

Die Passion der Joanne

Zur Ästhetik von „like“ und „like-ness“

Kathi Hofer

„Can one simply decide to like something?“
(Jonathan Flatley)

Ein Besuch der Photographers' Gallery in London vergangenen Oktober bescherte mir ein eigenartiges Virtual-Reality-Erlebnis. Dort war die Schau *Feminist Avant-garde of the 1970s* aus der österreichischen Sammlung Verbund zu sehen, gemeinsam mit der Filmarbeit *Joanne* (2016) des britischen Künstlers Simon Fujiwara. Kurz davor hatte ich in den Nachrichten von der Nominierung der fiktiven Superheldin Wonder Woman zur UN Ehrenbotschafterin für Gendern und weibliche Ermächtigung gehört. Ihre Berufung wurde im selben Atemzug gemeldet wie ihr 75. Geburtstag sowie die Neuverfilmung ihrer Geschichte mit Kinostart 2017. Dieser frappante Link zwischen United Nations und dem Medienkonzern DC Extended Universe schwirrte in meinem Kopf herum, als ich die Photographers' Gallery betrat.¹ Beim Gang durch die drei mit

1 Nach anhaltenden Protesten von Teilen der feministischen Community mit dem Slogan „Let's get real“ wurde Wonder Woman mittlerweile das Ehrenamt bei den Vereinten Nationen wieder aberkannt.

Foto-, Film- und Videoarbeiten bespielten Stockwerke erschien es mir, als tauchte ich mit jeder höherliegenden Ebene noch weiter in eine alternative Realität ein, in der die feministische Kunst der 1970er-Jahre und aktuelle Femininitätsentwürfe in keiner linearen Kontinuität standen, sondern völlig flexible Konstellationen bildeten. Dabei waren die beiden Ausstellungen entlang konventioneller Koordinaten inszeniert: Die separate Positionierung der Filminstallation *Joanne* auf der obersten Ebene bot sich als Vorschlag an, sie als Epilog oder Fortsetzung einer vereinten Pionierinnenleistung zu lesen, die in der ausgestellten Version in den Jahren



lungstätigkeit verfestigt sich diese doppelte Annäherung zur ästhetischen Praxis: Eine Sammlerin mag und versammelt alles Mögliche unter einem vergleichenden Kriterium (etwa Feministische Avantgarde) oder in einem vereinheitlichenden Medium oder Raum (etwa Fotografien am Ort der Photographers' Gallery). So wächst eine Sammlung entlang von Linien der Ähnlichkeit („likeness“) als Ergebnis einer Praxis, in der die Fähigkeit zum Tragen kommt, Gleichheiten wahrzunehmen und zu produzieren. Dies geschieht dem Prinzip nach seriell: Im Gegensatz zum Kantischen „ästhetischen Wohlgefallen“ – jener Kontemplation des Exklusiven und Sublimen – ist das sammelnde Gefallenfinden inklusiv und profan. Flatley führt den Pop-Artist Andy Warhol als paradigmatischen Sammler an, der die serielle, alles-inklusive Affirmationsgeste nach der Maxime „I like everything“ zur Kunstform und Sozialutopie

lässt. Er ist „all den Künstlerinnen gewidmet, deren Werk noch zu entdecken ist“⁵. Aber was ist mit *Joanne*?

5 Die Widmung des Ausstellungskatalogs *Feministische Avantgarde. Kunst der 1970er-Jahre*. Hg. v. Gabriele Schor. München 2016.

