

MARILISA REISERT

Paris Hilton

Famous for being famous

Paris Hilton lesen: Das verspricht viel Glitzer, viel Pink, viel Blond. Eine Ästhetik der selbstermächtigten *Girlpower* sagen die einen – eine regressive, kapitalistische Weiblichkeitsimagination die anderen. Paris Hiltons schillernde Selbstinszenierung wird von den einen zum Idol, von den anderen zum Feindbild erklärt und legt dabei offen, wie diese ausgestellte Künstlichkeit fasziniert; zugleich anzieht und abstößt.

Wie beginnt man nun am besten, Hilton zu lesen? Fängt man mit ihrem Aufwachsen als milliardenschwere Hotelierbin und ihrem familialen Kontext an? Oder mit ihrem ersten TV-Format *THE SIMPLE LIFE* (2003–2007), in dem sie gemeinsam mit Nicole Richie ihren »plush lifestyle«¹ gegen das Leben auf einer Farm »literally in the middle of nowhere«² eintauscht? Wird sie nicht vielmehr unfreiwillig weltberühmt, als ihr Ex-Partner 2004 einen Racheporno unter dem infamen Titel *1 Night in Paris* veröffentlicht?³ Handelt es sich bei Hilton, mit Chris Rojeks Kategorien gesprochen, um *ascribed*, *achieved* oder *attributed celebrity*?⁴ Oder um alles zugleich?

Fest steht lediglich: Paris *ist* berühmt. Sie ist ein It-Girl, vermutlich sogar *das* It-Girl der frühen 2000er Jahre. Mit Phrasen wie »That's hot!« hat sie den Jargon, mit pinken Miniröcken und mit Strasssteinen besetzten Sonnenbrillen den Modegeschmack einer ganzen Generation geprägt. Ihr Chihuahua »Tinkerbelle«, ob direkt auf dem Arm oder in der

1 THE SIMPLE LIFE. RO-DAY-O VS. RO-DEE-O (USA 2003), S. I, E. I, 00:40.

2 Ebd., 08:23.

3 Helene Flachsenberg, »Es wird den Rest meines Lebens wehtun«, *Spiegel Panorama* 17.04.2021, <https://www.spiegel.de/panorama/leute/paris-hilton-ueber-sextape-es-wird-den-rest-meines-lebens-wehtun-a-06add4f7-236a-47b5-a4f4-af528eb421e8> (Zugriff: 17.11.2025).

4 »Celebrity status comes in three forms: *ascribed*, *achieved* and *attributed*. *Ascribed* celebrity concerns lineage: status typically follows from bloodline. [...] In contrast, *achieved* celebrity derives from the perceived accomplishments of the individual in open competition. [...] However, *achieved* celebrity is not exclusively a matter of special talent or skill. In some cases it is largely the result of the concentrated representation of an individual as noteworthy or exceptional by cultural intermediaries. When this is so, it is *attributed* celebrity.« Chris Rojek, *Celebrity*, London: Reaktion Books 2001, S. 17–18.

Handtasche getragen, ist zum Grundbestand einer Ikonografie kitschiger Extravaganz avanciert, die nur entfernt an ebenso hundevernarnte Exzentrikerinnen wie Peggy Guggenheim erinnert. Die Zeitschrift *Stern* bezeichnet Hilton 2007 gar als »das einzig wahre It-Girl«⁵, das wiederum den deutschen B- und C-Promis als Vorbild diene. Ähnlich stilisiert sich auch Hilton selbst zur Ursprungsfigur, wenn sie sich als Influencerin *avant la lettre* beschreibt: »I'm proud to be called the OG influencer.«⁶ Hilton wird also einerseits, insofern sie als erstes It-Girl und damit als erste Influencerin gedacht wird, zum Archetypen; zugleich bleibt offen, wie sie in diese Position gekommen ist. Dieses leere Zentrum, um das sich das It-Girl konstituiert, ist auch der Formel aus den Boulevardblättern abzulesen, die Hilton anhaftet: *She's famous for being famous*.

Das scheint paradox. Wie soll man für das Berühmtsein berühmt sein? Doch indem in diesem Paradoxon die »Referenz [...] genau die Operation [verwendet], die das Selbst konstituiert«⁷, wird es selbstreferentiell – einer Beobachtung, der ich im Folgenden nachgehen werde. Denn anstatt danach zu fragen, was der Signifikant ›Paris Hilton‹ denn nun *bedeuten* soll, versuche ich stattdessen seine »spektakuläre Selbstreferenz«⁸ nachzuvollziehen.

