



**DAS TÄUSCHENDE POTENZIAL
DER DEEPPFAKES TRITT
besonders dann deutlich zutage,
wenn die Differenz zwischen Gesicht
und Maske minimiert wird,
wenn also die Innenseite der Maske
in ihrer Anschmiegsamkeit
und Passform betont wird**

Digitale Masken

Olga Moskatova

Die Tür öffnet sich und ein kleiner blondhaariger Junge, der wie Sylvester Stallone aussieht, blickt in den Raum. Auf der Suche nach seinen Eltern, die mit dem Rest der Familie bereits am Flughafen sind, wandert er durch die weihnachtlich geschmückte Wohnung. Die Parallelmontage zwischen der leeren Wohnung und dem Flughafen entstammt dem Film »Kevin – Allein zu Haus« (Chris Columbus, USA 1990) – mit dem Unterschied, dass der achtjährige Kevin nun das Gesicht eines erwachsenen Mannes trägt. Sylvester Stallones Gesicht ist wie eine Maske auf das Gesicht des Jungen appliziert worden. Bei diesem YouTube-Video »Home Stallone« (2019) von CTRL Shift Face handelt es sich um ein Deepfake. Deepfakes sind eine Form der digitalen Maskierung: In dieser Praktik der Bildbearbeitung wird ein Gesicht als eine maskenhafte Schablone und Oberfläche aus einem Bild herausgelöst und in ein anderes, bereits vorhandenes Video hineinkopiert.

Bekannt geworden sind Deepfakes zunächst im pornographischen Kontext. Dabei wurden Gesichter weiblicher Schauspielerinnen wie Scarlett Johansson oder Gal Gadot auf Körper realer Pornodarstellerinnen in Videos übertragen.¹ Neben den Aneignungen der Gesichter prominenter Personen, allen voran von Schauspielerinnen und Schauspielern,² hat sich auf Social Media mittlerweile auch eine umgekehrte Praktik etabliert: die Aneignung prominenter Körper und den Ersatz ihrer Gesichter durch die eigenen.

Die Bildsynthese wird häufig mithilfe generativer KI, insbesondere der sogenannten GANs – »Generative Adversarial Networks« – und Diffusionsmodelle bewerkstelligt. Diese KI-Werkzeuge haben die Aufgabe, ein Gesichtsbild mehr oder weniger schmiegsam in ein Video einzufügen, es dort zu einem Gesamtbild zu verschmelzen, die Mimik anzupassen und die Bild-Ton-Verhältnisse zu synchronisieren. Der maskenhafte Charakter der Deepfakes kann dabei entweder betont werden, indem der Gesichtertausch deutlich sichtbar bleibt; oder er kann kaschiert werden, indem das hineinkopierte Gesicht mit dem ursprünglichen verschmilzt und so nicht mehr als Maske erkennbar ist. Während »Home Stallone« durch den Kontrast zwischen dem Körper eines Jungen und dem Gesicht eines Erwachsenen komische Effekte erzielt, kursieren auf Social Media auch unzählige Deepfakes, die sich um einen unmerklichen, überzeugenden Gesichtstausch

Olga Moskatova (Universität Freiburg, Institut für Medienkulturwissenschaft);
olga.moskatova@mkw.uni-freiburg.de;

© Olga Moskatova 2025, published by transcript Verlag.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 (BY) license.

bemühen – wie etwa im Falle von Deep Tom Cruise, der leicht mit dem echten Tom Cruise verwechselt werden könnte.

Laut Richard Weihe ist diese Doppelung für das Verhältnis zwischen Maske und Gesicht charakteristisch: »In diesem Doppelspiel der Gleichschaltung von Gesicht und Maske einerseits und der Kontrastierung von Gesicht und Maske andererseits äußert sich die für die Maske charakteristische Dialektik des Zeigens und Verhüllens.«³ Die Maske kann entweder in Differenz zum Gesicht treten – als dessen Anderes, Hinzukommendes, Verhüllendes – oder im Gesicht aufgehen und darin verschwinden. Im zweiten Punkt fallen Gesicht und Maske zusammen, im ersten bleiben sie unterschieden. Diese Doppelung führt Weihe unter anderem auf das griechische Wort für Maske und Gesicht zurück, nämlich »prosopon«, und bezeichnet diese Doppelung als »*prosopische Einheit*«. ⁴ Diese umfasst sowohl das Zusammenfallen von Maske und Gesicht als auch deren Differenz.

