

On the basis of a common realm of reference, one can critically challenge other positions, or one can create solidarities through writing; one can dig up what has been lost, tell counterhistories or countergenealogies. If one takes seriously the specificity of each single relational constellation, it ultimately becomes impossible to write any sort of how-to guide on writing about art. For emphasizing entanglements can only be a starting point. It should not be elevated to a universally valid argument in which openness and dialogue become a self-purpose, or in which the dissolution of hierarchies becomes something achievable through language alone.

Who, then, is talking to whom in which specific institutional, editorial, regional, disciplinary, or historical contexts? When both the arts and writing about/with art are understood relationally, it becomes hard to overlook the interconnectedness between the two. When questions of form are thereby understood as expression of specific constellations of entanglement, a politics of knowledge can be critiqued and redefined.

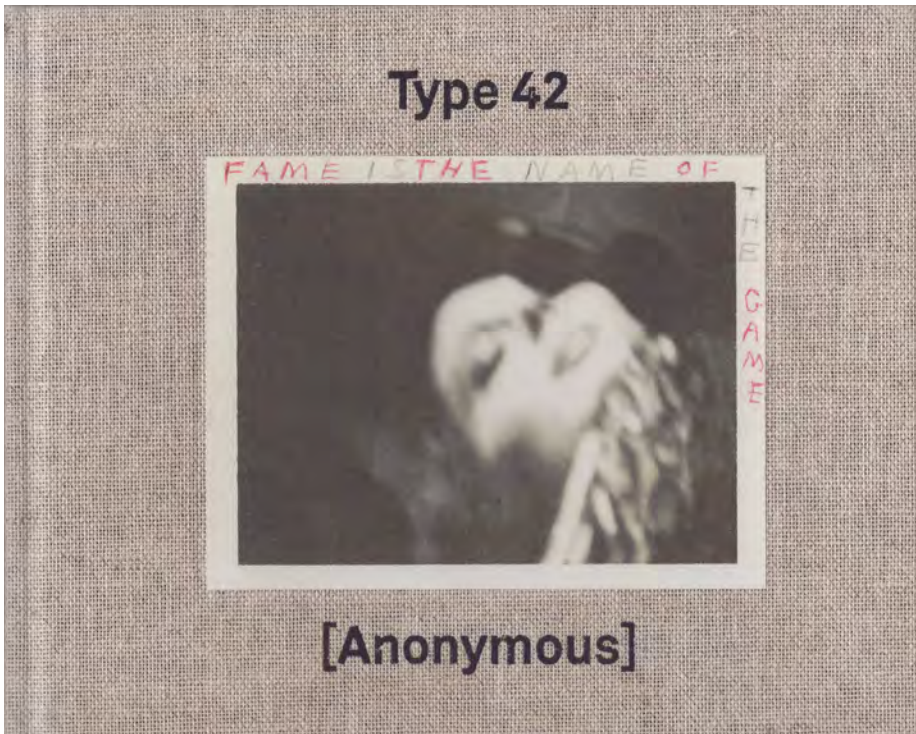
## Brigitte Weingart „Fame Is the Name of the Game“: Aneignung und celebrity culture

### I. Beziehungstypen

*How to relate* zur Frage „How to relate“? In dem Fall, den dieser Text dokumentiert, hat sich der Bezug zur Fragestellung über eine weitere Relation hergestellt: Mit dem Thema bot sich mir die Gelegenheit, zwei Beziehungstypen, mit denen ich mich schon länger beschäftige, ihrerseits hinsichtlich ihres Verhältnisses zueinander in den Blick zu nehmen: zum einen Kultur- und Medientechniken der Aneignung, also *copy cultures*, zum anderen Medienkulturen der Berühmtheit, *celebrity cultures* (deren Untersuchung wiederum aus meinen Studien zur Genealogie und Medienästhetik der Faszination hervorgegangen ist).<sup>1</sup> Entsprechend geht es in den folgenden Überlegungen

1 Siehe etwa Fehrmann, Gisela / Linz, Erika / Schumacher, Eckhard / Weingart, Brigitte (Hg.): *Originalkopie – Praktiken des Sekundären*, Köln 2004; Weingart, Brigitte: „That Screen Magnetism: Warhol's Glamour“, in: *October*, Nr. 132, Frühjahr 2010, S. 33–70; dies.: „Star Studies“, in: *Handbuch Filmtheorie*, hg. von Bernhard Groß u. Thomas Morsch, Wiesbaden 2017 [online 22 S., Print i. E.] sowie den von mir gemeinsam mit Peter Rehberg herausgegebenen Schwerpunkt „Celebrity Cultures“ der *Zeitschrift für Medienwissenschaft*, Bd. 16, Nr. 1, 2016.

um die Frage nach dem epistemischen Potenzial von Medienpraktiken der Aneignung, speziell um das implizite Wissen über Star- und Celebrity-Kulturen, das hier am Werk ist. Der Fokus liegt dabei auf Praktiken der Remediation,<sup>2</sup> d.h. auf solchen Aneignungen vorgefundener Artefakte, die einen Medienwechsel ins Spiel bringen. Sie können insofern als performative Analysen von Celebrity gelten, als sie ihr Wissen mit je medienspezifischen Mitteln zur Geltung bringen – weshalb es sich hier nicht zuletzt um Formen nicht-diskursiven Wissens handelt, wie sie etwa in der künstlerischen Forschung geltend gemacht werden.



Type 42 [Anonymous]. „Fame Is the Name of the Game“, hg. von Nicole Delmes und Susanne Zander, Köln 2015 (Buchcover)

Dabei kommt mir ein Projekt zur Hilfe, das mir besonders symptomatisch erscheint für gewisse Analogien zwischen künstlerischen Verfahren der Aneignung, wie sie seit den 1960er Jahren in der Pop Art und dann programmatisch vor allem in der Appropriation Art praktiziert wurden, und den Versuchen der Inbesitznahme von Celebrities, die sich in Fanpraktiken

2 Siehe hierzu vor allem Seier, Andrea: *Remediation. Die performative Konstitution von Gender und Medien*, Münster 2007, im kritischen Rekurs auf die einschlägige Einführung des Begriffs durch Bolter, Jay David / Grusin, Richard: *Remediation. Understanding New Media*, Boston 1998.

niederschlagen. Die Bezeichnung als ‚Projekt‘ gilt hier dem Umstand, dass sich diese Bezeichnung unter neoliberalen Bedingungen bereichsübergreifend für Kunst-, Forschungs-, Liebhaber- und Businessstätigkeiten usw., bezahlt oder unbezahlt, durchgesetzt hat. Und bei dem Projekt, das unter dem Titel *Type 42 – „Fame Is the Name of the Game“* 2015 in Buchform dokumentiert wurde, ist eben nicht feststellbar, ob man es mit der künstlerischen Arbeit eines ‚Profis‘ zu tun hat oder mit einer Amateur-Produktion.<sup>3</sup> Bei dem Konvolut von rund 950 handbeschrifteten Polaroid-Fotografien, von denen 120 in besagtes Buch aufgenommen wurden, handelt es sich um einen Fund, ein anonymes Archiv, das 2012 in New York ausgerechnet einem Künstler (und überdies einem nicht als solchen ausgebildeten Maler mit einem Interesse für sogenannte Outsider Art) in die Hände fiel – ein glücklicher Umstand, den der Kunstkritiker Jerry Saltz mit einem „Halleluja“ kommentierte.<sup>4</sup> Dank Jason Brinkerhoffs Engagement für das Projekt<sup>5</sup> waren die Fotografien unter anderem im New Yorker alternativen Kunstraum White Columns und 2014 in Berlin bei Delmes & Zander zu sehen, einer auf Outsider Art spezialisierten Galerie, in deren Besitz sie übergegangen sind.<sup>6</sup> „Type 42“ ist also kein Künstlername, sondern die Bezeichnung des verwendeten Polaroid-Filmformats, die natürlich ein sicher willkommenes Assoziationsfeld aufruft (ein ‚Typus‘ zwischen Serialität und Besonderheit, menschlicher und mechanischer Agency etc.). Indem für die Buchpublikation mit Cindy Sherman ausgerechnet eine der bekanntesten Vertreterinnen der Appropriation Art ein Vorwort beigetragen hat, wurde die anonyme Urheberschaft durch einen großen Namen supplementiert – eine Aneignung des Projekts durch die Kunstwelt, die – apropos „how to relate“ – etwas von der Adoption eines Findelkinds hat.<sup>7</sup>

3 *Type 42* [Anonymous]. „Fame Is the Name of the Game“, hg. von Nicole Delmes u. Susanne Zander, Köln 2015.