Jochen Venus hat gezeigt, wie Phänomene des Populären »das Prinzip der hermeneutischen Differenz [überschreiten], nach dem kulturelle Artefakte deutungsfähige und deutungsbedürftige Objekte sind, die als Vehikel einer hinter den Objekten liegenden Bedeutung fungieren.«⁹ Anders als in einer deutenden Exegese, geht es meines Erachtens bei Hilton als Phänomen des Populären um die Oberfläche selbst, die kuratiert, ausgestaltet, inszeniert wird – ohne jedoch eindeutig lesbar zu werden.

- 5 Britta Schmeis, »Berühmt fürs Nichtskönnen«, *Der Stern* 27.11.2007, <https://www.stern.de/lifestyle/leute/it-girls-beruehmt-fuers-nichtskoennen-3218628.html>, (Zugriff: 17.11.2025).
- 6 Paris Hilton, *Paris. The Memoir*, London: HQ 2023, S. 19. Besonders eindrücklich wird das etwa an der Erzählung, dass sich Kendall Jenner, ihres Zeichens selbst It-Girl und Influencerin der 2010er Jahre, zu ihrem 21. Geburtstag Paris Hiltons' ikonisches silbernes Julien Macdonald Geburtstagskleid nachschneidern ließ, ebd., S. 20. »OG« ist ab den frühen Neunzigern als Abkürzung für »Original Gangster« verbürgt. »OG«, *Merriam-Webster.com Dictionary*, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/OG> (Zugriff: 20.12.2025).
- 7 Armin Nassehi, »Luhmann und Husserl«, in: Oliver Jahraus et al. (Hg.), *Luhmann Handbuch*, Stuttgart/Weimar: Metzler 2012, S.13–18, hier S. 16.
- 8 Jochen Venus, »Die Erfahrung des Populären. Perspektiven einer kritischen Phänomenologie«, in: Marcus S. Kleiner/Thomas Wilke (Hg.), *Performativität und Medialität Populärer Kulturen. Theorien, Ästhetiken, Praktiken*, Wiesbaden: Springer 2013, S. 49–74, hier S. 59.
- 9 Ebd., S. 52.

What is ›it‹?

Die Zirkelstruktur zeigt sich eigentlich schon in der Bezeichnung ›It-Girl‹ selbst: What is ›it‹? Was bezeichnet das ›it‹ im It-Girl, worauf verweist es? Ein Blick in das *Oxford English Dictionary* verrät, das It-Girl sei »[a] woman who is very famous, fashionable, or successful at a particular time, esp. (chiefly U.S.) a glamorous, vivacious, or sexually attractive actress, model, etc.«¹⁰

Die Etymologie des Begriffs wird dann lediglich über dessen kompositiv Struktur aus ›girl‹ und ›it‹ erklärt. Was aber ›it‹ genau sein soll, bleibt noch immer unklar. Schlägt man ›it‹ selbst im *OED* nach, heißt es unter anderem, ›it‹ beschreibe »[the] thing previously mentioned, implied, or easily identified.«¹¹ Nur: Beim It-Girl steht nichts vor dem ›it‹. Welcher scheinbar offensichtliche Kontext bleibt hier also implizit?

»Previously mentioned« evoziert eine serielle Logik, der Ursprung des ›it‹ liegt zurück. Für Hilton lässt sich ein einzelner Initialmoment, eine einzelne Tätigkeit, ein ›Beruf‹, im Gegensatz zu anderen Stars, aber eben nicht ausmachen – sie entzieht sich dieser Vereindeutigung. ›It‹ wird damit entweder unbeschreiblich – als ein *je ne sais quois*, ein gewisses *Etwas*. Oder aber das ›It‹ wird mit weiteren Signifikanten gefüllt, wie es sich paradigmatisch am Ankündigungstext von Hiltons 2023 erschiener Autobiografie, *Paris, The Memoir* zeigt:

WHO PEOPLE SEE

Heiress. Party girl. Problem child. Selfie taker. Cover girl. Reality star.

WHO PARIS IS

Founder. Entrepreneur. Culture Creator. Innovator. Survivor. Activist.
Daughter. Sister. Wife. Mom.