Diesen paradoxen Charakter arbeitet Weihe dabei in Rückgriff auf George Spencer-Browns Formenkalkül heraus, indem er die Maske als eine Zwei-Seiten-Form pointiert: Sie hat eine konkave Innenseite und eine konvexe Außenseite. Beide werden durch die Maske als einem »Dazwischen« unterschieden und zugleich auch verbunden. Als Dazwischen trennt die Maske das Innen vom Außen, aber sie verbindet die beiden Seiten auch. Weihe begreift die Maske damit als eine Paradoxie des Unterschiedenen. Denn sie operiert nach dem Modell des Entweder-oder und zugleich des Sowohl-als-auch: »Die Form der Maske bietet die Möglichkeit, am selben Objekt diese beiden Prinzipien gleichzeitig zu beobachten, das Trennende und das Verbindende. So gesehen ist die Maske eine Form, die Unterschiedenes (Innenseite und Außenseite) vereinigt (durch das Dazwischen).«⁵

Ohne es ausdrücklich so zu bezeichnen, thematisiert Richard Weihe die Maske damit als relational-operatives Medium. Als Dazwischen stiftet ein Medium Differenzen, trennt und verbindet zugleich. Im Gegensatz etwa zu einer Konzeption des Mediums als ein Mittel, als ein »Um-zu«, gibt das Medium als Dazwischen eine relationale Position der Mitte an, mit der – und durch die – die semiotischen, ästhetischen, sozialen oder kulturellen Operationen vollzogen werden. ⁶ Im Falle der Maske handelt es sich um eine reiche Tradition an ästhetisch-medialen, kulturellen, sozialen und politischen Differenzbildungen, die sich an die basale Innen-Außen-Unterscheidung anheften: Differenzen zwischen natürlich und künstlich, lebendig und tot, Zeigen und Verbergen, oberflächlich und tief und so weiter.

Die beiden Seiten der Maske, die Außen- und die Innenform, sind gleichwohl an unterschiedlichen Operationen beteiligt und akzentuieren unterschiedliche Aspekte: Betrachtet man die Außenseite der Maske, rückt der Prozess der Verhüllung und die hinzukommende Expressivität des Ausdrucks, das Zeigen, in den Vordergrund. Die Außenseite ist die Seite des Zeigens, die für Semiotisierung, Ästhetisierungen und Lesbarkeit offensteht. Sie kennzeichnet vor allem die Frontalität. ⁷ Der Blick auf die Innenseite der Maske hingegen lenkt die Aufmerksamkeit auf ihre Passform und die Anschmiegsamkeit an das Gesicht – und damit auf ein Moment der Ähnlichkeit. In diesem Moment verschwindet die Maske in ihrer Eigenständigkeit und wird selbst verhüllt. ⁸

Mir scheint, dass der materielle Aspekt des Passens in der Geschichte und Theorie der Maske eher vernachlässigt wird. Die Innenseite interessiert am ehesten in der Funktion

des Verbergens, das heißt, insofern sie auf die Register des Sichtbaren bezogen bleibt. Ich möchte stattdessen explizit den Aspekt der Passform, des Passens und Anschmiegens hervorheben. Die Innenseite impliziert die Operation des Einfügens, die für die digitalen Masken interessante Fragen aufwirft. Diese Anschmiegsamkeit, das Sich-Einfügen möchte ich mit dem Begriff des ›adaptiven Bildes‹⁹ zusammendenken; und damit reflektieren, inwiefern digitale Masken in Deepfakes Bilder in anschmiegsame, adaptive Bilder verwandeln. Bevor ich auf die Besonderheiten dieser Anschmiegsamkeit eingehe, möchte ich Deepfakes zunächst innerhalb anderer maskierender Praktiken im Kontext digitaler Bildkulturen verorten; denn hier wird der maskierende Umgang mit dem Gesicht bereits eingeübt.