4 Saltz, Jerry: „See 9 Eerie, Erotic Polaroids of Hollywood Stars“, in: *New York Magazine – The Cut*, 13.1.2015, [https://www.thecut.com/2015/01/see-9-eerie-erotic-polaroids-of-hollywood-stars.html#\\_ga=2.28149941.844983821.1562851402-1468179522.1553617904](https://www.thecut.com/2015/01/see-9-eerie-erotic-polaroids-of-hollywood-stars.html#_ga=2.28149941.844983821.1562851402-1468179522.1553617904) (17.08.2019).

5 Siehe dazu „Type 42 by Anonymous – Jeffrey Ladd in conversation with Jason Brinkerhoff about this amazing archive“, in: Delmes & Zander OUTRAGEOUS-blog, 10.2.2015, <http://galerie-zander.blogspot.de/2015/02/type-42-by-anonymous-jeffrey-ladd-in.html> (17.08.2019).

6 Der Galerie Delmes & Zander gilt mein ganz herzlicher Dank für die freundliche Kooperationsbereitschaft und die Möglichkeit, das gesamte Archiv, von dem ja nur ein Bruchteil in die Publikation aufgenommen wurde, einzusehen. Darüber hinaus danke ich Susanne Zander für ein instruktives Gespräch und Lisa Arndt für die Bereitstellung der Bildvorlagen sowie die Abdruckgenehmigung.

7 Dies bestätigt anekdotisch eine Szene beim Kauf des Buchs in der Kölner Buchhandlung Walther König, in deren Verlag das Buch publiziert wurde und wo man nicht wusste, in welchem Regal nach dem laut Computer vorhandenen Buch am besten zu suchen sei: unter „Type 42“? Ein Mitarbeiter empfahl das Cindy-Sherman-Regal, weil diese ja das Vorwort geschrieben habe, und alternativ die Sektion „Art brut“.

Die Gründe für diese Wahlverwandtschaft leuchten unmittelbar ein, wenn man bedenkt, dass sich Shermans Werk einer performativen Analyse von Frauenbildern verschrieben hat, die sich historische wie vor allem massenmedial verbreitete Stereotypen zu eigen macht, um sie durch abweichende Nachahmung dezidiert als Rollen, als kulturelle Konstrukte in den Blick zu rücken. So zitieren ihre *Untitled Filmstills* (1977–80) keine bestimmten Filme, erzeugen aber dennoch einen Wiedererkennungseffekt, weil einem die Frauenrollen ‚unheimlich bekannt‘ vorkommen.<sup>8</sup>



Cindy Sherman: *Untitled Film Still #54*, 1980, Silbergelatineprint, 17,3 x 24 cm

Um Aneignungen von massenmedial zirkulierenden Frauenbildern handelt es sich auch bei dem Projekt *Type 42*, das dokumentiert, dass hier jemand sehr viel Zeit und Filmmaterial darauf verwendet hat, weibliche Stars vom Fernsehbildschirm abzufotografieren. Und dies, darauf lassen die Fernsehsendetermine der zitierten Filme schließen, mutmaßlich „zwischen 1969 und 1972“ (bzw. 1973),<sup>9</sup> also als die Videotechnologie für Home-Recording noch nicht einer breiten Öffentlichkeit zur Verfügung stand.<sup>10</sup> Bei einem

8 Sherman, Cindy: *The Complete Untitled Film Stills*, hg. von Peter Galassi, New York 2003.

9 „[Z]wischen 1969 und 1972“ lautet die Information auf der Website der Galerie Delmes & Zander, [https://delmes-zander.de/artist.php?lang=&a=type\\_42](https://delmes-zander.de/artist.php?lang=&a=type_42) (17.08.2019). – Allerdings wurde z. B. die TV-Serie *The Starlost*, die mehrfach abfotografiert wurde, 1973 erstausgestrahlt (wie im Filmverzeichnis des Buchs auf S. 140 auch vermerkt wird).

10 Sherman spekuliert allerdings, dass einige der Polaroids im Kino aufgenommen wurden, da manche Filme erst Jahre später im Fernsehen zu sehen waren. Vgl. Cindy Sherman, „Type 42“, in: *Type 42* [Anonymous] 2015, S. 5–10, hier S. 6f. – Das wirft die Frage auf, ob die Aufnahmen vieler der Farbfilme und -serien aufgrund der technischen Eigenschaften des Polaroidfilms Type 42 schwarzweiß sind oder ob es auch die Fernsehbilder waren. In den USA um 1970 waren Farbfernseher noch nicht flächendeckend verbreitet, die meisten Sender strahlten noch mehr als die Hälfte der Sendungen in Schwarz-Weiß aus.

Großteil handelt es sich um Close-ups von Frauen, vor allem Schauspielerinnen aller Bekanntheitsligen und Altersklassen – von Golden Hollywood-Stars wie Esther Williams oder Jane Wyman über zeitgenössische internationale Berühmtheiten wie Elizabeth Taylor und Brigitte Bardot bis hin zu B-Movie-Aktrizen und TV-Personalities, von denen es einige wenige in die Buchauswahl geschafft haben. Zu den laut Sherman „many women of color“<sup>11</sup> zählen etwa Denise Nicholas und die Blaxploitation-Legende Pam Grier, die im Buch nicht vertreten ist – wohl aber, da sich auch Sängerinnen unter den Fotografierten befinden, Tina Turner. Die deutschsprachige Divenwelt ist durch Elke Sommer, Hildegard Knef und Senta Berger im Buch proportional etwas besser vertreten als im Gesamtarchiv, wobei die Publikation auszeichnet, dass neben der repräsentativen Bandbreite der Berühmtheiten auch die unterschiedlichen Varianten der Gesichtsaufnahmen (diverse Mimiken und Affektausdrücke; mit und ohne Fernsehkasch; mehr oder weniger nebulös) berücksichtigt wurden.



Fotografien aus dem Archiv Type 42 (Anonymous) der Galerie Delmes & Zander, Köln, 1960er/1970er Jahre, Mischtechnik auf Polaroid, 8,3 x 10,8 cm

11 Sherman 2015, S. 8.





Im Buch folgt auf die alphabetisch angeordnete Serie der handschriftlich, aber in Druck- und Großbuchstaben mit rotem Kugelschreiber namentlich ausgewiesenen „Actresses“ eine mit „Films“ betitelte Auswahl von Polaroids, die mit dem Film- oder Serientitel versehen wurden – mit der kleinen, feinen Auffälligkeit, dass dabei abwechselnd ein Wort mit rotem, eins mit schwarzem Kugelschreiber notiert wurde. Titel wie *Invasion of the Star Creatures* oder *Frankenstein's Bloody Terror* verdeutlichen, dass hier Science Fiction und B-Movies vorherrschen; in der Buchfassung ist z. B. *Star Trek* gut vertreten, und auch das einzige Bild von einem Mann in der Sammlung hat sich hier eingeschlichen: Sean Connery als James Bond in *Thunderball*, mit Helm und Jetpack.<sup>12</sup>



<sup>12</sup> Angesichts der vielen Titel, die das Wort „Star“ (wie in *The Starlost*, *Star Trek*, *Invasion of the Star Creatures*) hier doppeldeutig erscheinen lassen, oder auch des reflexiven Potenzials eines Titels wie *Fame Is the Name of the Game* stellt sich der Eindruck ein, dass dieser Effekt schon in der Sammlung angelegt ist. Zumindest lässt er sich nicht allein auf die Auswahl für das Buch zurückführen, weil auch das Gesamtkonvolut auffällig viele solcher Titel aufweist.