Joanne

Joanne gefällt Simon. So entstand in Kollaboration der beiden, der Kunsterzieherin Joanne Salley und ihres ehemaligen Studenten, dem Künstler Simon Fujiwara, das Filmporträt *Joanne*. Bevor sie Tutorin an einem Londoner Jungeninternat wurde, war Joanne Salley einmal eine „Beauty Queen“. Als „Miss Northern Ireland 1998“ hatte sie ein Jahr lang ein Amt inne, das in hohem Maß darin besteht, serienmäßig zu gefallen. Die Erfahrung, auf die äußere Erscheinung reduziert zu werden, führte bei Joanne daraufhin zu dem Wunsch, das eigene Bild

1968–83 einsetzt und aus 150 Werken von 48 Künstlerinnen kompiliert ist. Dennoch verlor ich den Faden in der Erzählung dieser Doppelausstellung. Als Inszenierung einer Aufeinanderfolge zweier künstlerischer und femininer Generationen schien sie mir weder als Erfolgsstory noch als Verfallsgeschichte lesbar. Die von den Avantgardistinnen schablonenhaft überspitzten Stereotype einer offensiv patriarchalen 1970er-Generation wirkten auf mich indes näher und wirklicher als die komplex erzählte „True Story“ der Joanne Salley alias *Joanne*. Meine eigene Position war mir zudem abhandengekommen: Ich hätte unmittelbar nicht sagen können, ob mir *Joanne* gefiel oder nicht.

Verbund + 1

Ob ich konkret diesen Film – oder beliebige andere Elemente der Schau – persönlich mochte, ist vor dem Hintergrund entkoppelter Weiblichkeitsnarrative tatsächlich von Belang, vor allem im Hinblick darauf, Momente spontaner Sympathie als Erkenntniskonstante zu betrachten und sie zu einer politischen Kategorie auszubauen.

Der amerikanische Kulturwissenschaftler Jonathan Flatley beschreibt die Umstände, unter denen bloße Affirmation zur ästhetischen Praxis und politischen Haltung werden kann. Am Anfang steht die Doppeldeutigkeit des englischen Wortes „like“, das sowohl „(to) like“ (mögen, Gefallen finden) als auch „(being) like“ (ähnlich sein) meinen kann.² Darin gründet ein doppel-

2 Vgl. Jonathan Flatley, Like: Collecting and Collectivity, in: *OCTOBER*, 132, Frühjahr 2010, S. 71–98.

ter Weltbezug: Indem wir etwas oder jemanden mögen, nähern wir uns diesem sympathisch an; genauso wie wir, indem wir unterschiedliche Dinge und Personen mögen, diese darin einander angleichen. In der Samm-

entwickelte. Seine „Screen Test“-Reihe *Thirteen Most Beautiful Women* (1964) umfasste demgemäß 47 Porträtfilme von 30 Frauen: „I’ve never met a person that I couldn’t call a beauty“³, kommentierte er dazu.

3 Andy Warhol, *The Philosophy of Andy Warhol*, S. 61f., zit. nach Flatley, S. 89.

In der Londoner Photographers’ Gallery war ein Poster der amerikanischen Künstlerin Mary Beth Edelson zu sehen: *Some Living American Women Artists/Last Supper* (1972). In einer Überarbeitung des berühmten Gemäldes von Leonardo da Vinci zeigt es 68 zeitgenössische Künstlerinnen am Tisch des Letzten Abendmahls. In ihrer Mitte sitzt Georgia O’Keeffe als weibliche Jesusfigur (Mary Beth mag Georgia offenbar; aber damit ist sie nicht die Einzige). Die Arbeit aus der Sammlung Verbund ist gleichsam das Modell ihrer Inszenierung in der Ausstellung: Die Künstlerin Edelson teilt mit der Sammlungsdirektorin Gabriele Schor eine Sympathie nicht nur für die im Bild/Raum versammelten Künstlerinnen, sondern auch für das fotografische Medium als deren Gleichheitskriterium. Dank Fotomontage nehmen auf dem Poster 68 Frauen (darunter auch Edelson) anstelle der zwölf Apostel Platz – ein Sakrileg; und ein Sinnbild für die im Medium vereinte *Feminist Avantgarde*. Zu „like-beings“ machten sich diese Künstlerinnen in den 1970er-Jahren, indem sie sich die „andere Natur“⁴ der

