

SILVER CUBE

Tom Holert

Transfusion

Eine grandiose Fotografie von Eve Arnold aus dem Jahr 1956 zeigt die Begegnung zweier Stars aus eigentlich getrennten Welten auf dem Territorium des Guggenheim Museum in New York. Die schöne italienische Filmschauspielerin Silvana Mangano, auf einem frühen Höhepunkt ihres Ruhms, steht vor einer Skulptur des Bildhauers Constantin Brancusi, konzentriert auf das Bild der glänzend polierten Nackenansicht von *Mlle Pogany* aus dem Jahr 1913. Die Büste ruht auf einer Marmorlinthe, und die Schauspielerin, deren Figur überdies die Silhouette von Brancusis *Endloser Säule* (1918) im Hintergrund wiederholt, scheint mit dem Kunstobjekt in einen stummen Dialog eingetreten zu sein. Ein mögliches Thema dieses Zwiegesprächs: Was heisst es, für Fotografen Modell zu stehen? Denn nicht nur eine Filmschauspielerin wie Mangano, auch die «haute sculpture»¹ von Brancusi war auf die Kamera ausgerichtet. Brancusis Bildhauerei bildete dabei sowohl den Rahmen für Inszenierungen in der Mode, wenn ein Couturier wie Paul Poiret bereits 1912 seinen Pariser Salon mit einer polierten Brancusi-Bronze schmückte, als auch das Objekt aufwendiger fotografischer Inszenierungen durch den Künstler selbst wie durch andere Fotografen.

So hatte Edward Steichen, der sich immer wieder zwischen künstlerischer und kommerzieller Fotografie hin- und herbewegte, früh damit begonnen, Brancusi und seine Skulpturen zu fotografieren. Nach seiner piktorialistischen Periode machte Steichen in den 1920er und 1930er Jahren nicht nur Bilder von Fotomodellen und Stars aus verschiedenen Bereichen der Hoch- wie der Populärkultur. Er wandte sich auch anderen Gegenständen zu, Dingen und Pflanzen, oder eben den Skulpturen von Brancusi, die er nun im Modus des *glamour shot* fotografierte.

Wie eine außerweltliche Erscheinung inszenierte Steichen um 1925 auf diese Weise eine polierte Bronzefassung von Brancusis *Vogel im Raum*. Die Skulptur reckt sich in einer Nische aus Licht und Schatten der Quelle der Beleuchtung entgegen, einer Öffnung im Dach oder gar einem Scheinwerfer. Das Helldunkel modelliert eine mystisch-mysteriöse, schlanke Plastizität, die an Bilder der *femme fatale* oder eines unheimlichen Bösewichts in den Filmen der 1920er Jahre erinnert. Zugleich strahlt die exzentrische Komposition eine Eleganz und opulente Gelassenheit aus, wie sie auch die Glamour-Fotografien kennzeichnet, die Steichen in den Folgejahren von Filmstars wie Marlene Dietrich machen sollte.

Offenbar hatten sich mit Brancusi, der die fotografische Inszenierung seiner Werke sehr ernst genommen und bestimmte plastische Effekte durchaus in Hinsicht auf die fotografische Reproduktion kalkuliert haben dürfte, und Steichen, dem eklektischen Allroundtalent ohne Berührungsängste mit der kommerziellen Sphäre, zwei Grenzgänger zwischen den Feldern der modernen Kunst und der Kulturindustrie, dem Purismus der Form und dem Glanz des großen Auftritts gefunden. Dreißig Jahre später könnte die Magnum-Fotografin Eve Arnold von dieser Verbindung gewusst haben. Indem sie Mangano und Brancusi auf diese Weise im Bild zusammenführte, deutete Arnold in jedem Fall auch an, wie die beiden (und die institutionellen Felder, die sie hier «repräsentieren») interagieren. Ähnlich wie die Gemälde von Jackson Pollock, die einige Jahre zuvor von Cecil Beaton mit weiblichen Fotomodellen für eine Modestory über «The New Soft Look» für die US-amerikanische *Vogue* vom März 1951 fotografiert worden waren, geraten die Kunstwerke in den Einflussbereich der massenmedialen Glamourproduktionen. Beatons Pollock-Fotografien sind ein klassisches Beispiel für das ungelöste Verhältnis zwischen künstlerischer und glamouröser Praxis, für eine nicht ungefährliche «Transfusion», von der die Filmkritikerin Frieda Grafe in bezug auf Glamour gesprochen hat (davon unten mehr). Rückblickend scheinen sich die Pollocks und die *Vogue*-Models sehr viel selbstverständlicher in ein gemeinsames Epochen-Bild zu fügen; zwar ist die Spannung nicht aufgehoben, die Einsicht in einen wechselseitigen Vampirismus, in diese eigenartige Zugewinnsgemeinschaft in der Ökonomie der Aufmerksamkeit aber fällt aus heutiger Sicht, spätestens nach den heftigen Auseinandersetzungen, wie sie um das Verhältnis von Mode und Kunst noch in den 1990er Jahren geführt wurden,² spürbar leichter. Trotzdem bleiben die Verhältnisse problematisch.

Dieser Text wurde erstmals publiziert in: Tom Holert und Heike Munder (Hrsg.), *The Future Has a Silver Lining. Genealogies of Glamour*, JRP|Ringier: Zürich, 2004.

Die Publikation erschien anlässlich der Ausstellung *The Future Has a Silver Lining. Genealogies of Glamour*, 28. August - 31. Oktober 2004, Migros Museum für Gegenwartskunst, kuratiert von Tom Holert und Heike Munder.

MIGROS MUSEUM FÜR
GEGENWARTSKUNST
LIMMATSTRASSE 270
POSTFACH 1766
CH-8005 ZÜRICH

T +41 44 277 20 50
F +41 44 277 62 86
INFO@MIGROMUSEUM.CH

MIGROMUSEUM.CH
MIGROS-KULTURPROZENT.CH

1 Vgl. Reinhold Hohl, Die «Haute Sculpture» [1986], in: *Skulptur. Von der Renaissance bis zur Gegenwart. 15. bis 20. Jahrhundert*, Köln [u.a.]: Taschen 1999, S. 435.

2 Vgl. z.B. Jack Bankowsky, Editor's Letter: The Art/Fashion Thing, und Bruce Hainley, All the Rage. The Art/Fashion Thing, in: *Artforum*, Vol. 34, No. 7, March 1996, S. 2, und S. 70-78.

Keine einfache Beziehung

«El arte contra el glamour», steht als Titel über einem Artikel in der spanischen Kulturzeitschrift *El Cultural*, «Kunst versus Glamour». Der dazugehörige Text kündigt Ausstellungen von NachwuchskuratorInnen an, die sich mit Street Art und den Symbiosen von Kunst und Wissenschaft beschäftigen. «In diesen Zeiten der Ausstellungen à la mode, der glamourösen Galeristen, der edlen Eröffnungen und der Kuratoren, die sich in elegante Maschinen des Kunstkommissariats verwandelt haben», sei es eine Wohltat, atmet der Autor auf, junge AusstellungsmacherInnen nach der Wahrhaftigkeit der Kunst suchen zu sehen, statt Kunst als blosses Medium zu betrachten.³

In dieser Konstruktion von Glamour als dem Anderen der Kunst wirkt die Angst vor dem gefährlich-verführerischen Zauber fort, der in der Etymologie des Wortes «Glamour» verborgen ist.⁴ Wo Glamour mit der Kunst ein Bündnis eingeht, steht er sinnbildlich für deren Verfall zu willfähriger Kommerzialität und politischem Opportunismus. Glamour wird zum Symptom des Niedergangs und der Auflösung der Kunst in einer von ökonomischen Prinzipien bestimmten visuellen Kultur. Kunst selbst kann dann ihrerseits in den Dienst der Werbung und des Konsums gestellt werden, wenn es darum geht, einem Produkt die «Konnotation von Prestige, Tradition und Authentizität» zu verleihen.⁵ Eine Ausstellung wie *The Future Has a Silver Lining*, die sich dem Verhältnis von Kunst und Glamour widmet, verhandelt demnach ein offenes Geheimnis.