Wenn nun die Motivwahl nahelegt, dass vor dem Fernseher und hinter der Sofortbild-Kamera ein Mann am Werk war, so scheint das Detail, dass auf 31 der Fotos zusätzlich die Maße der abgelichteten Frauen notiert wurden (darunter etwa mehrfach Sophia Loren, Ursula Andress, Jane Fonda, Raquel Welch und Edy Williams), dies zu bestätigen – womit natürlich auch die sinistre Seite der Obsession, die hier dokumentiert wird, ins Spiel kommt. Denn mit dem Anhalten des Bilderflusses, das durch das ‚Abgreifen‘ eines ephemeren Moments und dessen Materialisierung in der Polaroid-Aufnahme erzielt wird, erlangt der Fotograf oder die Fotografin eine Form von Kontrolle über die mitunter auch affektiv deutlich ‚bewegten‘ Darstellerinnen, die durchaus Züge einer Mortifizierung trägt (von deren Verstummung im nicht-auditiven Medium ganz abgesehen). Mit dem Notieren der Maße weitet sich dieser Zugriff über die im Bild festgehaltene Mimik und Gestik hinaus in gewisser Weise (imaginär) auf den Körper der Frauen aus. Demgegenüber gibt Sherman in ihrem Vorwort zu bedenken: „[...] but perhaps this was a woman trying to understand her role models – something i can relate to.“<sup>13</sup>



*Be that as it may*, so oder so (um typische Formulierungen aufzugreifen, in denen die Spekulationen in meinen Gesprächen über diese Arbeiten häufig ihren vorläufigen Abschluss finden): Die anonyme Urheberschaft macht ex negativo darauf aufmerksam, wie sehr gesicherte Kenntnisse über die Gender-Identität, aber auch über den Status als Kunst- oder Amateur-Projekt den Umgang mit Aneignungspraktiken steuern – oder, wie ich mit Blick auf meine eigenen Rezeptionsprobleme im Fall von *Type 42* gerne einräumen möchte („how to relate?“), auch erleichtern. So versuche ich zwar in meinen Lehrveranstaltungen den Studierenden zu vermitteln, dass die auktoriale Intention nur einen, wenn auch in bestimmten Äußerungssituationen privilegierten Kontext unter anderen für die Interpretation eines Werks darstellt und keineswegs das letzte Wort und dass Zeichen nun einmal kennzeichnet, dass sie unabhängig von ihren Autor\_innen ‚übrig‘ bleiben.<sup>14</sup> Doch der

berüchtigte und hier vermutlich auch buchstäbliche ‚Tod des Autors‘ trägt im Fall von *Type 42* dazu bei, dass seine Hinterlassenschaft uns geradezu mit der Rätselhaftigkeit einer Hieroglyphenschrift konfrontiert. „[T]here are no conclusions I can make other than the mystery they [these pictures] provided me“, konzediert Cindy Sherman am Ende ihres kurzen Vorworts und kann es dabei belassen.<sup>15</sup> Zu ergänzen wäre, dass genau diese mysteriöse Aura des Projekts mit der gespenstischen Verunheimlichung der Star-Erscheinungen, die die Fotografien betreiben, nur zu gut korrespondiert bzw. diese zusätzlich steigert: Nicht genug, dass die Spurensuche mit Bezug auf die Urheberschaft ins Leere läuft – auch in ihrer medienästhetischen Erscheinungsweise erinnern die Bilder an die „fugitive images“ der Gespensterfotografie, wie sie in der Okkultismus-Welle um 1900 florierte.<sup>16</sup> Womöglich ist es gerade dieser Effekt einer mehrfachen ‚Entzogenheit‘, der dazu beiträgt, dass es dem Projekt gelingt, jene Rätselhaftigkeit, die im Diskurs über die Faszination von Stars und Celebrities traditionell als *je ne sais quoi*, gewisses Etwas oder auch *It-Effect* beschworen wird,<sup>17</sup> als solche zu inszenieren.



Wenn der ‚Tod des Autors‘ hier also, positiv gewendet, tatsächlich einen riesigen Interpretationsspielraum eröffnet und – auch mit Blick auf die offensichtlichen Gender-Fragen, die das Projekt aufwirft – die konkreten medialen Praktiken der Aneignung in den Vordergrund rückt, so bleibt dabei die Frage

13 Sherman 2015, S. 5.

14 „Was wäre ein Zeichen (marque), das man nicht zitieren könnte? Und dessen Ursprung nicht unterwegs verlorengehen könnte?“ Derrida, Jacques: „Signatur Ereignis Kontext“, in: ders.: *Randgänge der Philosophie*, Wien 1988, S. 291–314, hier: S. 304.

15 Sherman 2015, S. 10.

16 Gunning, Tom: „Phantom Images and Modern Manifestations: Spirit Photography, Magic Theatre, Trick Films, and Photography’s Uncanny“, in: Petro, Patrice (Hg.): *Fugitive Images. From Photography to Video*, Bloomington 1995, S. 42–71.

17 Vgl. Roach, Joseph: *It*, Anne Arbor 2007.



nach dem Kunst-Status dennoch im Spiel bzw. *game*. Denn obwohl die Hinterlassenschaft nicht explizit an den Kunstbetrieb adressiert wurde (Stichwort Outsider Art), erfolgt mit der Aneignung durch ebendiesen eine Art sekundärer Institutionalisierung, die in diesem Fall wiederum den Kontext der Appropriation Art aufruft – weshalb dies auch die erste der Perspektiven ist, die hier eingenommen wird, um ausgehend von der grundsätzlichen Bedeutungsoffenheit des *Type-42*-Projekts über die Rezeptionsreflexe nachzudenken, die unseren Umgang mit künstlerischen Verfahren der Aneignung prägen.

## II. Appropriation

Obwohl die *Type-42*-Sammlung offensichtlich aus Praktiken der Aneignung hervorgegangen ist, kann in Shermans Vorwort das Wort „appropriation“ auch deshalb ebenso unerwähnt bleiben wie die dazugehörige „art“, weil sich dank ihrer Autorschaft dieser Bezug gleichsam von selbst versteht. Seit den 1980er Jahren hat sich die Bezeichnung Appropriation Art für Arbeiten etabliert, die auf der Aneignung vorgefundener Bilder, ob aus dem kunsthistorischen Kanon oder aus den Massenmedien und der Konsumkultur, basieren – wie zuvor bereits Teile der Pop Art (à la Andy Warhol oder Roy Lichtenstein), wobei die Appropriation Art überdies eine Vorliebe für das ‚direktere‘ Zitat mittels Fotografie oder Video-Aufzeichnung kennzeichnet.<sup>18</sup> Gerade in ihren Anfängen hat man der Appropriation Art oft geradezu reflexhaft ihre *criticality*, also ein kritisches Potenzial, zugutegehalten<sup>19</sup> – sei es als Institutionskritik in der Nachfolge Marcel Duchamps, dessen Readymades vorführten, dass es die Aufnahme ins Museum ist, der einem Artefakt erst den Status als Kunst verleiht; sei es als Zurückweisung des Mythos einer Originalität, die sich dem Genius aus sich selbst schöpfender, vorzugsweise männlicher Künstlerheroen verdankt (etwa in den ‚Nachfotografien‘ von Sherrie Levine). Daran gekoppelt ist der Anspruch auf Repräsentations- und Medienkritik, würden doch durch Verfahren der Aneignung die Prozesse der Bedeutungserzeugung in der visuellen Kultur als solche zum Vorschein gebracht. In diesem Sinne hat Douglas Crimp den Titel *Pictures* der von ihm 1977 im New Yorker Artists Space kuratierten Ausstellung (mit Arbeiten unter anderem von Jack Goldstein, Sherrie Levine und Robert Longo) kommentiert, die als Take-off der Appropriation Art gilt: „[W]e are not in search of origins, but structures of signification: underneath each picture there is always another picture.“<sup>20</sup>

18 Das gilt nicht für alle unter diesem Etikett subsumierten Künstler\_innen – man denke etwa an die Appropriation Art avant la lettre der Künstlerin Elaine Sturtevant, die sich um eine möglichst genaue Nachahmung der malerischen Verfahren der von ihr kopierten Gemälde bemühte.