4 Walter Benjamin prägte den Begriff in „Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit“ (1935–39).

Fotografie als künstlerisches „Second Life“ serienweise überstülpten und damit den männlichen Malereikanon durch eine andere Repräsentation ersetzten. Im wiederholten Erkennen und Goutieren ähnlicher Praktiken verfestigt sich ihr Empowerment – letztendlich zu einem Begriff, der sich ausstellen und fortschreiben

aktiv zu gestalten – und folglich zum Kunststudium; ihre Selbstermächtigung qua Selbstreflexion bildet dazu den Hintergrund. Der Film selbst verarbeitet eine erneute Objektivierungserfahrung Jahre später, als private Nacktfotos von Salley zuerst in der Schule und später in einem breitgetretenen Skandal medial verbreitet wurden. *Joanne* setzt hier ein: als Porträt einer Frau, die um die Kontrolle über ihr eigenes Image kämpft.

In vielfach verschachtelten Splitscreens zeigt der Film alltägliche Szenen mit Joanne als „Home Story“, eingeblendete Privatfotos und persönliche Bekenntnisse im Close-up; zudem Selfies, Aufnahmen eines Modefotoshootings sowie ein Gespräch mit einem „Brand Manager“ namens Joe darüber, wie das „Produkt Joanne“ zu platzieren sei – das Ganze inszeniert als „Scripted Reality“. Was Warhols *Thirteen Most Beautiful Women* als Serie abbildet, lässt Fujiwara die einstige Beauty Queen in zwölf Filmminuten ausagieren: Das Drama der Selbstfindung in der Selbstdarstellung ist Joanne ins Gesicht geschrieben. Beide, Warhols „Screen Tests“ und Fujiwaras Film, dramatisieren Momente verfehlter Selbstidentität. Sie fokussieren auf das Unvermögen Einzelner, mit einem Rollenideal, oder auch nur mit der eingenommenen Pose, übereinzustimmen. Bei allen Voyeurismusvorwürfen zeichnet sich in Warhols seriellem Probenformat aber auch ein Heilsversprechen ab. Denn in den „Screen Tests“ verwandeln sich persönliche Unzulänglichkeiten, die im realen Leben Probleme darstellen, zu interessanten Performances. In der filmisch angelegten Serialität formieren sich einst isolierte Outsider zur losen Gemeinschaft der Misfits, die ihre Verfehlungen als Erfahrung teilen; mit ihnen können sich schließlich auch die ZuschauerInnen identifizieren, die in ihren Posen die eigenen wiedererkennen und darin mit ihnen sympathisieren.⁶ Warhol beschrieb die Factory einmal als eine unwirkliche, gleichsam kinematografische „Szene“, in der alle, die darin verkehrten, als Teil eines einzigen Films erschienen.⁷ Eine soziale Utopie

6 „If everybody’s not a beauty, then nobody is“, Andy Warhol, *The Philosophy*, S. 61f., zit. nach Flatley, S. 89.

7 „The mixture of mechanical sounds and the people sounds made everything seem unreal and if you heard a projector going while you were watching somebody, you felt that they must be a part of the movie, too.“ Warhol, *POP-ism*, S. 171f., zit. nach Flatley, S. 90.

formiert sich, wo die persönlichen Dramen in ihrer Medialisierung zum Allgemeingut werden und sich, als geteiltes Kollektivschicksal, am Ende bewahrheiten.



Alle Bilder:
Simon Fujiwara, *Joanne*, 2016, Stills
Mixed-Media-Installation mit Videoprojektion
Auftragswerk von Film and Video Umbrella (FVU),
The Photographers’ Gallery London
und Ishikawa Foundation
Mit Unterstützung des Arts Council England
Courtesy: Simon Fujiwara