Masken in digitalen Bildkulturen

Deepfakes stellen keineswegs die einzige Form digitaler Maskierung dar, sondern reihen sich in eine Vielzahl bereits etablierter Praktiken ein. Schon vor der Popularisierung des videobasierten Gesichtstauschs fanden Anwendungen wie FaceApp Verbreitung. Diese Anwendungen ermöglichen es, Gesichter zu transformieren – etwa durch Verjüngung, Austausch oder Hybridisierung.¹⁰ Darüber hinaus bieten diverse Filtertechnologien auf Plattformen wie Snapchat, Instagram, TikTok oder Zoom eine Vielzahl an Möglichkeiten der visuellen Modifikation des Gesichts: von der Überlagerung einzelner Bildelemente – etwa Ohren, Bärte oder Tiergesichter – mittels dynamischer Sticker¹¹ bis hin zur Anwendung umfassender Filterästhetiken, durch die das Gesicht glatter, jünger, heller, ethnisch verändert oder allgemein als attraktiver erscheint. Auch hier kann das Gesicht vollständig ersetzt oder das gesamte Bild einer vereinheitlichten visuellen Logik unterworfen werden.

Masken sind in digitalen Bildkulturen ›appifiziert‹, das heißt die kulturellen Praktiken sind in Apps ›codifiziert‹. Ein zentrales Element dieser Codifizierung besteht darin, Masken als Presets bereitzustellen: Sie sind Voreinstellungen und voreingestellte Schematisierungen, aus denen selektiert werden kann. Für Wolfgang Ullrich ist die von Selfieästhetiken geprägte digitale Bildkultur eng mit den Praktiken des Maskierens verknüpft. Filterapps begreift er dabei als »digitale Maskenbildnerie«.¹² Das Selfie fungiert in diesem Zusammenhang nicht primär als Medium der »Offenlegung des wahren Selbst«, sondern vielmehr als eine Strategie des Verbergens, der Inszenierung alternativer Identitäten und der schützenden Anonymisierung durch Filter.¹³ Diese maskierende Artifizialisierung des Gesichts setzt für Ullrich jedoch nicht erst mit der Anwendung von Filtern ein, sondern beginnt bereits im Akt der Selfieproduktion selbst: »Wer sich selbst zum Bild macht, setzt sich in Szene, stellt sich zur Schau, adressiert sich, denkt und handelt in Kategorien des Ausdrucks. Sich in Szene setzen heißt immer auch, eine Bühne zu betreten. Wer sich ein Smartphone vor das Gesicht hält, um ein Selfie zu machen, verhält sich also wie ein Schauspieler. Und wie Schauspieler weiß der Produzent eines Selfies um seine Sichtbarkeit, weiß, dass jede Regung, jedes Detail der Mimik aufmerksam betrachtet wird und eine Bedeutung erlangt.«¹⁴ Das Anfertigen eines Selfies geht mit einem Rollenhandeln einher, bei dem man – vergleichbar mit einem Schauspieler, einer Schauspielerin – in eine bestimmte Figur schlüpft, die Mi-

mik codierten Ausdrucksformen unterwirft und beginnt, das Gesicht »aufzuführen«.¹⁵ Ähnlich wie im Schauspiel wird die Mimik innerhalb dieser Rolle selbst zur Maske – sie steigert und typisiert den Gesichtsausdruck. In diesem Sinne rückt Ullrich das Selfie in die Nähe der darstellenden Kunst, in der Körper und Gesicht zu bildnerischen Medien werden.

Selfies und Filterapps verhandeln dabei das Spannungsverhältnis zwischen Authentizität und Selbstinszenierung, zwischen spielerischem Ausstellen und Verbergen ihrer Artifizialität. Dieses Spannungsverhältnis verweist auf der einen Seite auf eine spezifische Tradition und kulturelle Kodierung der Maske: Die Maske wird dabei mit Täuschung, List und Verstellung assoziiert. Sie steht für das Künstliche, das etwas Natürliches verbirgt und zu diesem Authentischen hinzutritt. Maske wird in dieser Tradition, die Richard Weihe auf die Christianisierung antiker Maskenvorstellungen zurückführt, negativ konnotiert.¹⁶