In Substantivketten werden ›falsche‹ Fremdzuschreibung und ›authentische‹ Selbstaussage kontrastiv gegeneinander ins Feld geführt – es ist *eigentlich* ganz anders, als es bisher schien, so geriert sich die neue Selbsterzählung.¹² Wer oder was Paris ›ist‹, lässt sich, so evoziert es die Aufzählung, nur durch diese Überfülle an Nomen beschreiben.

Die interessantere Frage ist aber doch vielleicht gar nicht so sehr, wer oder was Paris *ist*, sondern was Paris *macht*. Denn während sich andere Stars sehr wohl als »Schauspieler:innen«, »Musiker:innen«, »Royalty«

10 »It Girl, N.«, *Oxford English Dictionary*, <https://doi.org/10.1093/OED/2042332964> (Zugriff: 20.12.2025).

11 »It, Pron., Adj., & N. (1)«, *Oxford English Dictionary*, <https://doi.org/10.1093/OED/1126180543> (Zugriff: 20.12.2025).

12 Eine ähnliche Reihung findet sich auch auf Paris' Website: »Innovator, Podcast Host, Investor, TV Star, Advocate, Artist, and more...«, »About Paris«, *ParisHilton.com*, <https://parishilton.com/about-paris/> (Zugriff: 17.11.2025).

oder »Politiker:innen« kategorisieren ließen, zeichnen sich sowohl Paris' Fremd- als auch ihre Selbstbeschreibungen durch begriffliche Opulenz aus: Paris ist nicht nur das *eine* oder das *andere*, ihr ›Beruf‹ ist das Spektakel selbst.¹³

Hilton bietet wortwörtlich immer etwas zu sehen: So kontrastiert ironischerweise schon das Cover der *Memoiren* dessen auf Authentizität pochende Selbstaussage (Abb. 1). Wir sehen Paris buchstäblich als *Cover girl*; die Ästhetik schließt an die frühen 2000er Jahre an: lange, wasserstoffblonde Haare, glitzernde Ohrringe in Herzform, rosa Hintergrund. Das Portrait liest sich gerade nicht als Referenz auf klassische Ikonografien von *Wife*, *Mom* oder *Activist*, wie sie kunsthistorisch verbürgt sind und/oder als Stilisierung auf Social Media zirkulieren,¹⁴ sondern knüpft an die bekannte, hyperglatte Selbstinszenierung Hiltons an. Wir sehen Hilton hier nicht in erster Linie als Mutter oder Aktivistin, sondern vor allem als ›Paris Hilton‹ in Szene gesetzt. Viel interessanter noch: Hilton ist im Vordergrund der rechten, unteren Bildhälfte zu sehen, schaut aber aus dem linken Bildrand und somit die Betrachtenden nicht direkt an. Die linke Bildhälfte zeigt eine Spiegelung, eine Dopplung ihres Konterfeis.

Das liest sich einerseits als Verweis auf die vom Ankündigungstext beschworene janusköpfige Perspektivenfrage: ›Who People See‹ ist nicht ›Who Paris is‹. Andererseits spielt das Cover ironisch auf Narziss an, denn Paris schaut sich ja gerade nicht selbstverliebt an, sondern wendet dem Spiegel den Rücken zu. Doch darüber hinaus zeigt die Fotografie: Hier gibt es kein ›hinter‹ der Oberfläche, hier gibt es nur Spiegel.

Diesen Spiegel hält Hilton nun auch metaphorisch jener nach Authentizität gierenden Rezeptionshaltung vor, die versucht, ›dahinter‹ zu kommen; einen voyeuristischen Blick auf die ›echte‹ Paris zu erhaschen. Zwar geriert sich der Text als Offenbarungsgeschichte (»the truth about the woman you think you know«),¹⁵ verspricht unverstellte Einblicke, etwa in Paris' Leben mit ADHS-Diagnose, ihre Familienkonstellationen oder den Missbrauchsskandal um die Schule Provo Canyon, doch zugleich verwehren sich die *Memoiren* dem Lüften aller Geheimnisse, wenn es am Ende in einer direkten Ansprache der Leser:innen heißt: »I have secrets

13 Jovana Reisinger, *Pleasure*, Berlin: park x ullstein 2024, S. 139.

14 Dabei bietet das Internet sehr viel Raum für derlei Selbststilisierungen, denkt man beispielsweise an → Beyoncé's berühmte fotografische Inszenierung als schwangere Muttergottes oder an die Sauerteigbrot-backenden #tradwifes wie → Hannah Neeleman auf Instagram.