19 Siehe dazu kritisch Graw, Isabelle: *Die bessere Hälfte. Künstlerinnen des 20. und 21. Jahrhunderts*, Köln 2003, S. 48f.

20 Crimp, Douglas: „Pictures“, in: *October*, Nr. 8, Frühjahr 1979, S. 75–88, hier: S. 87.

Für einen solchen Bildungsgang geben die *Type-42*-Fotografien natürlich ein Musterbeispiel ab, weisen sie diesbezüglich außer zu den Arbeiten der *Pictures Generation* doch auch Parallelen zu künstlerischen Projekten der 1960er Jahre auf, die populäre Bildvorlagen mit der systematischen Verdopplung bzw. Parodie medialer Verfahren der *celebrity culture* einem spezifischen Pop-Blick unterziehen (man denke außer an Warhols Siebdrucke von Popkultur-Ikonen an die *Screen Tests* [1964–66] oder an Ferdinand Kriwets dreibändiges Bildlexikon *Stars* [1971]). Wenn jedoch im Fall von *Type 42* die deutlich fetischistischen Züge die Zuschreibung eines kritischen Anliegens, vorsichtig gesagt: verkomplizieren, so gab es auch mit Blick auf die Werke der *Pictures Generation* gute Gründe, von der Festlegung auf *criticality* Abstand zu nehmen – stellvertretend seien nur die Arbeiten von Richard Prince erwähnt, etwa die Mitte der 1970er Jahre begonnene Serie *Girlfriends* mit Fotos von Biker Girls oder seine Aneignung eines Nacktfotos der 10-jährigen Brooke Shields in der Arbeit *Spiritual America* (1983). Die urheberrechtlichen Probleme, für die Prince' Werke regelmäßig sorgen, kann man vielleicht noch als erfolgreiche Originalitätskritik verbuchen. Aber die offenkundige Faszination von den Gegenständen führt dazu, dass er sich auch den Vorwurf einer Komplizenschaft mit den sexistischen Blickregimen gefallen lassen musste, die er zitiert.<sup>21</sup>

Auch in der *Appropriation Art* hat man es also zumindest mit einer Ambivalenz von *criticality* und Faszination zu tun, einem Spannungsverhältnis, das sich letztlich nur im Einzelfall konkret bestimmen lässt. Oder wie die Kunstkritikerin Isabelle Graw ihre Auseinandersetzung mit den Verfahren der *Appropriation Art* resümiert: „Bei aller Unterschiedlichkeit der verschiedenen Aneignungspraktiken kann jedoch die allgemeine Beobachtung gemacht werden, dass noch der distanzierteste, rivalisierendste Zugriff gewöhnlich in eine Faszinationsbeziehung eingelassen ist.“<sup>22</sup>

### III. Faszination, Fantum

Der Befund, dass künstlerische Verfahren der Aneignung mehr oder weniger unbewusst von einer „Faszinationsbeziehung“ zeugen, bringt mich dazu, die Perspektive zu wechseln und nach der epistemischen Produktivität einer *als solchen eingestandenen* Faszination zu fragen: Faszination ist schließlich nicht nur der Modus Operandi der Starkultur, sondern auch der Zustand, auf den Fans sich vorzugsweise berufen, wenn sie über die Gründe für ihre Aneignungspraktiken Auskunft geben. Nicht zufällig stammt der Begriff der

21 Vgl. den anlässlich der Aneignungen von Instagram-Posts durch Prince verfassten Rückblick von Iseman, Courtney: „richard prince's misogynistic track record“, in: *i-D*, 3.6.2015, [https://i-d.vice.com/en\\_uk/article/mbe9bb/richard-prince39s-misogynistic-track-record-uk-translation](https://i-d.vice.com/en_uk/article/mbe9bb/richard-prince39s-misogynistic-track-record-uk-translation) (17.08.2019).

22 Graw 2003, S. 50; an dieser Stelle plädiert Graw auch für eine materialorientierte Kasuistik: „Mit was für einem Typus der Aneignung man es jeweils zu tun hat, lässt sich nur am konkreten Beispiel entscheiden und muss im Material selbst veranschaulicht werden.“

Faszination aus dem Bereich der Magie – wie viele der Konzepte, auf die nicht nur jenseits der Wissenschaft rekurriert wird, um die irrationale Dimension der modernen Starverehrung zu erfassen (z. B. Kult, Idolatrie, Ikone oder Glamour). Auch in den Celebrity Studies wird der moderne Starkult häufig als Religionersatz unter säkularen Bedingungen interpretiert;<sup>23</sup> visuell wurde diese Dimension in den Star-Ikonen Andy Warhols auf den Punkt gebracht, etwa mit der demonstrativen Anspielung auf die Ikonenmalerei in seinem *Marilyn Diptych* (1962).

Mit Faszination, vom lateinischen *fascinare* für ‚verhexen‘ oder ‚verblenden‘ abgeleitet, war bis zur Aufklärung jene Form von rätselhafter *actio in distans*, also Fernwirkung gemeint, wie sie dem bösen, aber auch dem liebenden Blick zugeschrieben wurde. Dessen Wirkung versuchte man sich traditionell zu erklären, indem man den Blickkontakt als veritable Kontagion, als Ansteckung – durch *spiritus* oder andere quasi-materielle Ausströmungen – konzeptualisierte.<sup>24</sup> Es sind (1.) diese affektiven Effekte des Sehens und Gesehenwerdens, aber auch (2.) die eigentümliche Berührung auf Distanz, die für das Verhältnis von Star und Fan zu veranschlagen und die dem Faszinationsbegriff genealogisch eingeschrieben sind, auch wenn seine gegenwärtige Bedeutung im Sinne einer ‚unerklärlichen Anziehung‘ diese Dimension eher verharmlost.



ROMY SCHNEIDER



CHRISTINE KAUFMANN

In den Type-42-Fotografien ist nun unschwer ein „Muster der Faszination“ zu erkennen, um die feministische Filmtheoretikerin Laura Mulvey zu zitieren, das dem weiblichen Star die Konnotation von „to-be-looked-at-ness“, von „Zum-Anschauen-Sein“ verleiht (in dem von Mulvey beschriebenen

23 Siehe etwa Rojek, Chris: „Celebrity and Religion“, in: Marshall, P. David (Hg.): *The Celebrity Culture Reader*, New York/London 2006, S. 389–417 sowie bereits Morin, Edgar: *Les Stars*, Paris 1972 [zuerst Paris 1957].

24 Siehe dazu ausführlich Weingart, Brigitte: „Faszinieren“, in: Christians, Heiko / Bickenbach, Matthias / Wegmann, Nikolaus (Hg.): *Historisches Wörterbuch des Mediengebrauchs*, Köln u. a. 2015, S. 209–224.

Blickregime des narrativen Spielfilms Hollywood'scher Prägung: für einen männlichen Betrachter).<sup>25</sup> Überhaupt scheinen hier eine Reihe der Ingredienzen dieses Blickregimes gegeben: die voyeuristische Position des\_der Fotografierenden; das Anhalten des televisionären Bilderflusses mittels fotografischer Fixierung, mit dem in der Rezeption ein Effekt erzeugt wird, der analog ist zu der Handlungsstockung in den „Momenten erotischer Kontemplation“, wie ihn Mulvey der Präsenz der Frau im „gängigen Kinofilm“ zuschreibt.<sup>26</sup> Mit dem Abfotografieren des Objekts von Schaulust als Fetisch wird gleichzeitig ein sekundärer Fetisch hervorgebracht, also ein Partialobjekt, das idealerweise über den Mangel an Habbarkeit des Ganzen wenn nicht hinwegtäuscht, so doch -tröstet.<sup>27</sup>