Auf der anderen Seite werden die digitalen Masken, wie im Schauspielerschen, häufig in ihrer Artifizialität ausgestellt. Die Maske als Schauspiel, als Repräsentationsform, als Übernahme und Spiel einer Rolle beziehungsweise Figur ist dabei eng an die Frage des Gesellschaftlichen geknüpft. Die digitalen popkulturellen Masken lassen sich als zeitgenössische Erscheinungsform der »Gesellschaftsmaske« verstehen.¹⁷ Eine gesellschaftliche Rolle zu übernehmen und etwas rollenadäquat zur Schau stellen zu können erweist sich als eine Form des sozialen Maskenspiels. Dabei ist nicht nur die Frontalität der Maske, das Repräsentative und Zeigende entscheidend, sondern eben auch die Funktion des Einfügens und der Passform: »Die Gesellschaftsmaske erscheint als Medium der Anpassung des Individuums an die Gesellschaft. Sie soll möglichst das zeigen, was der Erwartungshaltung der Gesellschaft entspricht. Mittels der Gesellschaftsmaske kann das Individuum seiner sozialen Identität das passende Gesicht geben, eine falsche Identität affizieren oder eine Alterität spielen. Zwischen privatem Gesicht und Rollenmaske besteht eine Differenz. Das bedeutet, dass mittels der sozialen Maske das eigene Erscheinungsbild kultiviert und manipuliert werden kann. Die soziale Maske kann vom Individuum bewusst gewählt oder durch die Gesellschaft aufgezwungen sein.«¹⁸

Demnach sind digitale Masken – wie Selfies und Filter – als Formen des sozialen Rollenspiels bereits auf die Operation des Einfügens und Anpassens bezogen. Diese gehen zugleich mit Fragen des Zeigens und Verbergens, des Präsentierens und Verstellens einher: Denn an die Vorstellung der Gesellschaftsmaske können sich wiederum Konnotationen der Verstellung, der Täuschung oder des Verbergens heften, wobei auch der Aspekt der Gewalt aufscheint. Sich einzufügen, sich zu verstellen, kann auch als ein gewaltsamer Prozess der Integration und Homogenisierung begriffen werden.

Adaptive Bilder

In der öffentlichen Wahrnehmung, in der Kunst und in wissenschaftlichen Diskursen werden Deepfakes zumeist mit Verbergen, Verstellung und List in Verbindung gebracht. Sie werden in der Regel mit Blick auf die Gefahren der politischen Täuschung und Manipulation diskutiert und stehen im Verdacht, das Vertrauen in photographische und filmische Bilder zu zerstören.¹⁹ Kurz: Deepfakes fügen sich nahtlos in die aktuellen De-

batten rund um das Postfaktische ein. Dabei bleibt jedoch unbeachtet, wie eng dieser Diskurs mit der kulturellen Codierung der Maske als Täuschung und Verstellung zusammenhängt. Das täuschende Potenzial der Deepfakes tritt besonders dann deutlich zutage, wenn die Differenz zwischen Gesicht und Maske minimiert wird, wenn also die Innenseite der Maske in ihrer Anschmiegsamkeit und Passform betont wird. Das zuvor gezeigte Beispiel »Home Stallone«, in dem das Gesicht von Sylvester Stallone über dasjenige des kleinen Kevin gelegt ist, illustriert genau das Gegenteil: Die sichtbare Diskrepanz zwischen Körper und Gesicht erzeugt keine Illusion, sondern eher ein irritierendes Missverhältnis – und damit auch kein Misstrauen. Hier fallen Gesicht und Maske gerade nicht in eins.

Die Frage nach Passform und Anschmiegsamkeit der Maske in Deepfakepraktiken möchte ich allerdings in eine andere Richtung lenken – jenseits der meines Erachtens in vielerlei Hinsicht verkürzten Debatte um Täuschung. Mich interessiert ein anderer Aspekt digitaler Maskenbilderei, wie er sich insbesondere in Selfie- und Filterkulturen zeigt: die Arbeit am eigenen Gesicht. Auf Social Media kursieren nicht nur Deepfakes prominenter Persönlichkeiten, sondern zunehmend auch solche von gewöhnlichen Nutzerinnen und Nutzern. Innerhalb des breiten Spektrums an Deepfakepraktiken finden sich auch Formen, bei denen User und Userinnen ihre eigenen Selfies in bestehende Videos integrieren. Häufig handelt es sich dabei um die Ausschnitte aus populären Filmen oder Serien wie etwa »Titanic« (James Cameron, USA 1997), »Fluch der Karibik« (Gore Verbinski, USA 2003), »Wednesday« (Netflix, seit 2022) oder »Game of Thrones« (HBO, 2011–2019). Statt der Gesichter der Schauspielerinnen und Schauspieler eignet man sich dabei deren Körper und filmische Rollen an und verleibt sie der eigenen Identität ein. Mithilfe KI-gestützter FaceSwap-Apps wie Facemagic oder Reface, um nur zwei Beispiele zu nennen, wird das eigene Gesicht in einen Filmausschnitt eingefügt, so dass die User und Userinnen die Rolle übernehmen und an die Stelle der Stars treten. Diese Praktiken sind Teil der digitalen, »memetisch« geprägten Bildkulturen. Die digitalen Deepfakemasken fungieren hier als Gesellschaftsmasken. Dabei gilt es, sich durch Praktiken der Nachahmung innerhalb von Memekulturen in ein mimetisches Kollektiv einzuschreiben, das heißt sich zu einem temporären und flüchtigen mimetischen Kollektiv zu formen, welches von Diana und David J. Zulli als »imitation publics« bezeichnet wird.²⁰

