

Burcu Dogramaci

## Sterben in Schönheit

Zur Inszenierung des Todes in der Modefotografie

Wie ein gefallener Engel liegt die Tote auf dem Rücken, die Augen blicken starr, und ein Pfeil durchbohrt ihre Brust. Die Schöne, die auf so dramatische Weise zu Tode kam, steht im Mittelpunkt einer Inszenierung des Modefotografen Izima Kaoru – *UA wears Toga* von 2003 (Abb. 1). Kaorus Todesphantasie ist keine Ausnahmeerscheinung, denn die *Femme morte* ist ein wiederkehrendes Motiv in der Modefotografie. Dieser Umstand mag zunächst Befremden auslösen, ist doch das Ziel der Modefotografie, ein im Idealfall werbendes Bild der visualisierten Kleidung zu geben.<sup>1</sup> Wie aber kann dies gelingen, wenn die Mode in die Nähe des Todes gerückt wird, der das gefürchtete Ende alles Irdischen ist? Es stellt sich die Frage, ob der sich in der Liebe zur Mode spiegelnde Hedonismus nicht vielmehr einen diametralen Gegensatz zum Sterben bildet, das die Freude und den Genuss so unerbittlich beendet. Dennoch lässt sich beim Betrachten der Aufnahmen von Izima Kaoru, Guy Luchford und Guy Bourdin nicht verleugnen, dass gerade die



1 Izima Kaoru, *UA wears Toga*, 2003, # 373, C-Print hinter Acryl, 210 x 150 cm. Courtesy Galerie Andreas Binder, München.

Symbiose von Tod und Mode seltsam faszinierend wirkt, denn, wie Elisabeth Bronfen schreibt, „bildliche Darstellungen von Tod und weiblicher Schönheit wirken ästhetisch anziehend und abstoßend zugleich.“<sup>2</sup> Der Ästhetizismus eines inszenierten Modetodes, die zwischen Voyeurismus und Ablehnung changierende Haltung der Betrachter oder die Sensationslust des Fotografen oder Modeschöpfers bilden jedoch nicht die einzigen Erklärungsmodelle für die wiederholte Verwendung des Motivs. Vielmehr wäre die Mode ohne den Tod gar nicht existent. Kulturphilosophen wie Georg Simmel, Giacomo Leopardi und Walter Benjamin haben bereits im 19. und frühen 20. Jahrhundert wiederholt auf die zentrale Eigenschaft der Mode – ihre Vergänglichkeit – verwiesen. Ohne den Tod einer Mode kann keine neue Mode entstehen. Erst der Tod der Mode bringt die Mode hervor, denn bereits im Moment ihres Entstehens trägt sie den Verfall in sich; die nächste Saison bringt eine neue Mode.

In den Todesinszenierungen der Modefotografen ist ein Reflex auf diese modephilosophischen Vergänglichkeitsdiskurse zu erkennen. So wird das vermeintliche Paradoxon einer Unvereinbarkeit von irdischer Sinneslust und Exitus aufgehoben. Die tote Frau ist gleichzeitig Opfer und Motor der Mode. Keine Modefotografie verdeutlicht den in der Schönheit wohnenden Verfall deutlicher als Guy Bourdins Aufnahme für die französische *Vogue* aus dem Jahr 1959.<sup>3</sup> Das Modell trägt einen mit Obst und Blumen geschmückten Hut von Dior. Doch auf ihrem sorgfältig geschminkten Gesicht und Hals tummelt sich Ungeziefer. So wie die niederländischen Stillleben der Pracht der Speisen stets Hinweise auf ihr Verderben einschreiben, so macht Bourdin an seinem Modell bereits den Prozess der baldigen Verwesung sichtbar. Spätestens seit Bourdin hat der Tod Einzug in die Modefotografie gehalten, ist eine Gegenströmung zur „Rhetorik des Schicksals“ feststellbar.<sup>4</sup> Dabei zeigen Bourdins Fotografien deutliche Analogien zum fotografischen Surrealismus der zwanziger Jahre, bei dem Themen wie Tod und Schönheit, Mode und Obsession eine besondere Rolle spielten. Damit setzt Bourdin die Modefotografie deutlich in einen künstlerischen Kontext, der die Oberfläche von Eleganz und idealer Schönheit aufbricht.