Mit der Remedialisierung der Film- bzw. Fernsehbilder geht im *Type-42-Projekt* also eine Materialisierung des Fetischobjekts einher, für die nicht nur das Medium der Fotografie, sondern insbesondere die Polaroid-Technik aus mehreren Gründen prädestiniert ist: Gerade in ihrer analogen Variante kennzeichnet die Fotografie, dass die Abbilder, die sie herstellt, eine indexikalische Beziehung zu ihrem Gegenstand unterhalten; „der Referent bleibt haften“, wie Roland Barthes formuliert.<sup>28</sup> Als Spur einer Berührung durch Licht scheint das fotografische Bild eine vergleichbare Verbindung zu seinem Gegenstand zu unterhalten, wie sie die vormoderne Geschichte der Faszination dem Blickkontakt zugeschrieben hat. Die Polaroid-Aufnahme eignet sich nun umso mehr als Medium der ‚Kontaktaufnahme‘, als das Bild mitsamt Objekt gleichsam direkt zuhanden ist, weil kein Umweg über ein Entwicklungslabor genommen werden muss.<sup>29</sup>

Dieser Intimisierung des Verhältnisses zum Star als öffentlicher Kunstfigur geht im *Type-42-Projekt* natürlich dessen Einzug in den privaten Raum durch das Fernsehen voraus. Diesen hat man seitens der Kommunikationswissenschaft schon in den 1950er Jahren mitverantwortlich gemacht für die Entstehung „parasozialer Beziehungen“, also für medial vermittelte Beziehungsverhältnisse zwischen Stars und Fans, die viele Merkmale der *face-to-face*-Kommunikation teilen, aber ohne persönlichen Kontakt ablaufen.<sup>30</sup> Auf diesen eigentümlichen Beziehungstypus bezieht sich auch Richard Schickels treffende Bezeichnung von Stars und Celebrities als „intimate

25 Mulvey, Laura: „Visuelle Lust und narratives Kino“ [zuerst 1975], in: Peters, Kathrin / Seier, Andrea (Hg.): *Gender & Medien-Reader*, Berlin 2016, S. 45–60, hier S. 45 und 52.

26 Mulvey 2016, S. 52.

27 Zum hier ausgeklammerten psychoanalytischen Überbau dieser Begehrenslogik – Stichwort: Phallusersatz, der die Kastrationsangst in Schach hält – siehe Mulvey 2016, S. 54–56.

28 Barthes, Roland: *Die helle Kammer*, Frankfurt a. M. 1985 [zuerst Paris 1980], S. 14.

29 Kein Zufall, dass Polaroid gerne für pornografische Aufnahmen verwendet wurde; vgl. Bonanos, Christopher: *Instant: The Story of Polaroid*, New York 2012, S. 71–75.

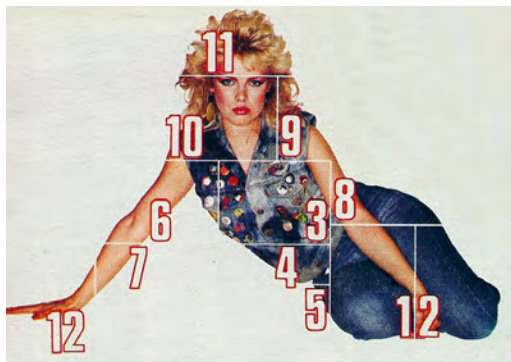
30 Horton, Donald / Wohl, R. Richard: „Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance“, in: *Psychiatry*, Bd. 19, Nr. 3, 1956, S. 215–229.



strangers“.<sup>31</sup> Die Polaroid-Aneignung erweist sich vor diesem Hintergrund als Steigerungsform der Intimisierung: Sie arbeitet nicht nur der Verflüchtigung, sondern auch der ja noch immer öffentlichen Zirkulation der Fernsehbilder entgegen. Gleichzeitig wird die Aneignung zusätzlich besiegelt, indem die erbeuteten Bilder durch die handschriftliche Hinzufügung der Namen mit einer persönlichen Note versehen werden.

Die Aktivitäten des Type-42-Fotografen oder der Fotografin weisen damit durchaus strukturelle Analogien zu gängigen Medienpraktiken der Aneignung von Fans auf, die darauf ausgerichtet sind, die konstitutive Entzogenheit der bewunderten Persönlichkeit – Stichwort: Star/„Stern“ – durch die Aneignung von Partialobjekten zu kompensieren, und im Idealfall von solchen, die im Kontakt mit dem Star standen: Autogramme, Schweißtücher, Haarlocken und andere Reliquien. Zielen solche Annäherungsversuche, wie der Soziologe Edgar Morin festgestellt hat, auf „die fetischistische, mentale, mystische Aneignung, Angleichung und ‚Verschlingung‘ [dévoration]“<sup>32</sup> des Stars ab, so hat man es hier gleichzeitig mit „Übertragungsmagie“ zu tun, d. h. mit der Vorstellung, dass Dinge, die einmal in Berührung standen, weiterhin aufeinander einwirken, also gleichsam miteinander ‚verbandelt‘ bleiben;<sup>33</sup> sie stünden demnach also in einem gleichsam indexikalischen Verhältnis, wie es bereits für die Beziehung der Fotografie zu ihrem Referenten festgestellt wurde. Überdies fühlte ich mich vom Projekt Type 42 an die leider noch wenig erforschte Popkulturtechnik des Starschnitts erinnert, wie sie seit 1959 durch die Jugendzeitschrift *Bravo* in Umlauf gebracht wurde. Indem man sich hier nämlich sein lebensgroßes Kultbild aus den wöchentlich erscheinenden Puzzleteilen, die ausgeschnitten und zusammengeklebt werden mussten, selbst zusammensetzte (und das Gesicht kam grundsätzlich erst ganz am Ende), hat sich die Sammel- und Bastelaktivität in den sukzessiven Prozess der Verkörperung regelrecht eingeschrieben – umso enger die Verbindung zum „intimate stranger“ (Schickel), der nun in den eigenen vier Wänden beheimatet war.

*Bravo*-Starschnitt 76: Kim Wilde, erschienen in den Ausgaben 10–14/1982



31 Schickel, Richard: *Intimate Strangers. The Culture of Celebrity*, New York 1985.

32 Morin 1972, S. 87, Übers. B. W.

#### IV. Faszination, Forschung

Trotz aller erwähnten Analogien zu Fanpraktiken der Aneignung fällt jedoch auf, dass im Fall von *Type 42* die Sammelleidenschaft bzw. Serienproduktion (950 Polaroids!) nicht auf einen einzigen Star ausgerichtet ist. Und auch wenn Akribie und Fantum durchaus kompatibel sind, rücken die quasi-enzyklopädische Systematik, mit der dieses Projekt betrieben wurde, die konzeptuelle Beschränkung auf ein einziges Format und eben die serielle Anlage der Motivwahl es tendenziell eher in die Nähe künstlerischer Forschung.

Ein erneuter Seiten- oder Perspektivwechsel soll deshalb noch einmal der Frage nach dem epistemischen und nicht zuletzt kritischen Potenzial medialer Praktiken der Aneignung gelten, das mit solchen Dispositionen wie Faszination und Fetischismus so schwer vereinbar zu sein scheint. Diesbezüglich ist für das Projekt *Type 42* zunächst erneut zu betonen, dass man es so überdeutlich mit Bildern von Bildern von Bildern zu tun hat (mit Polaroids von Fernsehbildern, die zum großen Teil wiederum aus Kinofilmen stammen), dass die Remedialisierung jeden Anspruch auf Transparenz zurückweist und die mediale Vermittlung, die „structures of signification“ (Crimp) mittels Verfremdung tatsächlich in den Vordergrund rückt. Das hat den Effekt, dass man als Rezipient\_in womöglich die Bilder als Bilder fetischisieren kann, aber sicher nicht ganz umstandslos die gezeigten Frauen/-körper.