Dies lässt sich am Beispiel der beliebten Serie »Wednesday« veranschaulichen. 2022, im Jahr der Veröffentlichung der ersten Staffel, hat die Serie mit dem kanonischen Tanz der Hauptdarstellerin Jenna Ortega eine Memeserie auf Social Media, allen voran TikTok, ausgelöst.²¹ Diese nachahmende Einfügung in das Kollektiv wurde parallel durch Deepfakemasken fortgeführt: Statt nun »Wednesday«-Tanz in endlosen Variationen nachzumachen, wird die Serie der Gesichtstransformationen in Gang gesetzt. Mit Nachahmungsprozessen und Memereihen haben diese Gesichtsvertauschungen die Serialität, das variantenhafte Vorkommen und das Teilen auf Social Media gemeinsam. Digitale Masken erweisen sich hier als Praktiken der Vergemeinschaftung. Sie ermöglichen nicht nur, an »imitation publics« teilzuhaben, sondern durch Rollenspiel auch an den imaginären, fiktiven Welten von Serien oder Filmen.

Doch dies ist nicht die einzige Form von Anpassung, Einfügung und Anschmiegsamkeit. Neben die soziale tritt auch eine ökonomische Maske. Die digitale Deepfakemaskierung lässt sich zugleich als Ausdruck einer personalisierten Ästhetik verstehen. Die App

Reface etwa erhebt Personalisierung zu ihrem zentralen Selbstverständnis. Sie verknüpft diese Personalisierung unmittelbar mit dem Versprechen vergemeinschaftender Teilhabe: »Reface ist ein virtueller Tummelplatz, auf dem Menschen selbst gestalten und sich ausdrücken können, indem sie personalisierte synthetische Medien nutzen. Wir glauben, dass die Zukunft von Content in dessen Personalisierung liegt, und möchten eine Community aufbauen, in der Kreativität und Ausdruck gedeihen.«²²

Mit dem Versprechen der Personalisierung richtet Reface nicht nur ein Angebot an Nutzer und Nutzerinnen, sondern offenbart zugleich eine zentrale Motivation hinter vielen Deepfakepraktiken – eine Motivation, die man auch für frühe Formen der pornographischen Aneignung prominenter Gesichter vermuten kann. Indem man das eigene Gesicht als Maske in einen bestehenden Inhalt einfügt, wird dieser Inhalt zugleich personalisiert und individualisiert. Die Vorstellung von Einfügung, Anschmiegsamkeit und Passform markiert dabei ein Spannungsverhältnis zwischen dem individuell Persönlichen einerseits, der exzessiven Wiederholung innerhalb »memetischer« Vergemeinschaftung andererseits.

Diese spezifische Form der Personalisierung, die im Grunde eine Ästhetik der Personalisierung ist, verlängert die etablierten Formen der Personalisierung im Internet. Ist Personalisierung heute ein zentraler Bestandteil der algorithmischen Empfehlungssysteme, das heißt der Entscheidungsarchitekturen von Social Media, Streaming-Plattformen und Suchmaschinen, verschiebt sich hier der Fokus von der personalisierten Auswahl von Content hin zur dessen Herstellung. Es wird eine personalisierte Produktion suggeriert, die sich an die Userinnen und User und ihre Vorlieben anschmiegen kann – sei es durch das Einfügen des eigenen Gesichts oder durch die Umgestaltung von Lieblingsfilmen, etwa indem Gesichter von Freundinnen und Freunden, Familienmitgliedern oder anderen Schauspielerinnen und Schauspielern verwendet werden.