Glamour kann eine Funktion und ein Effekt des Kunstbetriebs sein, eine Qualität eines Kunstwerks beschreiben, aber auch den ästhetisch bearbeiteten und reflektierten Gegenstand einer künstlerischen Praxis bilden. In bezug auf Kunst – das heißt, in Bezug auf einzelne Kunstwerke, bestimmte KünstlerInnen und Kunstmilieus sowie den Kunstbetrieb als solchen – wird spätestens seit den 1980er Jahren, als mediengewandte Künstlern wie Jeff Koons oder Damien Hirst die Szene zu dominieren begannen, immer häufiger in Begriffen von «Glamour-Faktor» oder «Glamourisierungspotenzial» gesprochen. Eine derartige Terminologie macht Glamour zu einer Eigenschaft, mit der man aktiv etwas, zum Beispiel «Kunst», ausstattet oder überzieht. Dem Glamour-als-Anwendung steht der stumm-verzückte Ausdruck im Gesicht eines Menschen gegenüber, der gerade eine Person oder ein Geschehen erlebt, denen der Glamour nicht hinzugefügt wurde, sondern deren Glanz, Zauber oder Scheinen (drei Bedeutungen des Wortes «Glamour») inhärent zu sein scheint, auch wenn die Schminke noch so sehr aufträgt.

Dieser letztere, «inhärente» Glamour, der nicht mit einem ominösen «Glamour von innen» verwechselt werden sollte, aber den manche «authentisch» nennen würden, ist weit schwieriger zu produzieren und zu kontrollieren als jener Miet-Glamour, um den sich Event-Manager und andere vermeintliche Glamour-Profis bemühen. Einer der interessantesten Widersprüche von Glamour besteht gerade in der Tatsache, dass er einerseits das Synonym für radikale Künstlichkeit und Gemachtheit ist, andererseits aber deswegen noch lange nicht zuverlässig programmiert und funktionalisiert werden kann – jedenfalls nicht, wenn die Ansprüche an einen glamourösen Auftritt durch vorangegangene Erfahrungen eines «inhärenten» Glamour gestiegen sind.

Heute würde niemand mehr die Existenz des Kunst/Glamour-Nexus abstreiten, auch wenn diese Beziehung nicht frei von Konflikten ist. Mit großer Selbstverständlichkeit produziert der Kunstbetrieb glamouröse Situationen der oben angedeuteten Art, und die Kunst wird dabei nicht selten zur Kulisse oder eben zum «Medium» anderer, etwa ökonomischer und politischer, Interessen. Aufwendige gesellschaftliche Inszenierungen in Museen und Galerien, auf Messen und Auktionen sind an der Tagesordnung, auch in Zeiten der wirtschaftlichen Krise. Stadtverwaltungen und Sponsoren versuchen, die Eröffnung eines Museumsneubaus, die Ausrichtung einer Biennale oder die Einwerbung einer Blockbuster-Ausstellung kulturökonomisch maximal auszuwerten. Institutionen der Hochkultur stellen ihre Infrastrukturen der Mode, der Popmusik, dem Kino zur Verfügung, während die Organe der Massenmedien ihrerseits den Wert spektakulärer Kunstereignisse immer mehr zu schätzen zu wissen. Und Jahrzehnte, nachdem Pablo Picasso, Salvador Dalí, Jackson Pollock, Yves Klein, Niki de Saint-Phalle oder Andy Warhol ihre gelegentlichen Jet-Set-Auftritte hatten, wird heute in Zeitschriften und im Fernsehen über StarkünstlerInnen und Künstlerstars, aber auch über KuratorInnen, KunstkommissarInnen und andere Akteure des künstlerischen Feldes so selbstverständlich berichtet wie über *celebrities* aus dem Unterhaltungsgeschäft. Glamour ist zu einer zweiten Natur der Kunst geworden.

Beweggründe

Doch greift eine solche Charakterisierung, wie eingängig sie auf den ersten Blick erscheinen mag, zu kurz. Weder gibt es «die» Kunst, noch existiert «der» Glamour. In beiden Fällen handelt es sich um Entitäten (sehr unterschiedlichen Zuschnitts), die nicht aufhören, sich zu verändern. Und verändern tut sich eben darum auch ihr Verhältnis. Diese Dynamik soll nun nicht durch die Konstruktion einer linearen Erzählung von etwaigen Ursprüngen des Glamour oder der Kunst und ihrer Beziehung verdeckt werden. Viel mehr interessiert den Genealogen, wie die Stränge, die der Begriff des Glamourösen und die unterschiedlichsten Glamour-Praktiken im kulturellen Gewebe des 20. Jahrhunderts bilden, rekonstru-

3 «En estos tiempos de exposiciones *fashion*, galeristas *glamourosos*, *curators* convertidos en elegantes máquinas de comisariat y *vernissages* de buen tono [...]» (José Marín-Medina, *El arte contra el glamour*, in: *El Cultural*, 22. Juli 2004, S. 29.)

4 Webster's Dictionary, 1913: \Gla'mour\, n. [Scot. Glamour, glamor; cf. Icel. Gl[á]meggdr one who is troubled with the glaucoma (?); or Icel. Gl[á]m-s?ni weakness of sight, glamour; gl[á]mr name of the moon, also of a ghost [...] Perh., however, a corruptio of E. Gramarye.]. 1. A charm affecting the eye, making objects appear different from what they are; 2. Witchcraft; magic; a spell; 3. A kind of haze in the air [...]; 4. Any artificial interest in, or association with, an object, through which it appears delusively magnified or glorified [...]; eine berühmte Definition stammt von Sir Walter Scott: "Glamour, in the legends of superstition, means the magic power of imposing on the eyesight of the spectators, so that the appearance of the object shall be totally different from the reality" (in einer Anmerkung zu Scotts Gedicht *The Lay of the Last Minstrel* von 1802).

5 Marita Sturken/Lisa Cartwright, *Practices of Looking. An Introduction to Visual Culture*, Oxford: Oxford University Press 2001, S. 213.

MIGROS MUSEUM FÜR
GEGENWARTSKUNST
LIMMATSTRASSE 270
POSTFACH 1766
CH-8005 ZÜRICH

T +41 44 277 20 50
F +41 44 277 62 86
INFO@MIGROMUSEUM.CH

MIGROMUSEUM.CH
MIGROS-KULTURPROZENT.CH

iert werden können, ohne deren innere Spannung und Konfliktgeladenheit stillzulegen.

Doch was motiviert überhaupt ein solches Interesse und ein solches Vorgehen? Die entscheidenden Gründe, sich mit den Vergangenheiten und Gegenwarten, den Herkunft und Perspektiven des Glamourösen zu beschäftigen, sind nicht zuletzt in individuellen, intimen wie (halb)öffentlichen, Erfahrungen mit Glamour zu suchen. Von solchen Erfahrungen können viele berichten. Aufenthalte in glanzvollen sozialen und räumlichen Umgebungen; eine unerwartete und riskante Geste des Widerstands gegen einen verordneten Konsens; Begegnungen mit «glamourösen» Persönlichkeiten, wo auch immer sie leben, unter uns oder auf Bühne und Leinwand; Begebenheiten auch, die wegen ihrer anmutigen Beiläufigkeit oder ihrer atemberaubenden Seltenheit im Gedächtnis bleiben; Momente, in denen plötzlich alles richtig ist und sich die Frage erübrigt, warum eigentlich?