Joanne ist da anders. Ihre medial aufpolierte Persona verweigert sich dem sympathisch geteilten Selbstverlust genauso wie jener ermächtigenden Selbstreflexion, wie die Feministische Avantgarde sie vorlebte. Schließlich sind wir uns nicht sicher, ob Joanne uns gefällt, weil wir uns nicht sicher sind, ob Joanne Joanne gefällt (und umgekehrt). In diesem Punkt ist der Film ein raffiniert inszeniertes Sinnbild unserer gegenwärtigen Kollektiverfahrung im Medium des Selfies: Wie der Medienphilosoph Boris Groys bemerkte, sind wir heutzutage unfähig, uns selbst zu mögen, solange wir nicht von der Gesellschaft, in der wir leben, gemocht (oder „geliket“) werden.⁸

8 „Today we are unable to like ourselves if we are not liked by the society in which we live.“ Boris Groys, *Self-Design, or Productive Narcissism*, in: e-flux Architecture, *Superhumanity*, 22. September 2016.

Selbstreflexion ist interaktiv geworden. Die digital ermöglichte Datengenerierung und -speicherung, gemeinsam mit dem gesellschaftlichen Imperativ, Persönlichkeit medial zu veräußern, haben die Einheit und Innerlichkeit des Selbst zerstreut. In den sozialen Medien sind wir Sammlerinnen unserer eigenen Selbstbilder, die allerdings nicht wir selbst, sondern andere „liken“ – und uns darin bestätigen. Das führt zum permanenten Performancedruck: An die Stelle von Selbstreflexion ist „Selbstdesign“ getreten.⁹

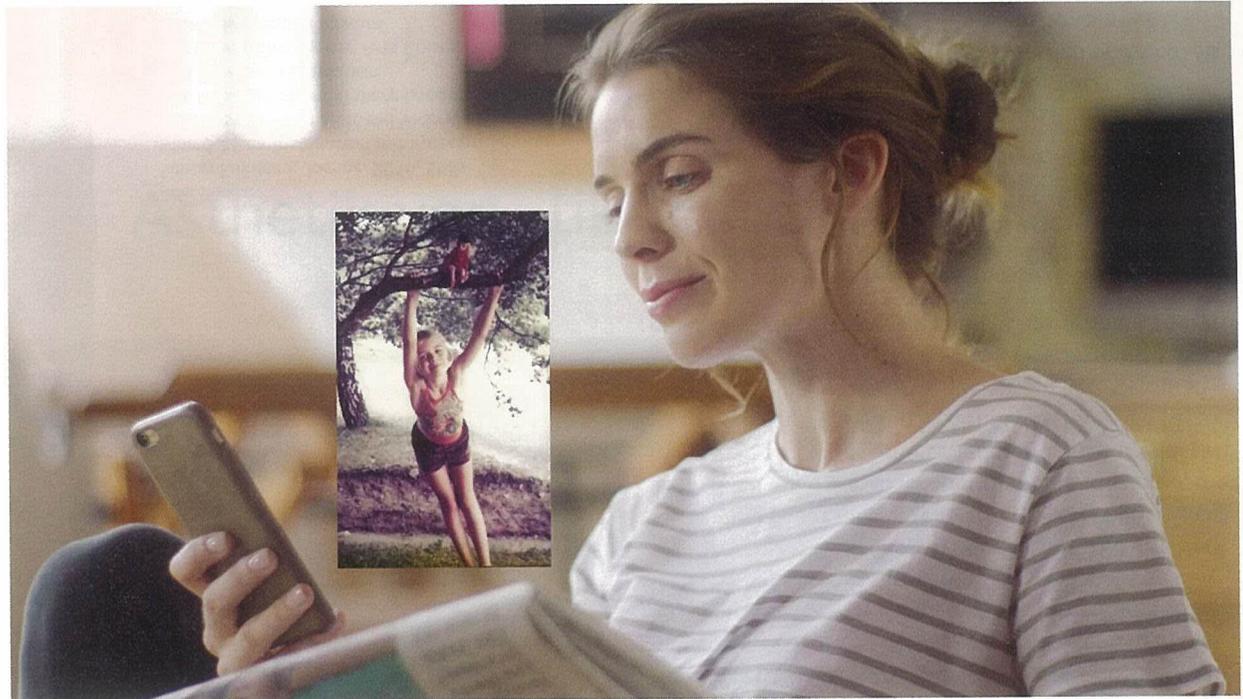
9 Vgl. ebd.