Diese Verschiebung – von personalisierter Selektion hin zu personalisierter Produktion und Ästhetik – lässt sich mit dem Begriff des »adaptiven Bildes« fassen, wie ihn Matthias Bruhn, Kathrin Friedrich und Moritz Queisner formuliert haben. Mit »adaptiven Bildern« bezeichnen die Autorin und Autoren »die nächste Generation digitaler Werkzeuge und Anwendungen zur situativen und kontextspezifischen digitalen Bildgebung. Aus der technischen Anpassung von Bild, Handlung und Raum geht allmählich ein neuer Typus visueller Medien hervor, für den hier der Begriff des adaptiven Bildes vorgeschlagen wird.«²³

Es geht also um Bildformen, die sich in Echtzeit verändern und an unterschiedliche Kontexte anpassen lassen – sei es an die Wünsche von Kundinnen und Kunden oder Userinnen und Usern, an virtuelle oder physische Umgebungen, an situative Zwecke oder dynamische Handlungsabläufe. Es handelt sich dabei um maßgeschneiderte Bildpraktiken, die in Feldern wie Kunst, Museen, Medizin, Wissenschaft, populärer Kultur und Werbung zum Einsatz kommen. Zu den Beispielen, die Bruhn und seine Mitautoren anführen, zählen unter anderem Augmented-Reality-Anwendungen von IKEA, das »Pedestrian Project« der Black-Lives-Matter-Bewegung, begehbare und navigierbare virtuelle Ausstellungsräume, virtuelle Therapien mittels Head-Mounted-Displays, bildgestützte chirurgische Eingriffe sowie in Echtzeit personalisierte Produktplatzierung in Serien oder bei Sportübertragungen. Diese anschmiegsamen, situativ variablen Bilder stellen

damit die Vorstellung einer geteilten, kollektiven visuellen Wahrnehmung infrage, und zwar zugunsten zunehmend individualisierter Bilderlebnisse.

Digitale Deepfakemasken, wie sie Apps wie Reface und Facemagic erzeugen, lassen sich als ästhetische Formen verstehen, die adaptive Bilder nicht nur hervorbringen, sondern zugleich den Gebrauch dieser Bilder einüben. Auch die Augmented-Reality-Filter von Plattformen wie Snapchat, Zoom oder TikTok sind bereits Beispiele solcher adaptiven Bildpraktiken. Wenn hier das Gesicht unter dem Signum der Personalisierung für eine vermeintlich maßgeschneiderte und individuell angepasste Ästhetik steht, dann darf der enge Zusammenhang zwischen der Personalisierung und Ökonomisierung nicht außer Acht gelassen werden. Die Personalisierung wirbt für einen vermeintlich überlegeneren Konsumgenuss. In anderen Worten: Die Anschmiegsamkeit bedeutet hier zugleich Customization. Dabei geht es längst nicht nur um memetische Kommunikation über personalisierte Ästhetik auf Social Media. Adaptive, KI-gestützte Bildpraktiken zielen zunehmend auf personalisierte Ästhetiken in Serien, Filmen und Werbeformaten: »Streaming-Dienste wie Netflix suchen nach neuen Möglichkeiten, Werbeinnahmen zu generieren, indem sie computergenerierte Werbebilder direkt in Shows und Filme einbetten. Die Platzierung von Produkten durch Integration und Überlagerung von Objekten in einer laufenden Video- oder Fernsehübertragung ist zu einem gebräuchlichen Werkzeug der personalisierten Werbung geworden. Im Unterschied zu bisherigen Formen der Produktplatzierung wird der Prozess automatisiert, indem durch den Einsatz maschinellen Lernens entsprechende Objekte und Bereiche identifiziert werden, die sich für die Einblendung von digitalen Bildern oder Objekten innerhalb einer Szene eignen. Das Rendering virtueller Inhalte in das Video kann inzwischen in Echtzeit erfolgen, so dass die platzierten Objekte auf Grundlage individueller Nutzungsprofile ausgewählt und angepasst werden können.«²⁴