Glamour mag als Ideal von Persönlichkeit, Selbstbewusstsein und Gemeinschaftlichkeit funktionieren, an dem man sich orientiert und das euphorisiert. Oft steht Glamour vielleicht gar nicht im Zentrum der Aufmerksamkeit, sondern fungiert als eine Art Supplement. In diesen Fällen gibt sich das Glamouröse erst im nachhinein als das Merkmal der Unterscheidung zu erkennen, welches die wunderbare Abweichung in die Normalität einschreibt. Dieses Supplement ist jener «geringfügigen Verrückung» vergleichbar, von der Giorgio Agamben im Kontext seiner Diskussion des Messianismus und der «kommenden Gemeinschaft» spricht. Hier läge die entscheidende Veränderung nicht *in* den Dingen, sondern an deren Rändern. Dort, an den Rändern, «schillert» sie als eine Potenz. Wie jene – ein wenig strahlendere – Aureole eines auserwählten Heiligen, die keinen substanziellen Unterschied zu anderen Aureolen anzeigt, sondern der Glückseligkeit lediglich etwas «mehr Glanz (*clarior*) verleiht».⁶

Neben solchen kleinen Unterschieden, die ermächtigen und Glück bereiten und die man deshalb auch als Liebesbeweis, als Evidenz einer besonderen Zuwendung verstehen kann, werden durchaus niederschmetternde Erfahrungen mit Glamour assoziiert. Denn Glamour operiert immer auch als kaltverführerische Norm, der man sich im Zweifel unterwirft – ängstlich, fügsam, entmächtigt. Sowohl das Glücksversprechen, die eudämonistische Dimension des Glamourösen, als auch die fatale Faszination, in der sich das Glamouröse eher als eine Disziplin, ein Zwang, eine Ordnungskraft erweist, wirken auf die Auseinandersetzungen ein, die in der Kunst mit und um das Glamouröse geführt werden.

Eine Möglichkeit, diese Auseinandersetzungen und Verhältnisse kategorial zu fassen, läge nun darin, das Verhältnis Kunst/Glamour über den Leisten vorhandener und in der Vergangenheit sattem diskutierter Polaritäten wie «Avantgarde und Kitsch» oder «High and Low» zu spannen. Man würde damit tendenziell der Dichotomie «Kunst versus Glamour» folgen, die so gern als Königsweg zu einem von glamourösen (spricht: heteronomen) Zumutungen freien Begriff der Kunst betrachtet wird.

Glamour als Gefährdung der Integrität der Kunst zu begreifen, hat nun aber auch einen eigenen Reiz. Denn was, wenn diese der Oberfläche verpflichtete Kategorie, die der Nestor des Modernismus, Clement Greenberg, einmal als «inhuman» bezeichnet hat, eine der zentralen Herausforderungen und Gegenlager der Moderne wäre? Was, wenn Glamour als ästhetische Adaption des Prinzips «soziale Konstruktion», die Autonomie und Selbstbezüglichkeit des Kunstwerks nicht nur mit vulgären Zurschaustellungen körperlicher Schönheit, sozialer Überlegenheit und ökonomischen Reichtums konfrontieren, sondern auf einer anderen Ebene die Selbstverständlichkeit der Dichotomie von Schein und Sein infragestellen würde?

Glamour und Schein

In einem berühmten Abschnitt seiner *Ästhetischen Theorie* erörtert Theodor W. Adorno das Problem des «Scheins». Statt den ästhetischen Schein als blosser Illusion und Vermitteltheit (heute würde man vielleicht sagen: *Medialität*) zurückzuweisen, unterstreicht Adorno die Dialektik der modernen Kunst. Wie «Tiere ein angewachsenes Geweih» versuche die moderne Kunst den «Scheincharakter» abzuschütteln.⁷ Der Generalverdacht, der dem Schein oder dem scheinhaften Kunstwerk entgegengebracht wird, verweist zurück auf Vorstellungen von einer buchstäblichen, substantiellen, reinen Kunst. Damit wird jedoch der immanente Scheincharakter, die konstitutive «phantasmagorische Seite der Kunstwerke» in der Moderne unterschlagen, die technologische Verstärkung der «Illusion des Ansichseins der Werke».⁸ Denn für Adorno ist der Schein der eigentliche Ausweis der Kunst. Die Dialektik, die den «Schein» rettet, damit die Kunstwerke durch ihn gerettet werden können (beispielsweise vor den Präntationen des Gehalts), vollzieht sich im Widerstreit zwischen Schein und der Rebellion gegen ihn. Die Dialektik des Scheins hat es nicht zuletzt mit einem ästhetischen Moralismus zu tun, der den Schein als Inszenierung, Arrangement und Trug anzuklagen versucht. Adorno ist dabei der schärfste, aber auch der verständigste Kritiker jenes widerständigen Scheins der «Autonomie» (des Kunstwerks und der künstlerischen Sphäre), der sich dem «totalen» beziehungsweise «ubiquitären» Schein der kapitalistischen Gesellschaftsordnung entzieht.⁹

Vom Schein, welcher den abstrakten, nicht-seienden Geist «als Seiendes» im Kunstwerk «vor Augen stellt»,¹⁰ unterscheidet Adorno den «Glanz». Obwohl beide den gleichen Ursprung im althochdeutschen «skīn» haben, lässt sich die philosophische Bedeutung von Schein (insbesondere im hegeli-anischen Verständnis der im Kunstwerk sinnlich scheinenden Idee) nicht mit der des «Glanzes» verwechseln. Glanz indiziert die Warenform. Glänzend ist das Spiegellabyrinth des Kaufhauses. Glänzend und glitzernd sind diejenigen spektakulären Momente eines Jazz- oder Swingsongs, die Adorno 1941 «musical glamour» genannt hat, «die zahllosen Passagen [...], die eine <now we present> – Haltung zu

MIGROS MUSEUM FÜR
GEGENWARTSKUNST
LIMMATSTRASSE 270
POSTFACH 1766
CH-8005 ZÜRICH

T +41 44 277 20 50
F +41 44 277 62 86
INFO@MIGROMUSEUM.CH

MIGROMUSEUM.CH
MIGROS-KULTURPROZENT.CH

6 Giorgio Agamben, *Die kommende Gemeinschaft* [2001], a. d. Italienischen von Andreas Hiepko, Berlin: Merve 2003, S. 53.
7 Theodor W. Adorno, *Ästhetische Theorie*, hg. von Gretel Adorno und Rolf Tiedemann, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1973, S. 157.
8 Ebd.
9 Vgl. ebd., S. 337.
10 Vgl. ebd., S. 165.

vermitteln scheinen.»¹¹ Um Glanz bemüht ist auch die Kultur selbst. Die Wahrheit über diesen «Glanz der Kultur» machen nach Adorno gerade jene sichtbar, die sich in Abwehr der «Archetypen des Vulgären», der «grinsenden Reklameschönheiten», die «allzu blendenden Zähne anschwärzen»,¹² die Verweigerer der Glanz-Norm.