Joanne II

„Style is character“, behauptete Joan Didion 1976 in einem Essay über die Malerin Georgia O’Keeffe.¹⁰ Ganz

10 Georgia O’Keeffe (1976), in: Joan Didion, *The White Album* (1979). New York 2009.

offensichtlich fand Joan Gefallen an Georgia; genau wie Joans kleine Tochter, die in einer O’Keeffe-Retrospektive in Chicago vor lauter Begeisterung angesichts eines Bildes ausrief: „I need to talk to her.“ Die töchterliche Annahme, die stilistische Pracht des Bildes müsse die charakterliche Schönheit seiner Produzentin widerspiegeln, inspirierte Didion zu Spekulationen über O’Keeffes undurchsichtige Persönlichkeit, zumal ihr gering ausgeprägtes Interesse, Biografisches von sich preiszugeben. Zeitgleich mit *Joanne* und *Feminist Avant-garde* war in der Tate Modern auch eine Retrospektive von Georgia O’Keeffe zu sehen. Aus der Zeit datiert ein Foto von Joanne Salleys öffentlichem



Instagram-Auftritt. Es zeigt diese im Halbporträt, allerdings mit dem Rücken zu uns, vor einem Bild der Tate-Show: *The Horse’s Skull on Blue* (1930), dem stilisierten Porträt eines Tiertotenschädels. Die Szene ist mit dem Wort „PERCEPTION“ und einem Totenkopf-Emoji kommentiert. Hier betrachten wir, in geisterhaften Redundanz und Nachdrücklichkeit, ein „Bild der Wahrnehmung“ selbst. Redundant ist die Relation von Bild und Textpiktogramm; geisterhaft die Dopplung dieser Vanitas-Szene in unserer eigenen Betrachterrelation. In ihrer Selbstwahrnehmung im „blinden Spiegel“ des Totenkopfgemäldes lädt Joanne uns ein, mit ihrer makabren Pose zu sympathisieren. Auch unsere Selfies auf den digitalen Screens sind letztlich keine rückspiegelnden Reflexionen: Am Display sehen wir uns nicht seitenverkehrt wie im analogen Spiegel, sondern so, wie uns unser Gegenüber sieht, das unsere Identität durch „Likes“ erst beglaubigt.

Das heute allgemein gültige Prinzip des medialen Selbstdesigns, argumentiert Groys, sei eine Folge der Säkularisierung unserer Gesellschaft. Von dem Moment an, da der Mensch seine Seele nicht mehr im göttlichen Blick reflektiert glaubt, entstehe ein Begehren, den Charakter nach außen zu kehren und darin zu gefallen. In der allmählichen Übertragung unserer selbst auf

externe Medien bildet sich laut Groys ein künstlicher „zweiter Körper“, der den menschlichen potenziell überdauere, während er jetzt schon – als maximal im Netz verstreute Datenmasse – vom menschlichen Blick gar nicht mehr fassbar sei. *Like it or not*: Die virtuelle Selbstidentität unserer „Second Lives“ garantieren einzig die digitalen Suchmaschinen.

Am Tag nach der Eröffnung in der Photographers’ Gallery veröffentlichte Joanne auf Instagram ein Foto, das sie vor ihrer eigenen Projektion als Joanne zeigt. Ihr Eintrag dazu gefiel und imponierte mir in der Scharfsichtigkeit ihrer Selbstanalyse: „Here I am having that uncanny moment when you see your life on canvas. Don’t recognise myself at this scale – when humans become images #me #notme #role #image #art #model #reallife #fiction #lastnight #beforetheshow #moved #unreal #whoisthat? #photographer #fashion #commercial #mixup.“ – Wie Joanne hier ihr Selbstbild in Hashtags mit den Bildern anderer verlinkt, ist ein verorteter Akt medialer Selbstbestimmung.