Während Softwareunternehmen wie Mirriad an solchen Lösungen arbeiten, imaginiert Netflix die neue Stufe der Personalisierung versuchsweise in interaktiven Filmen wie »Black Mirror: Bandersnatch« (Netflix, 2018). In diesen Filmen ist die vermeintliche Personalisierung der Story durch interaktive Auswahloptionen zugleich an eine Auswahl von Markenprodukten wie Kellogg's oder Musikbands gekoppelt. Interaktivität fungiert hier als Markentest und Datenextraktion.²⁵

Während der Einsatz von Deepfakes und anderer KI-Verfahren in der Film- und Serienproduktion nach wie vor kontrovers diskutiert wird, scheinen Deepfake-Apps wie Reface und Facemagic die Ästhetik »personalisierter« adaptiver Filme im Kleinen zu normalisieren. Dabei werden die Paradoxien der Maske als prosopischer Einheit, wie sie Weihe beschrieben hat, deutlich. Der paradoxe Charakter der Maske als Einheit des Unterschiedenen lässt zugleich die Ambivalenzen der personalisierten Ästhetik hervortreten: Denn Masken eignet »der Hang zur Formalisierung, Symmetrisierung und Stilisierung der Gesichtszüge«.²⁶

Konkrete Masken materialisieren Typisierungen, Schematisierungen und Verallgemeinerungen. Gerade im traditionellen theatralen Kontext stellen Masken weniger ein Individuum, sondern einen Menschentypus dar.²⁷ Weihe bemerkt, wie die Schematisierung und Typisierung auf der einen Seite die individuelle Charakterisierung einer Rolle beziehungsweise Figur ausschloss, auf der anderen Seite zugleich aber auch den Weg zum Differenzierten und so letztendlich zum Individuellen öffnete.²⁸ Dieses Span-

nungsverhältnis ist bei digitalen Deepfakemasken, bei der Einfügung des eigenen Gesichts in einen Film oder Serie, ebenfalls zu beobachten. Die Maske steht hierbei zunächst für das Individuelle und Persönliche, während die Typisierung, das Schema, eher dem Filmausschnitt selbst zuzusprechen wäre. Denn in der Serie solcher Deepfakevideos ist es der Filmhintergrund, die Handlung, die sich schemenhaft wiederholt, während das Gesicht als Maske die Videos voneinander differenziert, sie personalisiert.

Gleichwohl ist die Arbeit am Gesicht in digitalen Bildkulturen ihrerseits Codifizierungen, Schematisierungen und mithin Stereotypisierungen unterworfen, wie es prototypisch in der Selfie-Kultur zutage tritt. Wenn Ullrich das Selfie bereits als gesellschaftliches Maskenspiel beschreibt, dann steht hier auch der typisierende Umgang mit dem eigenen Gesicht zur Disposition. Dieser kann auch in den Deepfakes nicht gänzlich eliminiert werden, denn diese personalisierte Ästhetik verdankt sich der Selfiekultur. Die Einfügung in eine Filmszene mag personalisierend, gleichzeitig aber auch schematisierend und typisierend wirken.

Dieses Spannungsverhältnis erklärt sich nicht nur mit Blick auf die Maskenhaftigkeit der Selfies, sondern auch mit Blick auf den Gesichtstausch zwischen Userinnen und Usern und Schauspielerinnen und Schauspielern. Unter massenmedialen Bedingungen, so könnte man sagen, sind Gesichter von Schauspielerinnen und Schauspielern ihrerseits typisiert – über Rollen im Film und das außerfilmische Posieren und Performen vor der Kamera der Medienöffentlichkeit. Das Typische wechselt hier den Platz: Es ist kein Attribut der Schauspielmaske, sondern des Gesichts der Schauspielerin oder des Schauspielers. In den Deepfakevideos ist genau dieses Typische, das Typische des Gesichts der Schauspielerin oder des Schauspielers, das Ziel des Imitationsspiels. Bei Deepfakeselfies geht es auch darum, sich dem Film, der Szene und dem Gesicht der Schauspielerin oder des Schauspielers anzugleichen. Es geht darum zu erfahren, wie man als eine Filmfigur aussehen würde; wie nah man dem Gesicht der Schauspielerin oder des Schauspielers kommt; und natürlich auch, wie nah man sich selbst als Maske kommt. Deepfakemasken stellen als paradoxe Einheit des Unterschiedenen die tiefen Ambivalenzen der digitalen Bildkulturen aus; in diesen Bildkulturen gehen Personalisierung, Typisierung, mithin sogar Stereotypisierung und Normierung Hand in Hand. Derart kann die Maske – in der Perspektive einer medialen Operation der Anpassung und des Einfügens – die Spannungen der adaptiven Bildkulturen aufzeigen.