### *Die Mode als Schwester des Todes*

Giacomo Leopardi reflektierte 1827 in einem Dialog über die Verwandtschaft zwischen Mode und Tod. Leopardi ließ diese scheinbar so gegensätzlichen Figuren – die eine diessseitig, der Ausschmückung des Körpers dienend, die andere jenseitig und düster – als Schwestern im Geiste auftreten. Beiden gemein, so Leopardi, ist das Vergängliche und Ephemere, das Streben nach stetiger Erneuerung. So heißt es in ihrem Zwiegespräch: „MODE: Ich bin die Mode, deine Schwester. TOD: Meine Schwester? MODE: Ja: Erinnerst du dich nicht, dass wir beide Kinder der Vergänglichkeit sind? TOD: Was soll ich mich erinnern, wo ich doch der Todfeind der Erinnerung bin. MODE: Ich erinnere mich aber gut und weiß, dass wir beide in gleicher Weise danach streben, die irdischen Dinge zu zerstören und

zu verändern, wenn du zu diesem Ziele auch einen anderen Weg einschlägst als ich.“<sup>5</sup> Die Mode erscheint bei Leopardi als mächtige, bisweilen sadistisch veranlagte Figur, die bedingungslose Selbstaufopferung im Dienste ihrer selbst fordert – durch Korsetts, die „den Atem nehmen“, schmale Schuhe, die verkrüppeln, oder sei es, sich das „Fleisch mit glühenden Stempeln“<sup>6</sup> zu verbrennen. Leopardis schonungslose Sicht ist aktuell geblieben. Nicht nur die thematisierten „Brandings“ sind erneut in Mode, sondern auch die Nähe von Mode und Tod ist ein Thema in der Kultur- und Modephilosophie und avancierte zum medialen Motiv.

Der Vergänglichkeitsdiskurs prägte auch modesoziologische Werke wie Georg Simmels *Philosophie der Mode* von 1905: „Das Wesen der Mode besteht darin, daß immer nur ein Teil der Gruppe sie übt, die Gesamtheit aber sich erst auf dem Wege zu ihr befindet. Sobald sie völlig durchdrungen ist, [...] so bezeichnet man es nicht mehr als Mode. Jedes Wachstum ihrer treibt sie ihrem Ende zu.“<sup>7</sup> Die Mode ist für Simmel ein dualistisches Prinzip, das zwei Antagonismen in sich vereint: Anfang und Ende, Neuheit und Vergänglichkeit, Sein und Nichtsein, Vergangenheit und Zukunft. Das Transitorische, Ephemere und Vergängliche sei dabei kein Negativum, sondern erhöhe im Gegenteil den Reiz der Mode, der „in dem Kontraste zwischen ihrer ausgedehnten, alles ergreifenden Verbreitung und ihrer schnellen und gründlichen Vergänglichkeit“<sup>8</sup> liege. In Walter Benjamins *Passagen-Werke* ist die Mode vergleichbar einer Kurtisane, die den Tod neckt, sie hat „den dialektischen Umschlageplatz zwischen Weib und Ware – zwischen Lust und Leiche – eröffnet. [...] Denn nie war Mode anderes als die Parodie der bunten Leiche, Provokation des Todes durch das Weib und zwischen geller memorierter Lache bitter geflüsterte Zwiesprach mit der Verwesung. Das ist Mode. Darum wechselt sie so geschwinde; kitzelt den Tod und ist schon eine andere, neue, wenn er nach ihr sich umsieht, um sie zu schlagen.“<sup>9</sup> Liebe und Tod, Lust und Laster sind für Benjamin eng mit der Mode verknüpft, denn in jeder Mode „sind alle sexuellen Perversitäten aufs mitleidloseste angelegt.“<sup>10</sup>