In diesem Zusammenhang ist Cindy Shermans Feststellung in ihrem Vorwort aufschlussreich, bei den *Type-42*-Fotografien handele es sich um „an exhaustive study of what it is to be a woman – as if the photographer was seeking the essence of woman – so carefully capturing faces close up“<sup>34</sup> (was im Übrigen suggeriert, dass die ‚Essenz der Frau‘ eben doch ihre „to-be-looked-at-ness“ ist ...). Allerdings scheint das Ergebnis dieser Suche einer Essentialisierung von Weiblichkeit nun gerade entgegenzuarbeiten: Denn neben dem durch den Medienwechsel bedingten Verfremdungseffekt, der ‚die Frau‘ nicht nur als Bild in den Blick rückt, sondern auch als gespenstisches Un-Wesen jenseits von Fixierbarkeit erscheinen lässt, ist es die serielle Anlage des Projekts, die ‚Frau-Sein‘ als ziemlich kleinen gemeinsamen Nenner ausstellt: Über die Wiederholung des ewigen Weiblichkeitsmotivs triumphiert die Abweichung. Genau in dieser Denaturalisierung von Gender, der Perspektivierung als Konstrukt, das seinen Natürlichkeitsanspruch aus einer Wiederholung bezieht, die ihr vermeintliches Original erst hervorbringt, weist das Projekt Parallelen zu Shermans Arbeit am Bild der Frau bzw. am Topos der Frau als Bild auf. Für deren Auslegung wurde in der Kunstwissenschaft nicht zufällig immer wieder auf die Gender-Theorie Judith Butlers rekurriert, die gerade der Gender-Parodie, der abweichenden Reinszenierung

33 Frazer, James George: *Der goldene Zweig. Das Geheimnis von Glauben und Sitten der Völker* [Langfassung zuerst 1890], Reinbek b. Hamburg 2004, S. 15–18 und S. 53f.

34 Sherman 2015, S. 4f.



DORIS DAY



BORIS DAY

von Geschlechterrollen, ein subversives Potenzial zutraut.<sup>35</sup> Mitunter wirken die abgebildeten Figuren nicht nur aufgrund der medialen Beschaffenheit als Bildzitat, sondern wegen der ausgewählten Gesten und Kostümierungen auf genau jene Art und Weise „in Anführungszeichen“ gesetzt, die man der traditionell mit homosexuellen Subkulturen assoziierten Camp-Attitüde zugeschrieben hat: „Camp sees everything in quotation marks. It's not a lamp, but a ‚lamp‘; not a woman, but a ‚woman.“<sup>36</sup> Wenn diese denaturalisierende Perspektive Butler zufolge auch für die ‚Zitathaftigkeit‘ von Geschlechterrollen zu veranschlagen ist, so ist erst recht vorstellbar, dass die Studie „of what it is to be a woman“, wie Sherman schreibt, z. B. von einem ‚Mann‘ mit einer Vorliebe für Drag-Performances oder einer Person mit einem Transgender-Begehren angefertigt wurde.<sup>37</sup>

Für den Befund, dass Faszination als Movens medialer Aneignung nicht notwendig in Affirmation mündet und dass sich die Ambivalenz von Faszination und Kritik gerade mit Blick auf die Medienkulturen der Berühmtheit womöglich als besonders produktiv, weil gegenstandsadäquat erweist, ließen sich in der Pop und Appropriation Art zahlreiche Beispiele anführen. Exemplarisch sei hier nur Dara Birnbaums 1978 entstandene Videoarbeit *Technology/Transformation: Wonder Woman* erwähnt, weil sie direkt zu den Schnittstellen von

35 Zum konstitutiven Zusammenhang von Gender-Performance und Remedialisierung siehe Seier 2007. – Allerdings eignet sich Sherman in den *Untitled Film Stills* im Unterschied zu *Type 42* weder personalisierte Star-Images noch konkrete Bildvorlagen an, sondern (Stereo-) ‚Typen‘. Überdies scheint sie – darauf hat im Anschluss an Arthur Danto wiederum Isabelle Graw hingewiesen (vgl. Graw 2003, S. 69) – ihr Posieren durchaus zu genießen; das Reenactment geht offenbar mit einer Form von Agency einher. Demgegenüber erweist sich die Arretierung der im televisionären Flow zirkulierenden Frauenbilder im *Type-42*-Projekt, wie oben beschrieben, eher als Geste der Kontrolle.

36 Sontag, Susan: „Notes on ‚Camp‘“ [1964], in: dies.: *Against Interpretation and Other Essays*, London/New York 2009, S. 275–292, hier: S. 280.

37 Auch wenn es sich dabei um eine Vermutung handelt, die in Reaktion auf die *Type-42*-Fotografien mir gegenüber mehrfach formuliert wurde, geht es mir hier nicht darum, die Spekulationen über die Arbeit und ihre\_n Urheber\_in voranzutreiben, sondern die impliziten Bedingungen solcher Zuschreibungen zu reflektieren.



Dara Birnbaum: *Technology/Transformation: Wonder Woman*, 1978, U-matic, Farbe, 05:41, Still

künstlerischen Verfahren und Fankultur zurückführt. Der rund 6-minütige Clip besteht mehr als zur Hälfte aus teils geloopten Sequenzen der Fernsehserie *Wonder Woman*, die zwischen 1975 und 1979 in den USA zu sehen war, wobei insbesondere der berühmte *spin* der Protagonistin die Montage auch akustisch dominiert: nämlich die magische Verwandlung der gewöhnlichen Büroangestellten Diana in die außerordentliche Superheldin Wonder Woman im Zuge einer Drehung um ihre eigene Achse.

Die Rezeptionsgeschichte der transmedial zirkulierenden Comic-Figur Wonder Woman kennzeichnet, dass sie einerseits als feministische Ikone angeeignet, andererseits ihre Darstellung als Fetisch (mit Bondage-Fantasien und allen Schikanen) vehement kritisiert wurde. Birnbaums Einsatz ist Selbstauskünften zufolge ein dezidiert kritischer; im zweiten Teil des Clips ist entsprechend zum poppigen *Wonder-Woman*-Soundtrack dessen Transkription zu lesen, die die unterstellte Sexualisierung der Figur im Klartext ausbuchstabiert: „I AM WONDER / WONDER WOMAN [...] SHOW YOU ALL THE POWERS / THAT I POSSESS/ AND OO-OU-U-UU-UUUU [...] SHAKE THY WONDER MAKER“ usw. Eigenen Auskünften zufolge hat Birnbaum – noch vor der Einführung der Homevideo-Technologie – versucht, die Zitatverfahren der Appropriation Art medienkritisch auf das Fernsehen anzuwenden: „I wanted to use the medium on itself“.<sup>38</sup> Es spricht nicht gegen Birnbaums Clip, dass der unter anderem an Mulveys Essay geschulte Versuch der Entzauberung, des *talking back to the media*, zumindest aus heutiger Perspektive auch ‚nach hinten losgegangen‘ ist – was nicht allein auf die Neubewertung von Sexyness im Post-Feminismus zurückzuführen ist,<sup>39</sup> sondern auch auf den originären Pop-Appeal von Birnbaums Projekt, an dem der Soundtrack seinen Anteil hat. Symptomatischerweise taucht der Clip

38 Birnbaum, Dara: *Rough Edits: Popular Image Video, Works 1977–80*, hg. von Benjamin H. D. Buchloh, Halifax 1987, S. 12.

39 Vgl. Demos, T. J.: *Dara Birnbaum: Technology/Transformation: Wonder Woman*, London 2012, S. 2.



heutzutage auf YouTube im Kontext von *Wonder-Woman-Fanvideos* auf, deren tendenzielle Ununterscheidbarkeit von Birnbaums Projekt<sup>40</sup> sich auch der Tatsache verdankt, dass es gerade der ikonische Moment des *spin* ist, der hier jeweils in Serie montiert wird.