15 Eine ähnliche Erzählhaltung legt auch die Dokumentation »This is Paris« an den Tag, die bereits 2020 erscheint. Die Infobox unter dem Video verkündet: »Wir dachten, wir kennen Paris Hilton. Wir lagen falsch.« Auf YouTube: DIE WAHRE GESCHICHTE VON PARIS HILTON. THIS IS PARIS OFFIZIELLE DOKUMENTATION (USA 2020, R: Alexandra Dean), <https://www.youtube.com/watch?v=wOgoTYIjG3w> (Zugriff: 20.12.2025).

like every other woman in the world.«¹⁶ So wird einerseits mit Authentizität kokettiert, aber am Ende doch die Oberfläche reinstalled, die schon das Cover illustriert: Der versuchte Blick ›hinter‹ die Kulissen wird zum Blick in den Spiegel.

Pink goes with everything: Spiegelnde Oberflächen

Denn die Lust am Spektakel ›Paris Hilton‹ ist doch vor allem eine *an der Oberfläche selbst*. Schließlich ist das, wofür Hilton bekannt ist, nun einmal gerade die von ihr geprägte Ästhetik, eine ikonische, popkulturelle Weiblichkeitsimagination. Dabei lassen sich ihre Vorläuferinnen bis in die 1920er Jahre zurückverfolgen: Eine hyperfeminine, extravagante und exzessiv kuratierte Oberfläche wird schon hier gerne in Kombination mit mangelnder Intelligenz, mindestens jedoch großer Naivität erzählt. So lässt sich Hilton mühelos in das Stereotyp des ›dummen Blondchens‹ einreihen, das von Anita Loos' Roman *Gentlemen prefer Blondes. The Illuminating Diary of a Professional Lady* (1925) und dessen ikonischer Verfilmung mit Marilyn Monroe als Lorelei Lee (1953) über den Teeniefilm *LEGALLY BLONDE* (USA 2001, R: Robert Luketic), bis zu den zeitgenössischen Pop-Alben Sabrina Carpenter variiert wird.¹⁷

Zugleich weist Hiltons Ästhetik den spezifischen historischen Index des neuen Millenniums auf: »Pink, tight-fitting clothes, exposed thongs, Playboy logos and glitter embellishments«¹⁸ sind die Insignien des ›It-Girls‹ der frühen 2000er Jahre.¹⁹ Charlotte Knowles und Filipa Melo Lopes fassen die gegenwärtige Renaissance dieser Ästhetik unter dem Terminus

16 Hilton, *Paris. The Memoir*, S. 327.

17 Der Bezug zum Film *CLUELESS* (USA 1995, R: Amy Heckerling) wird von Hilton ganz explizit als Vorgabe für ihre Rolle in *THE SIMPLE LIFE* genannt. Sie erzählt: »Well, Fox contacted me and said we want to do a show that's like *Green Acres* meets *Clueless*, we want you to play this kind of blonde airhead, Nicole, you're gonna be the troublemaker.« Daraufhin habe »the world assumed that's who I really was«, Virgin Radio UK, »Paris Hilton Opens Up And Shares Her Real Story In ›Paris: The Memoir‹«, *YouTube* 17.03.2023, https://www.youtube.com/watch?v=QFC_OyhdB38 (Zugriff: 17.11.2025), 08:36 und 09:33.

18 Charlotte Knowles/Filipa Melo Lopes, »How to dress like a feminist: a relational ethics of non-complicity«, *Inquiry. An Interdisciplinary Journal of Philosophy* (2023), S. 1–38, hier S. 1.

19 Diese Ästhetik wird entweder lächerlich gemacht oder dafür kritisiert, »objectification and excessive care« zu betreiben, Knowles/Lopes, »How to dress like a feminist«, S. 3. Knowles und Lopes schlagen hingegen einen Ansatz vor, der weniger die Kleidung an sich als einen relationalen Bezug, die »relation with [...] clothes« in den Fokus nimmt, ebd. S. 32.