Im Augenblick, in dem vom Schein zum Glanz gewechselt wird, wechselt Adorno das Gender-Register (das zuvor kaum eine Rolle gespielt hat). Die Kritik am «Vulgären», dem «verkäuflichem Gefühl», das nichts weiter ist als eine «subjektive Identifikation mit der objektiv reproduzierten Erniedrigung», aktiviert Bilder von «grinsenden Reklameschönheiten» – und des Übermasses an «weiblichem Glanz», das in ihnen sichtbar wird. Unter dem Vorzeichen technisch verstärkter Phantasmagorie ist dieser vermeintlich «weibliche Glanz» eine Domäne dessen, was in den 1920er, aber vor allem 1930er und 1940er Jahren als «Glamour»-Ästhetik, als Grammatik des *glamour shot* entwickelt wurde. FotografInnen wie Alfred Cheney Johnston, Ruth Harriet Louise, Laszlo Willinger, Ted Allan, Clarence Sinclair Bull, George Hurrell oder Otto Dyar entwickelten diese Grammatik. In Wechselbeziehung mit illustrierten Fan-Magazinen der Filmindustrie wie *Motion Picture*, *Movie Life*, *Movie Star Parade*, *Photoplay*, *Screenland* oder *Screen Stars* programmierten die Studiofotografen von MGM oder Warner Bros. eine spezifische, quasi-skulpturale Wahrnehmung der Stars als licht- und schattengeborene Figuren.¹³ Zentriert um das Konzept (und den Code) «Glamour» wurde mit jenem «künstlichen Aufbau der <personality>» begonnen, den Walter Benjamin 1935/36 als Reaktion auf das «Einschrumpfen der Aura» gelesen hat. Der «Zauber der Persönlichkeit» sollte so erhalten werden – vergeblich.¹⁴ Eine der ersten Filmsoziologinnen, Margaret Farrand Thorp, bestätigt 1939 auf der Grundlage ihres Studiums von Fan-Magazinen, «dass es für einen glamourösen Star heute das Wichtigste ist, eine Persönlichkeit zu besitzen». Und sie fügt hinzu: «Dieses Beharren auf der Persönlichkeit inmitten einer standardisierten Gesellschaft ist rührend».¹⁵

Verfremdungseffekte

In einem berühmten Foto, das Edward Steichen 1935 von Marlene Dietrich gemacht hat, wird der Auftritt der quintessentiellen Repräsentantin des Hollywood-Glamour als kontrastreiches Spiel von Weiss- und Schwarz-Werten organisiert, wobei der Blick unweigerlich die weisse, gepolsterte Lehne des Sessels und die schwarze, anatomisch merkwürdig bald gestaucht, bald gedehnt wirkende Rumpfmasse der Schauspielerin empor, zum durch Arme und Kopfbedeckung gerahmten Gesicht mit den halbgeöffneten, etwas schläfrigen Augen wandert, die den betrachtenden Blick erst fesseln, wenn man seines Blicks gegenwärtig wird. Eigentlicher Fixpunkt der Komposition ist aber der wie paillietiert wirkende, geflochtene Hut, auf dem ein Glanzlicht liegt, welches die lasziv-überhebliche Miene der Dietrich fortsetzt und konzentriert.

Eine ausgefeilte, geradezu surrealistische Glamour-Konstruktion, die weitgehend denaturalisiert, seltsam monströs erscheint. Bezogen auf die Fotografie wirkt sie wie die perfekte Entsprechung des ikonisch-fetischistischen Bildes der «isolierten, glamourösen, ausgestellten, sexualisierten» Frau im Spielfilm, das Laura Mulvey in ihrem klassischen Essay über «Visuellen Genuss und narratives Kino» theoretisiert. Der Film, in dem ein solches Bild erscheint, werde für den «Moment eines starken sexuellen Eindrucks [...] ins Niemandsland außerhalb von Zeit und Raum» katapultiert; die Illusion und die Erzählung würden unterbrochen zugunsten von *flatness*, der «Qualität eines Scherenschnitts oder einer Ikone.»¹⁶ Mulvey feiert diesen Moment der Unterbrechung des filmischen Zeit-Raums jedoch nicht als den eines proto-feministischen Triumphs. Statt dessen erklärt sie das Bild der glamourösen Frau im Spielfilm zum Auslöser entweder einer fetischistischen männlichen Schaulust oder einer sadistischen Erniedrigung – beides Reaktionsweisen, um der Kastrationsangst zu begegnen, die durch das flach-ikonische Frauenbild ausgelöst wird.

Aber wie zweidimensional, wie ikonisch, wie passiv dem aktiven männlichen Blick ausgesetzt, ist das Bild der glamourösen Frau beziehungsweise das glamouröse Frauenbild wirklich? Arbeiten das Medium, die Technologie und der Diskurs des Glamourösen ausschließlich einem heterosexistischen, patriarchalen, sadistischen Voyeurismus zu? So berechtigt die feministische Kritik der fetischistisch-sadistischen Blickkonstruktion im Hollywood-Spielfilm sein mag, erscheint das Glamouröse damit nicht ausreichend erfasst zu sein, weder seine Faszinationsstruktur noch seine tatsächlichen Handlungsangebote. Mulvey deutet diese Potenziale immer wieder an, wenn sie von den Momenten des Ich-Verlusts im Kino spricht, von der Suspension des perspektivischen Illusionsraums durch die Präsenz des glamourös fotografierten Stars. Der Trug der glamourösen Inszenierung überlagert den grundsätzlichen Trug von Illusionismus und narrativer Fiktion. Das heisst auch: Glamour-Momente können de-realisierend wirken, wie Verfremdungseffekte, und transzendieren somit die materielle Wirklichkeit des Apparats.

Hinter dieser Transzendierung steht unter anderem eine spezifische Konzeption von (autoritärer) Autorschaft. Glamour als das Produkt eines starken künstlerischen Willens, einer geradezu demiurgischen Kraft – so stellt sich dies aus der Sicht manches Glamour-Produzenten dar. Das Foto von Edward Steichen lässt keinen Zweifel an der Verfügungsgewalt, die der Fotograf über sein Modell besitzt.

11 Theodor W. Adorno (mit George Simpson), On Popular Music, in: *Studies in Philosophy and Social Science*, Vol. IX, 1941, S. 17-48, hier: 28.

12 Vgl. Adorno, *Ästhetische Theorie*, S. 356f.

13 Vgl. David Fahey/Linda Rich, *Masters of Starlight. Photographers in Hollywood*, New York: Ballantine 1987, S. 14f.

14 Walter Benjamin, Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit, in: Walter Benjamin, *Gesammelte Schriften*, I-2, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1974, S. 492.

15 Margaret Farrand Thorp, *America at the Movies* [1939], with an introduction by J.P. Mayer, London: Faber and Faber 1946, S. 51.

16 Laura Mulvey, Visual Pleasure and Narrative Cinema [1975], in: Laura Mulvey, *Visual and Other Pleasures*, Houndmills [u.a.]: MacMillan 1989, S. 14-26, hier: 19f.

MIGROS MUSEUM FÜR
GEGENWARTSKUNST
LIMMATSTRASSE 270
POSTFACH 1766
CH-8005 ZÜRICH

T +41 44 277 20 50
F +41 44 277 62 86
INFO@MIGROMUSEUM.CH

MIGROMUSEUM.CH
MIGROS-KULTURPROZENT.CH

Josef von Sternberg, der Regisseur, der Marlene Dietrich «gemacht» hat («Marlene, das bin ich»), berichtet freimütig von der Folter der gelassenen Posen, die er seinem Star zumutete. Von Sternberg schreibt aber auch, dass Glamour ein «elastisches Konzept» sei, ein «visuelles Stimulans» wie aus Seifenblasen. Nicht das «Objekt vor der Linse», sondern der Künstler, der das Modell manipuliere und ins Licht hinausstelle, sei für den «Glamour einer Fotografie» verantwortlich.¹⁷ Aber von Sternberg hat seinem Bild der Glamour-Macht, der einseitig ausgeübten Manipulation und Verantwortung nicht ohne Grund die Formulierungen von Glamour als «elastischem Konzept», als «Spiel fließender Werte» und kunstvollem Arrangement in einem geistigen Raum vorangestellt. Die Verhältnisse von Er- und Entmächtigung, von Autorschaft und *agency*, von Aktivität und Passivität im Glamour – als «elastisches Konzept» betrachtet – dementieren die Kulturkritik, die Glamour einfach «inhuman» nennt oder für Neid und Unterwerfung verantwortlich macht.

