist ein lächelndes Aas.* Mannheim: Bollmann Verlag.

Tshehle, Boitumelo. 2012. „Sangoma nabbed for bones dug up in grave". *Sowetan* (8. Okt.), online https://www.sowetanlive.co.za/news/2012-10-08-sangoma-nabbed-for-bones-dug-up-in-grave/ (letzter Zugriff 2019-06-19).

Tsjeng, Zing. 2012. „Gustavo Lacerda: Albinos". *Wonderland* (21. Aug.), online: https://www.wonderlandmagazine.com/2012/08/21/gustavo-lacerda-albinos/ (letzter Zugriff 2019-07-26).

Wan, Nathalie. 2003. „‚Orange in a World of Apples': the Voices of Albinism". *Disability & Society* 18 (3): 277–296.