»Bimbocore« – einem Kompositum aus dem Begriff »Bimbo«, der während der 1920er Jahre in den USA als Bezeichnung für die Imagination einer einfältigen, aber sexuell attraktiven Frau popularisiert wurde, und »core«, womit der zeitgenössische Internetslang in etwa das fasst, was Venus als »Stilgemeinschaften«²⁰ beschrieben hat. Die Autorinnen weisen darauf hin, dass dieses ästhetische Programm hypostasiere, was von diversen feministischen Positionen seit langem Kritik erfahre, nämlich: »restrictive and oversexualizing clothes, an obsession with appearance, and a narcissistic revelling, in simply existing as a woman in the world with a body on display.«²¹

Jovana Reisinger hingegen hebt in ihrem 2024 erschienenen Buch *Pleasure* zum Lob dieser ›Tussi-Ästhetik – wie sie es nennt – an. Die Bezeichnung ›It-Girl‹ sei, so Reisinger, »die erstrebenswerteste [Auszeichnung] von allen«²² und die ›Tussis‹ setzten »kulturelles und soziales Kapital sehr bewusst ein in ihrem subversiven Umgang mit den Klischees über die Frau.«²³ Folgt man dieser Annahme, so ergäbe sich durch die klischierte Performance von Weiblichkeit ein widerständiges Potenzial.

Wie lässt sich diese Ästhetik denn nun lesen? Ist sie in ihrer Hypostase ›kitschiger‹ Weiblichkeit ›Komplizin des Patriarchats‹ oder doch emanzipativ-subversive Kraft?

Der amerikanische Literaturwissenschaftler Fredric Jameson hat über die »Ideologie der Form« nachgedacht und postuliert, dass »form [...] immanently and intrinsically an ideology in its own right«²⁴ sei. Dass

20 »Die Selbstreferenz populärer Kulturen konstituiert (und stimuliert!) – und zwar gemäß ihres ästhetischen Prinzips – ein selbstähnliches Formenrepertoire. Wann immer populäre Kulturen einen Aufmerksamkeitserfolg erzielen, kristallisiert an diesem Erfolg sofort ein Konvolut ähnlicher Produkte. Jedes Faszinosum geht unmittelbar in Serie, strahlt aus, metastasiert und bezieht immer mehr Rezipienten in die spezifische Form spektakulärer Selbstreferenz ein. Auf diese Weise emergieren Stilgemeinschaften normalisierten Spektakels.« Venus, »Die Erfahrung des Populären«, S. 67.

21 Knowles/Lopes, »How to dress like a feminist«, S. 2.

22 Reisinger, *Pleasure*, S. 129.

23 Ebd., S. 133.

24 Fredric Jameson, *The Political Unconscious. Narrative as a Socially Symbolic Act*, Ithaca: Cornell University Press 1981, S. 127.

Susan Sontag problematisiert diese Spaltung von Inhalt und Form, indem sie darauf hinweist, dass diese Trennung selbst historisch und kulturell zu situieren ist: »The fact is, all Western consciousness of and reflection upon art have remained within the confines staked out by the Greek theory of art as mimesis or representation. It is through this theory that art as such – above and beyond given works of art – becomes problematic, in need of defense. And it is the defense of art which gives birth to the odd vision by which something we have learned to call ›form‹ is separated off from something

Formen nicht ›unpolitisch‹ verstanden werden, scheint ebenso für Hilton zu gelten: Auch hier wird über ihre ästhetische Selbstinszenierung eine politische Lektüre versucht – und doch werden zwei völlig gegensätzliche Lesarten vorgeschlagen.

In dieser Ambivalenz wird die Frage des Verhältnisses von Inhalt und Form auf die Spitze getrieben: Denn die Oberfläche drängt sich pink, blond, grell, glatt, glitzernd auf – ohne sich jedoch vereindeutigend festschreiben zu lassen. An Hilton zeigt sich, wie sich eine Ästhetik *an sich* nicht als affirmativ, als subversiv, als ironisch, als queer etc. deuten lässt. Als ›reine‹ Oberfläche, die spiegelnd auf sich selbst verweist, lässt sie sich weder im Sinne des einen Feminismus *per se* als stereotyp und affirmativ diffamieren noch im Sinne des anderen Feminismus *per se* als subversiv und selbstermächtigt glorifizieren.