Die Filmkritikerin Frieda Grafe näherte sich von Sternberg auf überraschende Weise, ohne deshalb zur bloßen Apologetin eines zweifelhaften Glamour-Autoren-Bildes zu werden. In ihrem Manuskript zu einem Vortrag von 1998 zu von Sternbergs *The Devil Is a Woman* aus dem Jahr 1935 schrieb sie, von Sternberg habe den «fotografischen Schönheitsbegriff» zum «Glamour» weiterentwickelt, «seiner von der Kamera produzierten Schönheitsformel.»¹⁸ Doch obwohl dies eine Verengung auf die Ausstrahlung von Frauen nahelegt, ist für Grafe die Attraktion dieses Glamour nicht eindeutig. Sie entdeckt bei von Sternberg etwas

«...bis dahin Unsichtbares, eine Art kondensierter Aura, die visuelle Wirkungen hervorruft, die in ihren Fusionen nicht mehr geschlechtsspezifisch zu beschreiben sind und die von der veräußerlichten Innerlichkeit herrühren müssen. Unbewusstes tritt durch die mechanische Wiedergabe in den Bereich des Sichtbaren und erlangt dadurch den Status von Bewusstheit. Indem Sternberg mit Marlenes Assistenz, unter ihrem höchst professionellen körperlichen Einsatz Glamour produzierte, schuf er ein neues Bild von Weiblichkeit, das männliche und weibliche Imagination gleichermaßen tangierte.»¹⁹

Diese neue Sexualität hat wenig mit Diven-Verehrung zu tun. Marlene Dietrich ist ihrem Regisseur vielmehr vorgekommen wie ein Frauendarsteller: «Sternberg sah sie immer in drag» (Grafe), weshalb die Kleider der Dietrich, ihre Herrenanzüge und ihre Roben, zu einem wichtigen Teil der Künstlichkeit ihrer Erscheinung, aber auch zum «Indiz einer tiefgreifenden kategorialen Krise» wurden: «Glamour, in der von Sternberg geschaffenen Einmaligkeit», schreibt Grafe, «ist bisexuell, ein Effekt aus entgegengesetzten Prinzipien, für die sich alle möglichen Prinzipien anbieten – Licht/Schatten, Idee/Form, Innen/Aussen –, deren Transfusion, die durch die Dynamik des bewegten Bildes geschieht, eine schillernde Totalität ergibt.»²⁰

«Schillernde Totalität» trifft – gerade in Abgrenzung von Adornos «totalem Schein» – recht gut, wie viel Ungelöstes im Begriff des Glamourösen steckt und wie wenig sich die *Funktionen des Glamourösen* und *Glamour-als-Funktion* eindeutig bestimmen lassen. Die Glamour-Transfusionen setzen eine Transmutation der (sexuellen) Identität, womöglich gar ihre Auflösung in Gang. Die Konstruktion jenes flachen, ikonischen, scherschnittthaften Bildes, von dem Laura Mulvey spricht, kann zugleich eine Dekonstruktion sein, die Öffnung eines Raums der unvorhergesehenen Persönlichkeiten und Gemeinschaften.

Fremder Glamour

Glamour ist, vielleicht gerade wegen dieser Möglichkeiten, in der Vergangenheit und Gegenwart immer wieder der Bezugspunkt von subkulturellen, bohemistischen, dissidenten Zusammenhängen gewesen, in denen seine Konstruktionsprinzipien analysiert und neue Wirkungen erprobt werden. Glamour – insbesondere ein historisch gewordener Glamour und dessen Archive – kann als Ressource für Widerstandsakte dienen. Die US-amerikanische Performance-Künstlerin Jacki Apple blickt 1999 im Gespräch mit dem Künstler Mike Kelley auf die feministische Kunstpraxis der 1960er und 1970er Jahre zurück: «Die Frage war: konnte Macht im selben Bezugssystem existieren wie Schönheit, so wie sie kulturell definiert ist – als Glamour?» Und die Antwort lag in einer Hinwendung zu vergangenen Modellen einer «Koalition» von Macht und Schönheit, «zu den machtvollen, glamourösen Filmstars der 1940er Jahre.»²¹

Weniger nach Modellen von Macht und Schönheit als nach Subtexten des klassischen Hollywood-Glamour suchten das Underground-Kino und die Performances von Jack Smith. Seit den späten 1950er Jahren orientierte sich Smith unter anderem an der «visuellen Entdeckung», die ein Altmeister der Glamourfabrikation wie Josef von Sternberg jedem «Geschichtenerzählen» vorgezogen habe.²² Für Smith war von Sternbergs «visuelle Phantasiewelt» gerade nicht das Modell technischer Perfektion, sondern der unvollkommene, dafür jedoch einzigartige und persönliche Ausdruck eines idiosynkratischen Wertesystems.

17 The Von Sternberg Principles, in: *Esquire*, No. 250, Vol. 40, October 1963 (übersetzt als Josef von Sternberg, Glamour, in: *Filmkritik*, 13. Jg., H.2, Februar 1969, S. 130-132).

18 Frieda Grafe, Die Haut vom Kino. Zu *The Devil Is a Woman* von Josef von Sternberg [1998], in: Frieda Grafe, *Filmfarben*, Ausgabe wählte Schriften in Einzelbänden, 1, Berlin: Brinkmann & Bose 2002, S. 103.

19 Ebd., S. 104.

20 Ebd., S. 106.

21 Zitiert nach Mike Kelley, *Cross-Gender/Cross-Genre* [1999/2000], in: Mike Kelley, *Foul Perfection. Essays and Criticism*, hg. von John C. Welchman, Cambridge, MA/London: The MIT Press 2003, S. 100-120, hier: 118f. (Anm. 41).

22 Jack Smith, *Belated Appreciation of V.S.* [1963], in: J. Hoberman/Edward Leffingwell (Hg.), *Wait for Me at the Bottom of the Pool. The Writings of Jack Smith*, New York/London: High Risk/P.S. 1997, S. 41-43, hier: 42.