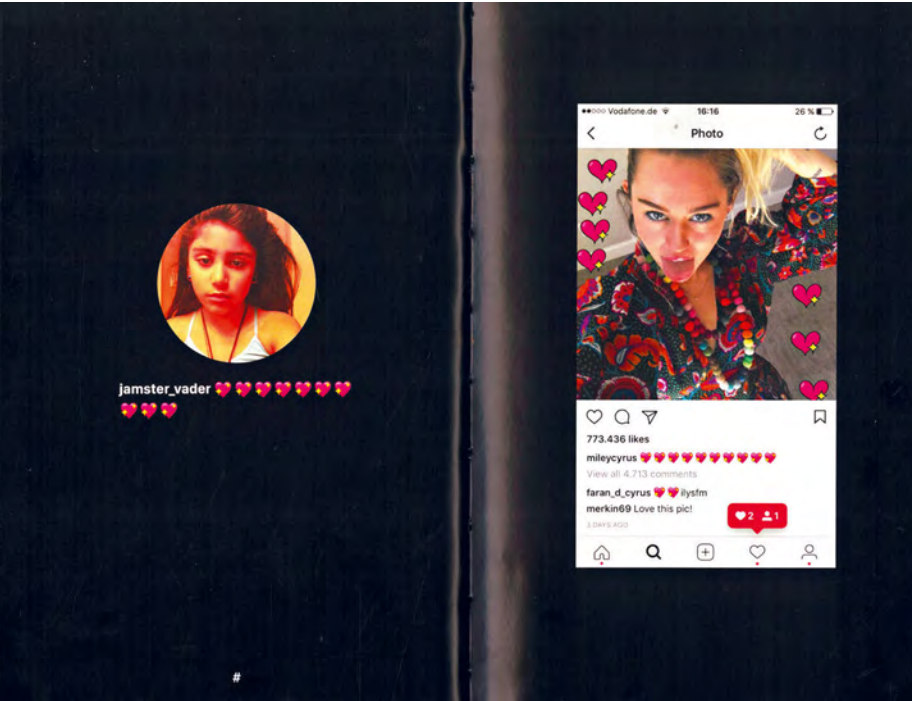
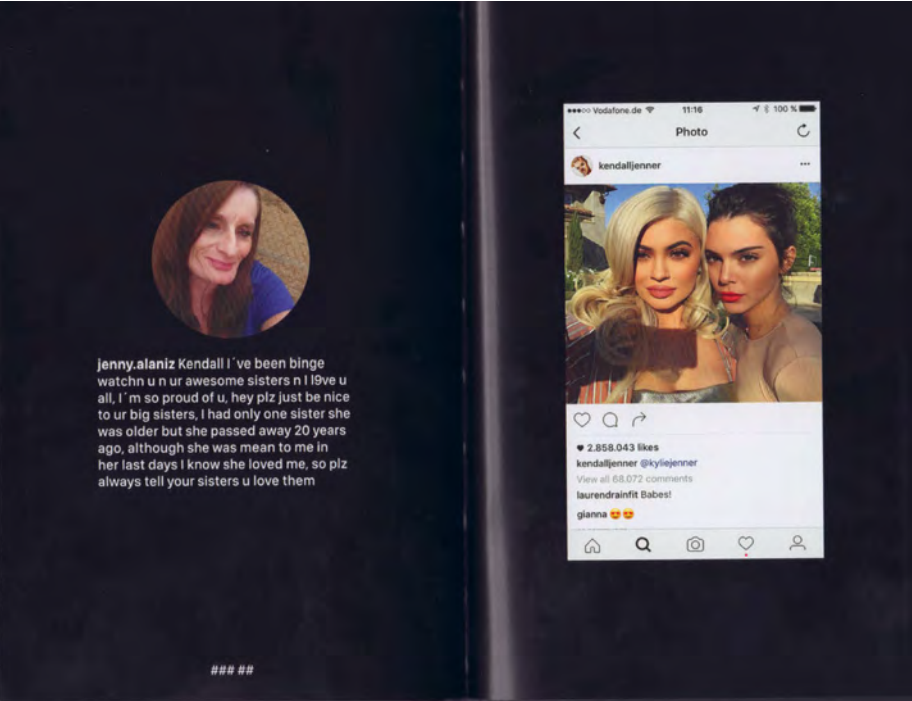
### V. Aneignung, Enteignung

Mit dem Format des Fanvideos sind diese Ausführungen in einem medienhistorischen Stadium angelangt, angesichts dessen ein analoges Polaroid-Projekt über eine inzwischen tendenziell verblichene Starkultur notwendig recht nostalgisch wirken muss – ist *fame* doch inzwischen der Name eines *game*, das sich vor allem auf digitalen Plattformen abspielt (und in dem als Medium der fetischistischen Aneignung an die Stelle des Polaroids günstigstenfalls das gemeinsame Selfie mit dem Objekt der Bewunderung tritt). Den medialen Verfahren der Aneignung von *celebrity culture*, die in *Type 42* zur Anwendung kommen, ist jedoch zugutezuhalten, dass sie mit Blick auf die spezifische Logik und Medialität der Fan-Star-Beziehung durchaus als vorausschauend gelten können. So stellen die Partizipationsmöglichkeiten der Digitalkultur und insbesondere der sozialen Medien zwar in Aussicht, dass sich der ‚Kontakt‘ zu Celebrities nicht mehr als einseitige Angelegenheit erweisen muss, weil die Celebrity antworten könnte – was aber bei Mega-Stars wie etwa Miley Cyrus nur so ausnahmsweise passiert, dass es gerade so ausreicht, um die Hoffnung aufrecht- und die Fan-Base bei der Stange zu halten. Auf die quasi-religiöse Dimension dieser asymmetrischen Beziehung spielt entsprechend z.B. das Künstlerbuch *Relics* von Chris Drange an,<sup>41</sup> das ausgewählte Instagram-Posts weiblicher Celebrities mit einzelnen Profilbildern ihrer weiblichen Fans zitiert – in offensichtlich kulturkritischer Absicht: Denn wenn das „Frauenbild“, das hier illustriert wird „im Spannungsfeld zwischen antiquierter Männervorstellung und moderner weiblicher Selbstbestimmung“ situiert sein soll,<sup>42</sup> so ist doch fraglich, warum bereits durch die Auswahl fast ausschließlich junger Frauen für ein gängiges Gender-Stereotyp optiert wurde (wohingegen sich mit der einzigen Ausnahme – Kendall-Jenner-Fan „jenny.alaniz“ – die Verhältnisse sofort auf interessante Weise verkomplizieren).

40 Dies hat Herbert Schwaab in seinem Vortrag „Compulsive Repetition. Exploring the Ordinary in Popular Television on YouTube and in Dara Birnbaum’s Video Art from the 1970s“ auf der Kölner Tagung „Expanded Television“ am 15. Januar 2016 überzeugend demonstriert. Mit Blick auf andere Arbeiten Birnbaums hat Craig Owens festgestellt: „She focuses on the *ambivalence* of our relationship to the media: we are simultaneously seduced and alienated by them, fascinated and at the same time critical of our fascination – even when our critical attitude functions only as an alibi.“ Owens, Craig: „Phantasmagoria of the Media“, in: *Art in America*, Jg. 70, Nr. 5, Mai 1982, S. 98–99, hier: S. 99.

41 Drange, Chris: *Relics*, Berlin 2017 (Publikation anlässlich der Absolvent\_innen-ausstellung der HFBK/Hochschule für bildende Künste Hamburg). Vielen Dank an Jan Harms, der mich auf dieses Projekt aufmerksam gemacht hat.

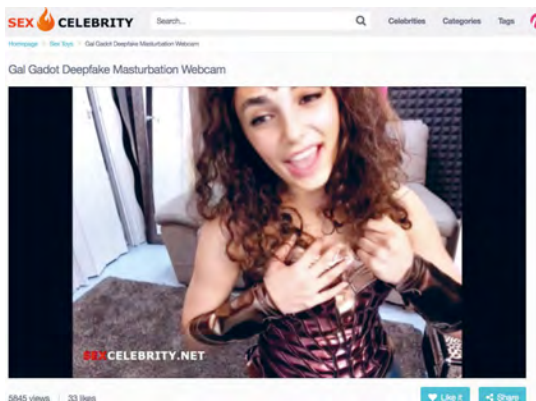
42 Drange 2017, o. S.



Aus: Chris Drange: *Relics*, Berlin 2017, o. S.

Die Asymmetrie der Beziehung zwischen Fan bzw. Follower und Star wird durch die Feedback- und Interaktionsmöglichkeiten der digitalen Plattformen nicht beseitigt, sondern nach wie vor durch mediale Platzhalter, inklusive leerer Versprechungen, supplementiert – eine Entzogenheit des begehrten Objekts, die in der gespenstischen, noch von der Flüchtigkeit des Fernsehemediums zeugenden Erscheinungsweise der *Type-42*-Fotografien eine ästhetische Zuspitzung findet. Im Einklang mit den Befunden der Star Studies führt diese Verflüchtigung vor Augen, dass Stars und ihre Körper für die Öffentlichkeit nur in Form von Medientexten zu haben sind (und dies natürlich auch und erst recht, wenn diese – Stichwort Homestory, Klatsch, intime Einblicke – den Zugriff auf die ‚Privatperson‘ in Aussicht stellen).<sup>43</sup> Hält also gerade das Scheitern der Inbesitznahme die Bild- und Textproduktion in Gang, so bringen die Verfahren der Remediation von Star-Images die Tatsache zum Vorschein, dass mit dieser gesteigerten Bildproduktion und ihrer vom Referenten losgelösten Verbreitung natürlich auch eine Form von *Enteignung* einhergeht, die mitunter drastische Dimensionen annehmen kann.