Folgt man der Metapher des Spiegels, wäre damit die produktivere Lesart, nicht hinter, sondern in den Spiegel schauen zu wollen: Das heißt einerseits, nachzuvollziehen, wie das ›It-Girl‹ als popkulturelles Phänomen selbstreferenziell wirksam wird; wie sich ihr »Sinn in ihrer Performanz [...] erfüllt«²⁵, und andererseits selbst in den Spiegel zu schauen und das eigene Sehbegehren zu befragen. Denn wie wir Hilton *lesen*, sagt vermutlich mehr über uns selbst als über Paris Hilton aus, die sich offensichtlich zu komplett konträren Deutungen anbietet.

That's hot! – Spektakuläre Selbstreferenz

Als Beispiel für Hiltons spektakuläre Selbstreferenz lässt sich die 2021 erschienene Netflix-Kochshow *Cooking with Paris* heranziehen. Hier lädt Paris verschiedene Promis, etwa Kim Kardashian, Demi Lovato oder ihre Schwester Nicky Hilton zu sich nach Hause ein und kocht mit ihnen gemeinsam verschiedenste Gerichte aus ihrem handgeschriebenen, pink glitzernden Kochbuch.

Die kulinarische Seite dieses Formats amüsiert vor allem durch Hiltons Tollpatschigkeit. Hier soll man – im Gegensatz zu anderen Kochshows – nichts lernen, keine Fähigkeiten bewundern, hier soll man unterhalten werden. Das zeigt sich auch über die Kostüme und Requisiten der Show, denn in jeder Episode führt Hilton vor, wie ungeeignet ihre Kleidung zum Kochen ist – vom weißen Kleid über immer wiederkehrende, fingerlose Spitzenhandschuhe bis hin zum Glitzerdress, dessen Ärmel so eng geschnitten sind, dass sie ihre Küchengeräte darin kaum bedienen

we have learned to call ›content,‹ and to the well-intentioned move which makes content essential and form accessory.« Susan Sontag, *Against Interpretation*, London: Vintage 1994, S. 4.

25 Venus, »Die Erfahrung des Populären«, S. 52.

kann.²⁶ Hier bestätigt sich, was Reisinger schon für Hiltons erstes TV-Format *The Simple Life* postuliert hatte: »Wenn Paris und Nicole in ihrer TV-Sendung ahnungslos in Designerklamotten rumstehen, [...] [tragen] die beiden eigentlich die ideale Kleidung für ihre Arbeit, das Schauspiel, das Spektakel.«²⁷ So ist auch fast zwanzig Jahre später Hiltons »Beruf« eben nicht das Kochen, sondern das Medienspektakel selbst.

Dabei verweist sie immer wieder auf sich selbst – bei *Cooking with Paris* etwa über die Schürze, die sie in der Werbekampagne für die Kochshow trägt. Auf dem schwarzen Stoff steht in pinken Lettern, die den bekannten Barbie-Schriftzug der Firma Mattel zitieren: »That's hot!« (Abb. 2) Eine Exklamation, in der einerseits die Mahnung an eine naive, unfähige Köchin anklängt (»Careful! That's hot!«), andererseits aber als ein weiteres Selbstzitat lesbar wird, handelt es sich doch bei »That's hot!« um eben die Phrase, mit der Hilton in den frühen 2000ern berühmt wurde.

Dieses Selbstzitat performt das, was Venus dem Populären in seiner »spektakuläre[n] Selbstreferenz«²⁸ attestiert hat:

Spektakuläre Selbstreferenz konstituiert sich in der Erfahrung einer figurativen Praxis, die unausweichlich anziehend, also spektakulär sein soll, dabei aber nur ihresgleichen darstellt und in diesem Sinne selbstreferenziell ist.²⁹

Das Phänomen »Paris Hilton« lässt sich also nicht in einer Verweisstruktur auf Tiefer- oder Dahinterliegendes begreifen, sondern wird selbstreferentiell wirksam: *Paris is Paris*. Dass dieses Erzählprinzip *spektakulär* funktioniert, dass es Faszinationen generiert, zeigt sich nicht zuletzt an den über 26 Millionen Followern Hiltons auf Instagram.

Es bleibt jedoch die Frage offen, was daran genau spektakulär ist. Oder, anders gefragt: Warum schauen wir uns das an? Einerseits bedient Paris Hilton ein voyeuristisches Begehren, das um ihre Partygirl-Vergangenheit weiß und danach giert, »hinter« ihre Fassade zu sehen. Zugleich bleibt stets die Verunsicherung: Was dürfen, sollen, müssen wir glauben? Wieviel ist an dieser Blondine wirklich »dumb«? Ist die »Baby Voice«³⁰ wirklich

26 Andrea Dworkin hat schon in den 1970er Jahren radikalfeministisch postuliert, dass Kleidung das Körperverhalten von Frauen vorgebe: »For example, we have seen how the romantic ethos is related to the way women dress and cosmeticize their bodies and how that behavior regulates the literal physical mobility of women.« Andrea Dworkin, *Woman Hating*, New York: Dutton 1974, S. 155.