MIGROS MUSEUM FÜR
GEGENWARTSKUNST
LIMMATSTRASSE 270
POSTFACH 1766
CH-8005 ZÜRICH

T +41 44 277 20 50
F +41 44 277 62 86
INFO@MIGROMUSEUM.CH

MIGROMUSEUM.CH
MIGROS-KULTURPROZENT.CH

Smiths «Montezland» oder «Cinemaroc» ist ein Ersatz- oder Meta-Hollywood, nicht nur Phantasiewelt, sondern ein Produktionskontext, ein Praxisfeld zu eigenen Bedingungen. Hier liess Smith seine Laiendarsteller, seine *creatures*, diese unmittelbaren Vorfahren der *superstars* aus Warhols Factory, in Filmen wie *Flaming Creatures* (1962-63) oder *Normal Love* (1963-64) Tableaus orgiastischer Überschreitung errichten. So entstand «eine völlig neue Form des Kino-Glamour – eine, die dem Glamour Hollywoods alles und nichts verdankt», wie J. Hoberman schreibt.²³

Die überlieferten Texte des Glamour wurden dekonstruiert, was in ihnen verborgen war, hervorgekehrt und betont: «visuelle Textur, androgyne sexuelle Präsenz, exotische Schauplätze» (P. Adams Sitney);²⁴ das Ergebnis war eine karnevaleske, aber zutiefst ernst gemeinte Travestie von Glamour: «Berührung mit etwas, was wir nicht sind, nicht kennen, nicht denken, nicht fühlen, nicht verstehen» – was deshalb eine «Erweiterung» darstellt.²⁵ Glamour in diesem Sinn als ein Medium oder eine Methode zu denken, um sich von der Disziplin, die Glamour eben auch ist, zu lösen, macht ihn zur ästhetischen Kategorie eines Ausnahmezustands. «Glamorous Rapture, schizophrenic delight, hopeless naive and glittering technicolored trash!»²⁶ konfrontieren den ästhetischen Code, die «Grammatik» zur Herstellung von Lichtgestalten und Glanzeffekten, mit der Aufhebung dieses Regelwerks und der Außerkräftsetzung dieses Wissens als dessen unerwarteter Aufwertung. So kann Jack Smiths Verehrung der <falschen> Vorbilder wie Josef von Sternberg oder Maria Montez als Redefinition von Glamour betrachtet werden, als Ausdruck eines «<fremden> Glamour» – ähnlich wie die Performances der bärtigen Crossdresser und Hippiefrauen der Queer-Theatre-Gruppe The Cockettes aus San Francisco in den späten 1960er und frühen 1970er Jahren oder Charles Ludlams Ridiculous Theatrical Company.²⁷ Glamourös, das war – zumindest in den USA – lange Zeit auch gleichbedeutend mit unausgesprochener Homosexualität, mit (europäischer) Dekadenz, mit dem Femininen. Damit war Glamour, wo er aus den vorgesehenen Bahnen ausbrach, für eine patriarchale, heterosexistische Gesellschaftsordnung bedrohlich. Traditionell richtet die Schönheitsindustrie ihre Glamour-Appelle an die Adresse von Frauen; sie sind die Hauptzielgruppe der Modezeitschriften und der Kosmetikanzeigen, der Aufforderungen zu Diäten und chirurgischen Eingriffen; sie werden in ein Wechselbad von kurzfristiger Wunscherfüllung im Konsum und dem abrupten Entzug der gerade erworbenen Freiheitsgefühle geworfen, sobald ihnen wieder ein neues Produkt verkauft werden soll. Frauen, so formuliert Daniel Harris, werden heute durch die Mode- und Kosmetikindustrie zu «kinetischen Skulpturen» objektiviert, die das Thema «Sexappeal» durch eine rein «ästhetische» Vision ihrer selbst ersetzen.²⁸ Man kann zu solchen Beobachtungen stehen, wie man will, sie unterschätzen aber in jedem Fall die karnevaleske Dimension von Glamour. So habe es beispielsweise der Gebrauch des Kostüms im klassischen Hollywood gerade Frauen ermöglicht, soziale Unterschiede zu parodieren, umzukehren und zu denaturalisieren, wie Sarah Berry in einer Studie über das Modekonsum-System der 1930er Jahre schreibt.²⁹ Ähnliches gilt für andere Aneignungen der Glamour-Repertoires. Insofern ist Glamour nicht nur eine Technologie sozialer Kontrolle, sondern auch ein Instrument der sozialen Veränderung.

Semantische Konjunkturen

Die erstaunliche Widersprüchlichkeit und Mobilität des Glamourkonzepts ist auch in der Geschichte seiner schwankenden Akzeptanz und kulturellen Einbettung begründet. «Glamour ist etwas, das sich immer gut verkauft, aber frage zehn Leute, was Glamour ist und du wirst zehn verschiedene Antworten erhalten.»³⁰ Dieses milde Paradox, dem noch heute viele beipflichten werden, stammt von Peter Gowland. Mitte des letzten Jahrhunderts arbeitete Gowland als Fotograf von weiblichen Pin-Ups, 1957 veröffentlichte er *How to Take Glamour Photos*, ein Handbuch für Fotoamateure. So selbstverständlich diese Anleitung zur Nacktfotografie den Begriff «Glamour» im Titel trug, so wenig bedeutete Glamour zu diesem Zeitpunkt offenbar, was er einmal bedeutet hatte – als Leitbegriff jener Ära, in der Norma Shearer, Gloria Swanson, Rudolph Valentino, Marlene Dietrich, Greta Garbo, Joan Crawford oder Katherine Hepburn wie ultimative Verkörperungen der merkwürdig unfassbaren, unbestimmbaren Qualität des Glamourösen erschienen.

Dass der Begriff in den 1950er Jahren aus dem Kontext der großen Studioproduktionen Hollywoods und dem Olymp ihrer gottgleichen Stars in die Schmuddelsphäre der Nacktfotografie abwandern konnte, verweist auf eine signifikante Verschiebung innerhalb der Ästhetik der Massenkultur. Glamour war, so stellt 1947 der britische Lexikograph Eric Partridge fest, zu einem «Modewort» geworden. Das mit ihm Bezeichnete konnte ein Mädchen sein oder ein Gigolo, der Presse jedenfalls war ein vielfach einsetzbarer Term zugefallen: «Glamour hat seinen Weg über den Theaterklatsch, die Filmbesprechungen und den übrigen gerade gängigen Journalismus gefunden.»³¹

- 23 J. Hoberman, On Jack Smith's *Flaming Creatures* (and Other Secret-Flix of Cinemaroc), New York: Granary/Hips Road 2001, S. 10.
- 24 P. Adams Sitney, *Visionary Film: The Avant-Garde 1943-1978*, 2. Auflage, New York: Oxford University Press 1979, S. 353.
- 25 Jack Smith, The Perfect Filmic Appositeness of Maria Montez [1962], in: Hoberman/Leffingwell (Hg.), *Wait For Me at the Bottom of the Pool*, S. 25-35, hier: 34.
- 26 Ebd., S. 26.
- 27 Zum Zusammenhang des queeren New Yorker und Westcoast-Underground der 1950er bis 1970er Jahre, zwischen Jack Smith, Andy Warhol, den Cockettes, Glamrock und Charles Ludlam vgl. den Reader, der die Veranstaltung *Re-Make/Re-Model* während des Steirischen Herbstes in Graz 1999 dokumentiert: Diedrich Diederichsen, Christine Frisinghelli, Christoph Gurk, Matthias Haase, Juliane Rebenitsch, Martin Saar, Ruth Sonderegger (Hg.), *Golden Years. Materialien und Positionen zu Subkultur und Avantgarde zwischen 1959 und 1974*, Graz: Edition Camera Austria, 2006.
- 28 Daniel Harris, *Cute, Quaint, Hungry and Romantic. The Aesthetics of Consumerism*, New York: Da Capo 2000, S.230.
- 29 Sarah Berry, *Screen Style. Fashion and Femininity in 1930s Hollywood*, Minneapolis/London: University of Minnesota Press 2000, S. xxi.
- 30 Peter Gowland, *How to Take Glamour Photos*, Greenwich, CN: Faw cett 1957, S.5.
- 31 Eric Partridge, *Usage and Abusage: A Guide to Good English*, London: Hamish Hamilton 1947, S. 361 (zit. n. Réka C.V. Buckley/Stephen Gundle, *Flash Trash. Gianni Versace and the Theory and Practice of Glamour*, in: Stella Bruzzi/Pamela Church Gibson [Hg.], *Fashion Cultures. Theories, Explorations and Analysis*, London/New York: Routledge 2000, S. 33ff.)