Wie bereits die Polaroid-Technologie mit dem Anspruch auf eine Demokratisierung der Fotografie vermarktet wurde, hat die digitale Zirkulation von Bildern (inklusive Bewegtbildern) und der dazugehörigen Bearbeitungssoftware eine Konjunktur von Do-It-Yourself-Produktionen befördert. Entsprechend manifestieren sich die Fan-, aber auch Hater-Praktiken der Aneignung mit Bezug auf Celebrities in Form unzähliger Internet-Memes und Gifs, deren virale Verbreitung sich der Kontrolle durch Publicity Departments etwa in der Tradition des Hollywood-Starsystems weitestgehend entzieht. Zur Selbstregulierung seitens der Medienkonzerne hat allerdings 2017 eine Steigerungsform solcher Verfahren der Bildaneignung geführt, mit der die eingangs erwähnte sinistre Seite des *Type-42*-Projekts auf eigentümliche Weise korrespondiert: Gemeint sind sogenannte DeepFakes, d. h. gefälschte Celebrity-Pornovideos, die durch den Austausch von Gesichtern erstellt werden.



DeepFake von Gal Gadot, Hauptdarstellerin der *Wonder Woman*-Neuverfilmung von 2017, von der Website „sexcelebrity.net“

43 Vgl. immer noch Dyer, Richard: *Stars*, London 1998 [zuerst London 1979]; ders.: *Heavenly Bodies. Film Stars and Society*, London/New York 2004 [zuerst New York 1986].

Auch weil die dazu eingesetzte Deep-Learning-Technologie Hunderte von Fotos eines Gesichts benötigt, um den Face-Swap zu modellieren, liegt es nahe, dass ihr Personen des öffentlichen Lebens mit einer starken Digitalpräsenz zum Opfer fallen. Und wenn hier durch Remedialisierung mitunter auch eine Verfremdung erzeugt wird – etwa in den witzig gemeinten Kombinationen, in denen dann z. B. Angela Merkel das Gesicht von Donald Trump verpasst wird –, zielen DeepFakes zumal in der pornografischen Variante natürlich in erster Linie auf eine authentische Wirkung ab und nicht auf das Ausstellen von Künstlichkeit. Von der Plattform Reddit, wo die „sex tapes“ mit Gal Gadot, Taylor Swift und anderen Celebrities, die ein User unter diesem Namen veröffentlichte, 80.000 Subscriber erreichten, wurden die Clips zwar verbannt. Dafür florieren die „Celebrity DeepFake Porn Videos“ aber inzwischen auf eigenen Plattformen – und zwar keineswegs im Darknet, sondern mittels gängiger Suchmaschine auffindbar.

Die Enteignung des Star-Images, die in diesen Auswüchsen künstlicher Intelligenz und allzu menschlicher Triebbefriedigung zur Geltung kommt, kann man natürlich als Konsequenz des Celebrity-Status sehen, der ja niemandem aufgezwungen wird. (Diese eher zynische Perspektive ist der amerikanischen Gesetzgebung, in der das Recht von Personen des öffentlichen Lebens auf ihr Bild nicht besonders groß geschrieben wird, tendenziell eingeschrieben.) Gerade vor dem Hintergrund der zunehmenden Ausweitung des Sichtbarkeitsimperativs im Netz auf alle möglichen gesellschaftlichen Bereiche kann aber die *celebrity culture*, als Kultur des Sehens und Gesehenwerdens, auch als Avantgarde dessen gelten, was ‚uns allen‘ blüht. Auch dies gehört zu dem Wissen, das in den Praktiken faszinierter Remedialisierung von Star-Images, wie sie das Projekt *Type 42* dokumentiert, bereits in nuce angelegt ist – wie dieser Annäherungsversuch zeigen sollte, dessen eigenes Schlingern zwischen Faszination und kritischer Distanzierung durchaus programmatisch zu verstehen ist. Denn wenn sich mediale Praktiken der Aneignung mit Blick auf den Beziehungstyp, dem sich das Projekt verdankt, als ambivalente Angelegenheit erweisen, verkompliziert dies auch die Art und Weise, wie man sich als Rezipient\_in dazu ins Verhältnis setzt („how to relate“). Darin ist nun das *Type-42*-Projekt kein Einzel-, sondern vor allem ein vielsagender Fall, wirft doch hier, wie sich gezeigt hat, das je angeeignete Material auf mehreren Ebenen die Frage nach der Agency derer auf, die an den jeweiligen Beziehungstypen beteiligt sind (Fotografierte und Fotograf\_in, Rezipient\_innen, der Kunstbetrieb, die *celebrity culture* ...). Dass Aneignungsverhältnisse notwendig von Verfügbarkeits- und damit von mehr oder weniger latenten Machtansprüchen geprägt sind, mag wenig brisant erscheinen, wenn es um einen anonymen, toten Urheber oder eine Urheberin einerseits und ohnehin öffentlich zirkulierende Star-Images andererseits geht. Gleichzeitig verdeutlicht jedoch die Situierung des Projekts im historischen Kontext von Medienkulturen der Berühmtheit nicht nur, inwiefern hier unterschiedliche Formate und Technologien – vom Polaroid über YouTube-Fanvideos bis zu DeepFakes – auf



das gleiche Begehren nach dem Zugriff auf den Celebrity-Körper antworten. Darüber hinaus zeigt sich aus dieser Perspektive, dass mit der medientechnologisch bedingten Zitierfähigkeit von (hier: Körper-)Bildern grundsätzlich ein Moment von Enteignung einhergeht und in dieser Hinsicht Aneignungsbeziehungen auch dann nicht per se als ‚unschuldig‘ gelten können, wenn sie sich einer Faszination verdanken. Es gibt also gute Gründe dafür, dass die Spielregeln nicht nur des *game* namens *fame*, sondern von medialen Aneignungspraktiken generell nicht allein durch technologische Machbarkeit diktiert werden, sondern Gegenstand gesellschaftlicher Aushandlungen sind, bei denen man es (wie gegenwärtig etwa in der Debatte über das weite Feld der *cultural appropriation*) jeweils mit sehr spezifischen Gemengelagen zu tun hat.

## Beatriz Colomina

### The 24/7 Bed: Privacy and Publicity in the Age of Social Media

How do we relate today when countless *new* technologies seem to structure every interaction? And what role does architecture play? What is the architecture of ubiquitous connectivity?

Private and public have become completely blurred. We can no longer think of distinct spaces for work, play, domesticity, and rest. We are living in a 24/7 culture. Networked electronic technologies have removed any limit to what can be done in bed. Millions of dispersed beds are taking over from concentrated office buildings. The boudoir is defeating the tower. This text explores the role of the bed as the epicenter of labor, postlabor, and love in the age of social media.

When John Lennon and Yoko Ono married secretly in Gibraltar on March 20, 1969, the ceremony lasted only three minutes. But these minutes, so elaborately protected, were in fact the end of privacy. The couple promptly invited a global audience into their honeymoon bed, a weeklong Bed-In for Peace held from March 25 to 31 in room 902 of the Amsterdam Hilton International Hotel. In a later interview in *Playboy* magazine, they said: “We knew our honeymoon was going to be public, anyway, so we decided to use it to make a statement. We sat in bed and talked to reporters for seven days. It was hilarious. In effect, we were doing a commercial for peace on the front page of the papers instead of a commercial for war.”<sup>1</sup>

John and Yoko even speak about all of this in the compact language of commercial slogans, the language of media:

1 Interviewed by David Sheff, “Playboy Interview: John Lennon and Yoko Ono,” in *Playboy*, January 1981, p. 101.