27 Reisinger, *Pleasure*, S. 139.

28 Venus, »Die Erfahrung des Populären«, S. 53.

29 Ebd.

30 Jovana Reisinger, »Die subversive Kraft der Tussi, oder : In Barbicore gegen das Patriarchat«, *Vogue* 17.09.2022, <https://www.vogue.de/mode/artikel/subversive-kraft-der-tussi-barbicore-feminismus-jovana-reisinger> (Zugriff : 17.11.2025).

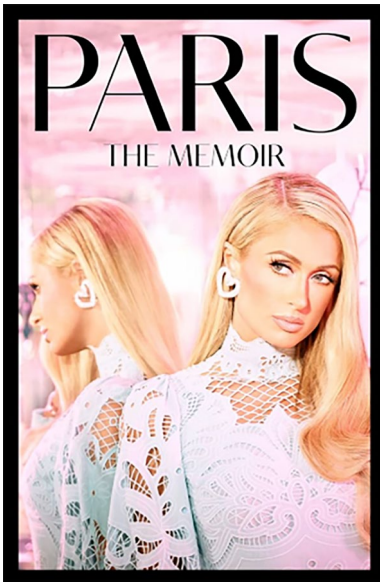


Abb. 1: Cover der britischen Hardcover-Erstausgabe von Paris Hilton, »Paris: The Memoir«. London: HQ, 2023, ISBN 978-0-00-852446-3. Coverabbildung: Randee St Nicholas. Cover-Design: Renata De Oliveira. Das Coverbild wurde für die amerikanische und die deutsche Ausgabe übernommen.

nur »Werkzeug«³¹, die »Unwissenheit«³² nur »Pose«³³? Wie sollen wir ihre extravagante Ästhetik denn nur *verstehen*? Das erzeugt Spannung, immer neue Medienformate, immer neue Verweise – auf sich selbst.

Zugleich werden wir von Hilton selbst in unserem Rezeptionsmodus vorgeführt, der Gesicht und Maske unbedingt unterscheiden will, der ›hinter‹ die Oberfläche gelangen und verstehen möchte. Paris Hilton verweigert sich *einer* Deutung, sie ist *spectaculum*, Schauspiel, aber auch *speculum*, Spiegel. Denn der Blick in den Spiegel heißt auch: die eigene Rezeptionshaltung, die eigenen Deutungsprämissen, die eigene Position zu sehen. Diejenigen, die fasziniert sind von Hiltons Ästhetik, lesen sie als feministische ›Tussi‹, die als Verstellungskünstlerin ökonomisch erfolgreich mit Geschlechterstereotypen kalkuliert. Diejenigen, die diese Ästhetik abstoßt, lesen die schillernd kuratierte Oberfläche als antifeministische,

inhaltslose und um sich selbst kreisende Nabelschau.

Ich habe versucht, Paris Hilton weder als das eine noch als das andere zu lesen, sondern eine dritte Perspektive vorgeschlagen, die ihre Selbstreferenz im Sinne des Populären nachvollzieht. Damit würde sich an Hilton vor allem ein gegenwärtiges Begehren *an der Oberfläche selbst* zeigen: Nicht trotz, wegen oder ›hinter‹ ihrer glitzernden, pinken, blonden Selbststilisierung generiert sich das ›It-Girl‹, nein, das ›It‹ ist letztlich die Selbstreferenz auf die eigene Oberfläche. Was ›Paris Hilton‹ als Figur zusammenhält, sind eben gerade nicht die Substantivketten – Mother, Entrepreneur, Influencer, DJ, Philanthropist – sondern ihr *ästhetischer* Selbstentwurf: Paris ohne Pink geht nicht.

31 Ebd.

32 Ebd.

33 Ebd.



Abb. 2: Standbild aus der Netflix-Autoplay-Vorschau in der Netflix-Suchzeile (12Sek), COOKING WITH PARIS (USA 2021) <https://www.netflix.com/title/81312532> (Zugriff: 28.05.2026).