MIGROS MUSEUM FÜR
GEGENWARTSKUNST
LIMMATSTRASSE 270
POSTFACH 1766
CH-8005 ZÜRICH

T +41 44 277 20 50
F +41 44 277 62 86
INFO@MIGROMUSEUM.CH

MIGROMUSEUM.CH
MIGROS-KULTURPROZENT.CH

Glamour, eine der Schlüsselkategorien, mit denen die Kulturindustrie seit den 1920er Jahren sich selbst und ihre Produkte zu beschreiben versuchte,³² machte offenbar eine Funktions- und Bedeutungsveränderung durch. Zumindest fügte sich der Begriff nicht mehr nahtlos in die traditionelle Semantik, deckte ein nun weiteres Feld von Bedeutungen ab, parallel und in Reaktion auf die Veränderung der Medien- und Konsumlandschaft der Kriegs- und Nachkriegsjahre.

Jetzt, gegen Ende der Ära des Studiosystems und zu Beginn des Fernsehens, im Nachkriegsjahrzehnt einer prosperierenden US-amerikanischen Gesellschaft, war die Epoche der Gowlands und der Fotoamateure, aber auch eines neuen Typs von Filmstar angebrochen. Über zwei Jahrzehnte hatte man Glamour mit der perfekten und veredelnden Inszenierung von Körpern und Oberflächen identifiziert – eine visuelle Technologie, die fotografische und filmische Bilder radikal künstlicher Schönheit produziert hatte. Mit dem Untergang der großen Studios geriet auch die kulturelle Konzeption des Stars und die an Art-Deco-Klassizismus und barocker Musical-Opulenz orientierte Bildästhetik Hollywoods in die Krise. Statt Studio-Fotografen wie George Hurrell, Edward Steichen oder Ruth Harriet Louise nahmen jetzt *Life*-Reporter und Paparazzi das *Naked Hollywood* (so der Titel eines bahnbrechenden Fotobuchs von Weegee aus dem Jahr 1953) ins Visier. Die pseudo-aristokratischen Inszenierungen von Glamour mussten einem neuen, «demokratischeren» System von Darstellungen weichen.³³

Glamour wurde jetzt zu verschiedenen Preisen angeboten, auch im Discount. Er stieg in der Genre-Hierarchie des Kinos hinab auf die B- und C-Ebene, wurde weit mehr als zuvor zum Werbeargument für Kosmetika und andere Massenprodukte. In Miami baute der Architekt Morris Lapidus Hotels wie das *Fontainebleau* (1954) – ein Ensemble schwebend-kurviger Bühnen für die Selbstdarstellungen und Konsuminteressen einer neuen Mittelklasse. Die Architektur wurde gezielt als Filmset konzipiert und verschaffte der Generation, die die Grosse Depression und den Zweiten Weltkrieg überstanden hatte, Inszenierungsmöglichkeiten und ein neuartiges Nahverhältnis zu Glamour. Denn dieser war nun nicht mehr ausschließlich in einer exklusiven Sphäre der Stars angesiedelt, sondern wurde zunehmend zugänglich für die Mitglieder der prosperierenden Mittelklasse.

Zugleich qualifizierte sich Glamour in der Krise als Gegenstand eines Camp-Geschmacks. Dieser machte die Abwertung zum Ausgangspunkt einer mal morbiden, mal melancholischen, mal frenetischen Neubewertung und Rekontextualisierung des Glamourösen. Die Drag-Szene begann, ihre Repertoires durch eine interpretierende Aneignung des nun scheinbar nutzlosen Glamour-Archivs Hollywoods zu entwickeln. Glamour stand plötzlich zur Verfügung, auch für gegen-glamouröse Manöver.

Etwa zum gleichen Zeitpunkt und mit teils ähnlichen Intentionen wie der Camp-Underground entdeckten die bildenden Künstler Glamour für sich. Die britische Pop Art betrachtete Glamour Ende der 1950er Jahre – dokumentiert in Richard Hamiltons berühmter Liste der Zutaten von Pop aus dem Jahr 1957 –³⁴ als einen Bestandteil der «Pop Art», also sowohl der «Kunst» der Populärkultur wie der in Auseinandersetzung mit der Populärkultur entstehenden bildenden Kunst. Andy Warhol, von Jack Smith beeinflusst, begann in den frühen 1960er Jahren mit seiner jahrzehntelangen Konstruktion einer parallelen Glamourdimension, in der die Ikonen und Produktionsstätten der populären Unterhaltungskultur untersucht, nachgeahmt und überformt wurden. Im Unterschied zu den Abgrenzungskämpfen der modernistischen Kunst war mit Pop Art und Postmoderne die Beziehung zwischen bildender Kunst, Mode, Film, Popmusik, Werbung, Design und Identitätspolitik in die Phase einer ständigen Interaktion eingetreten, wie das zuvor ansatzweise im Surrealismus, mit Man Ray, Dalí oder Meret Oppenheim, der Fall gewesen war.

Meta-Glamour, Gegen-Glamour

Im Herbst 1975 erschien eine weitere Ausgabe des *FILE Magazine*, das von der kanadischen Künstlergruppe General Idea seit 1970 herausgebracht wurde. Auf dem Cover stand «Glamour Issue», und die drei Mitglieder von General Idea, AA Bronson, Jorge Zontal und Felix Partz, die bereits in Maskierungen, Travestien und Aneignungen der Repräsentationssysteme der Massenkultur erprobt waren, versprachen ihren LeserInnen «die Geschichte des Glamour und die Rolle, die er in unserer Kunst gespielt hat.»³⁵ Glamour wird als radikal entleerte Künstlichkeit, als eigenschaftslos und immobilisierend definiert. Mit der Rhetorik eines Lifestyle-Ratgebers und dem Pathos eines avantgardistischen Künstlermanifests erklären General Idea, Glamour habe den Marxismus als «das einzige revolutionäre Statement des 20. Jahrhunderts» abgelöst. Dem Mythos verwandt, verkleinere Glamour die Wirklichkeit, mache sie auf einen Blick sichtbar. Die objektivierenden Funktionen von Glamour werden unmittelbar auf die Rationalität des Ökonomischen bezogen: «Glamour handelt ökonomisch. Es löscht die Komplexität des menschlichen Bildes und menschlicher Handlungen aus und lässt nur Essenzen davon zurück.»

Der anti-authentizistische Glamourbegriff von General Idea muss vor dem Hintergrund der verschiedenen Prozesse der künstlerischen Aneignung und politischen Umwidmung etwa im Kontext der *queer culture* gesehen werden. In den vorangegangenen Jahrzehnten ließen diese Prozesse eine Idee von Gegenglamour entstehen, die sich immer wieder neu in der Auseinandersetzung mit den Glamourversionen der Warenästhetik als solcher formierte. Glamourproduzenten im Kunstbereich wurden, wie Andy Warhol, zu *art directors* und Unternehmern höherer und niedrigerer Glanzsorten.

32 "What made Hollywood unique was its total concentration on one thing. That thing was the word "glamour" – a word that Hollywood popularized and that Hollywood will always evoke." (Diana Vreeland, *Romantic and Glamorous Hollywood Design*, New York: The Costume Institute/The Metropolitan Museum of Art 1974 o.S.)

33 Vgl. Fahey/Rich, *Masters of Starlight*, S. 22ff.

34 Richard Hamilton, Letter to Peter and Alison Smithson, in: *Collected Words 1953-1982*, London 1982, hier zitiert aus: David Robbins (Hg.), *The Independent Group: Postwar Britain and the Aesthetics of Plenty*, Cambridge, MA/London: The MIT Press 1990, S. 182.