Anmerkungen

- 1 Fletcher 2018, 461.
- 2 Holliday 2021.
- 3 Weihe 2004, 13.
- 4 Weihe 2004, 102 (Herv. i. O.).
- 5 Weihe 2004, 35.
- 6 Mersch 2010, 187 f.
- 7 Weihe 2004, 100.
- 8 Vgl. Weihe 2004, 13.
- 9 Bruhn u. a. 2021, 16.

- 10 Wirth 2024.
 11 Glanz 2023, 27 f.
 12 Ullrich 2019, 19.
 13 Ullrich 2019, 21.
 14 Ullrich 2019, 14.
 15 Ullrich 2019, 16.
 16 Weihe 2004, 32.
 17 Weihe 2024, 84.
 18 Weihe 2004, 87.
 19 Meikle 2023, 118 f.
 20 Zulli – Zulli 2022, 1877.
 21 Otto 2023, 40–48.
 22 Reface 2023: »Reface is a virtual playground, where people can create and express themselves using personalized, synthetic media. We believe that personalization is the future of content and we want to foster a community where creativity and expression thrive.«
 23 Bruhn u.a. 2021, 16.
 24 Bruhn u.a. 2021, 12.
 25 Moskatova 2022.
 26 Weihe 2004, 18.
 27 Weihe 2004, 137.
 28 Weihe 2004, 137.

Literatur

- Bruhn u.a. 2021: M. Bruhn – K. Friedrich – M. Queisner, Was sind adaptive Bilder?, in: M. Bruhn – K. Friedrich – L. Kähny – M. Queisner (Hg.), *Adaptivität, Reihe Begriffe des digitalen Bildes 1* (München 2021) 11–16
- Fletcher 2018: J. Fletcher, Deepfakes, Artificial Intelligence, and Some Kind of Dystopia. *The New Faces of Online Post-Fact Performance*, *Theatre Journal* 70, 4, 2018, 455–471
- Glanz 2023: B. Glanz, *Filter. Alltag in der erweiterten Realität* (Berlin 2023)
- Holliday 2021: C. Holliday, Rewriting the Stars. Surface Tensions and Gender Troubles in the Online Media Production of Digital Deepfakes, *Convergence* 27, 4, 2021, 899–918
- Meikle 2023: G. Meikle, *Deepfakes* (Cambridge 2023)
- Mersch 2010: D. Mersch, *Meta/Dia. Zwei unterschiedliche Zugänge zum Medialen*, *Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung* 1, 2, 2010, 185–208
- Moskatova 2022: O. Moskatova, *Small Screen Cinema. Personalisierung als Medium der Klassifikation in postkinematischen Anordnungen. Nach dem Film 20*, 2022. <https://nachdemfilm.de/index.php/issues/text/small-screen-cinema>
- Otto 2023: I. Otto, *TikTok. Ästhetik. Ökonomie und Mikropolitik überraschender Transformationen* (Berlin 2023)
- Reface. *About Us* (In-App-Screenshot am Smartphone 2023)
- Ullrich 2019: W. Ullrich, *Selfies. Die Rückkehr des öffentlichen Lebens* (Berlin 2019)
- Weihe 2004: R. Weihe, *Die Paradoxie der Maske. Geschichte einer Form* (München 2004)

Wirth 2024: S. Wirth, Gefaltete Gesichter. FaceApp und die Kommerzialisierung KI-basierter Bildbearbeitung, in: O. Moskatova – K. L. Mücke (Hg.), Bild | Kanäle. Zur Theorie und Ästhetik vernetzter Medienkultur (Würzburg 2024) 411–432

Zulli – Zulli 2022: D. Zulli – D. J. Zulli, Extending the Internet Meme. Conceptualizing Technological Mimesis and Imitation Publics on the TikTok Platform, *New Media & Society* 24, 8, 2022, 1872–1890