35 General Idea, *File Magazine: Glamour Issue*, Vol. 3, No.1, Autumn 1975, o.S.

MIGROS MUSEUM FÜR
GEGENWARTSKUNST
LIMMATSTRASSE 270
POSTFACH 1766
CH-8005 ZÜRICH

T +41 44 277 20 50
F +41 44 277 62 86
INFO@MIGROMUSEUM.CH

MIGROMUSEUM.CH
MIGROS-KULTURPROZENT.CH

Mit anderen Worten: Versteht man, wie General Idea, Glamour als eine Kategorie, in der sich Ästhetik und Ökonomie unauflöslich verschränken, dann sind die ästhetischen Aneignungen und Umwidmungen von Glamour auch Interventionen auf der Ebene des Ökonomischen.

Glamouröse Inszenierungen können Gegensätzliches bewirken, sie sind, bei aller vermeintlichen Eindeutigkeit, immer auch dialektisch zu lesen. Ihr Schillern und Scheinen mag den Blick auf soziale Verhältnisse im gleichen Moment verstellen wie schärfen. Tendenziell unterläuft das Begehren nach Glamour ein Denken und Handeln in politischen Kategorien. Doch sobald seine zentrale Rolle für die Logik des Kapitalismus erkannt und reflektiert wird, gewinnt es eine politische Valenz. Glamour ist zugleich die symbolische Oberfläche von Macht und Reichtum wie das ewig unerfüllte Versprechen auf – zumindest symbolische – Umverteilung des gesellschaftlichen Wohlstands.

All diese gegenläufigen Botschaften und Effekte sind in der Kunst der Gegenwart und ihren Vorläufern in den Nachkriegsjahrzehnten präsent. Bisweilen wird die Sehnsucht nach den (vergangenen) Utopien des Glamour in einer Gegenwart, für die Glamour zum allgegenwärtigen Appell der Selbstoptimierung geworden ist, ein Gegenstand künstlerischer Praxis. Dann wieder erscheint Glamour als unhintergehbare Folie individueller Obsessionen und Abhängigkeiten. Zwischen Meta-Glamour und Gegen-Glamour, zwischen der Selbstinszenierung als Star und der Kritik einer auf Glamour fixierten Subjektivität entwickelt sich in der bildenden Kunst ein Umgang mit Glamour, der diesen aus den Funktionen des Warenverkehrs und der Tauschwertproduktion für einen kurzen Moment herausnimmt. In den künstlerischen Produktionen und Zeugnissen, die *The Future Has a Silver Lining* versammelt hat, sind solche meta- und gegen-glamourösen Strategien allgegenwärtig: in den Gesten der Hommage (Manon, Francesco Vezzoli, T.J. Wilcox), den Reflexionen über die Architektur und das Design des Stars und des Glamour (Tom Burr, Nicole Wermers, Josephine Meckseper, Julian Göthe, Bernhard Martin), der ästhetischen Analyse von Verausgabung und Ausnahmezustand (Cerith Wyn Evans, Katharina Sieverding, Janet Cardiff/George Bures Miller, Sylvie Fleury), der Archivierung von Erinnerungen an glamouröse Momente (Marc Camille Chaimowicz, John Edward Heys, Michel Auder, T.J. Wilcox), der seriellen Selbsttransformation (Urs Lüthi, Carlos Pazos, Leigh Bowery, Brice Dellsperger), der Kritik des öffentlichen Schönheitsbildes (Sanja Iveković, Kutlug Ataman, Daniele Buetti). Glamour erscheint hier immer weniger als ein frei verfügbares ästhetisches Idiom denn als ein Ensemble kultureller Praktiken, die zwischen dem Ästhetischen und dem Ökonomischen vermitteln. Der Blick geht auf die Konstruktionspläne des Glamourösen, auf seine Zusammensetzungen, auf die Arbeit, die in seine Herstellung eingegangen ist, auf die Subjektivierungen unter seiner Beigabe und seinem Einfluss. Für einen kurzen Moment ...

Dieser Text wurde erstmals publiziert in: Tom Holert und Heike Munder (Hrsg.), *The Future Has a Silver Lining. Genealogies of Glamour*, JRP|Ringier: Zürich, 2004.

Die Publikation erschien anlässlich der Ausstellung *The Future Has a Silver Lining. Genealogies of Glamour*, 28. August – 31. Oktober 2004, Migros Museum für Gegenwartskunst, kuratiert von Tom Holert und Heike Munder.

Link zur Ausstellung:

http://www.migrosmuseum.ch/de/ausstellungen/ausstellungsshydetails/?tx_museumplus%5Bexhib%5D=66&cHash=64c8d1a89ebbb3a9906c6e4145963e6f

MIGROS MUSEUM FÜR
GEGENWARTSKUNST
LIMMATSTRASSE 270
POSTFACH 1766
CH-8005 ZÜRICH

T +41 44 277 20 50
F +41 44 277 62 86
INFO@MIGROMUSEUM.CH

MIGROMUSEUM.CH
MIGROS-KULTURPROZENT.CH

EINE INSTITUTION DES MIGROS-KULTURPROZENT



Eve Arnold, Silvana Mangano, 1956, S/W-Fotografie, aus: *Eve Arnold: In Retrospect*, New York: Alfred A. Knopf 1995



Edward Steichen, Der erste Abguss von Constantin Brancusis *Vogel im Raum*, ca. 1925, S/W-Fotografie



Constantin Brancusi, *L'Oiseau dans l'espace* (auch: *L'Oiseau vol*), 1927, S/W-Fotografie



Cecil Beaton, Fotomodell von *Number 1* (1950) von Jackson Pollock, Fotografie für «The New Soft Look», *Vogue*, 1. März 1951



Cecil Beaton, Fotomodell vor *Autumn Rhythm: Number 30* (1950) von Jackson Pollock, Fotografie für «The New Soft Look», *Vogue*, 1. März 1951



Edward Steichen, Marlene Dietrich, 1935, S/W-Fotografie



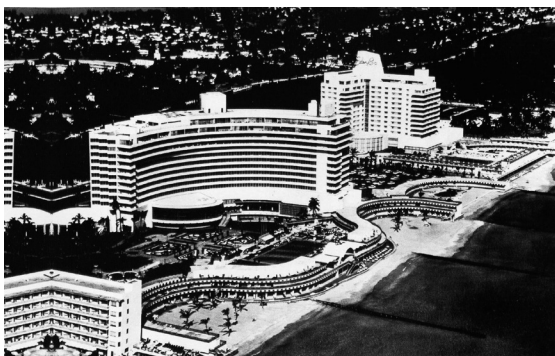
Klaus Müller-Laue, Frieda Grafe und Josef von Sternberg, 1969



Norman Solomon, Dreharbeiten von Jack Smiths *Flaming Creatures*, Dia, 1962 © N. Solomon & The Plaster Foundation



Gilles Larrain, «Wally» (The Cockettes), Farbfotografie, aus: G.L., *Idols*, New York/London: Links 1973



Morris Lapidus, The Fontainebleau Hotel (1954) und dahinter das Eden Roc (1955), Miami Beach (Foto courtesy of the archive of Morris Lapidus)



General Idea, *FILE Magazine: Glamour Issue*, Herbst 1975

MIGROS MUSEUM FÜR
GEGENWARTSKUNST
LIMMATSTRASSE 270
POSTFACH 1766
CH-8005 ZÜRICH

T +41 44 277 20 50
F +41 44 277 62 86
INFO@MIGROMUSEUM.CH

MIGROMUSEUM.CH
MIGROS-KULTURPROZENT.CH