Auch für Jean Baudrillard ist die Mode im höchsten Maße destruktiv, in ihr erweise sich die „Auflösung der Welt“ als definitiv, „auf der Basis der Abschaffung des Vergangenen beinhaltet sie den Tod und die gespenstische Wiederauferstehung von Formen“<sup>11</sup>. Ähnlich wie Benjamin verknüpft auch Baudrillard die Mode mit dem Sexus: „die Mode bezieht ihre Frivolität aus dem Tod und ihre Modernität aus dem „déjà-vu“. Sie beinhaltet die Verzweiflung darüber, daß nichts Bestand hat, und die perverse Lust am Wissen, daß jenseits dieses Todes jede Form die Möglichkeit zu einer zweiten Existenz hat, welche aber niemals unschuldig sein kann, weil die Mode vorher die Welt und das Reale verschlingen wird.“<sup>12</sup> Dieser Zusammenhang zwischen Lust und Leiche, also zwischen Sexualität und Tod, verweist auf den Topos der „verführerischen Leiche“<sup>13</sup>, die im 19. Jahrhundert auf zahlreichen Gemälden festgehalten ist. Die von Leopardi, Simmel und Benjamin beschriebene Verbindung von Weiblichkeit und Mode ist selbst für die Modefotografie am Ende des 20. Jahrhunderts noch relevant.

Die Kohärenz von Mode und Tod ist das Thema zahlreicher Modefotografien von Izima Kaoru, die unter dem Titel *Landscapes with a Corpse* seit 1993 in einer seriellen Form subsumiert werden. Ursprünglich hatte Kaoru nur eine Idee für eine Modeseite in einem Magazin und entwickelte daraus seine Todes-Serie. In drei oder vier Perspektiven fokussiert der japanische Fotograf wechselnde Schauplätze, an denen junge Frauen einen grausamen Tod fanden. Von der Totalen nähert sich die Kamera bis zur Nahsicht. Die Modelle wurden erstochen, erürgt, ertränkt oder setzten ihrem Leben selbst ein Ende. In seinen Inszenierungen folgt Kaoru, wie er selbst sagt, den Todesphantasien seiner Modelle; die Schauplätze sind ein Sonnenblumenfeld, ein Theater oder eine dunkle Großstadtgasse. Kaorus Mordserie ist eine Reminiszenz an die der Mode innewohnende Vergänglichkeit. Die Toten sterben in exquisiter Designermode, wobei ihre körperliche Schönheit noch nicht vergangen ist. Die verschiedenen fotografischen Perspektiven dynamisieren den Augenblick des Todes, so als ob sich der Fotograf oder Betrachter dem Ort des Geschehens nähert oder entfernt. Dadurch entsteht die Wirkung einer Fotosequenz, die wiederum auf ein bewegtes Bild, den Film, verweist. Gleichzeitig simulieren Kaorus Aufnahmen – und dies ist die Wirkung der sich entfernenden Kamera – jenen Moment des Todes, in dem die Seele den Körper verlässt. In der schönen Leiche, „jener klassischen Allegorie für den brutalen Zusammenprall von Leben und Tod“<sup>14</sup>, verschmilzt das Diesseitige mit dem Jenseitigen, und die Kleidung gibt den Rahmen für den letzten Auftritt der Protagonistinnen. Dabei arbeitet Kaoru mit Mehrdeutigkeiten, die auch eine komplexe symbolische Ebene tangieren. So ist die Frau in *UA wears Toga* (Abb. 1) eine von Amors Pfeil getroffene Liebestote, deren Leidenschaft im Tode endet. Die Farbe des roten Kleides steht gleichsam für die Liebe und das Blut, das sich wie eine Lache auf der grünen Wiese ausbreitet. Gleichzeitig verweist die Fotografie auch auf ein klassisches kunsthistorisches Motiv, die Transverberation der Heiligen Theresia, der ein Engel mit einem brennenden Pfeil das Herz durchbohrte.<sup>15</sup> Diese religiöse Ekstase freilich ist hier als säkularisiertes Bildmuster zitiert und steht für Gefühle wie Verzückung und Leidenschaft, die Mode als spirituelles Erlebnis deuten.

Ähnlich wie Kaoru nutzte Glen Luchford in seiner Kampagne für *Prada* aus der Saison Frühjahr/Sommer 1997 das Medium Film als künstlerische Referenz (Abb. 2). Luchford bezog sich dabei auf *Blue Velvet* von David Lynch sowohl was die Lichtregie betrifft,<sup>16</sup> als auch hinsichtlich des zentralen Themas des Films, der die Obsessionen und düsteren Abgründe des menschlichen Daseins auslotet. Der Engländer inszenierte düstere Szenen in dunkler, dumpfer Farbigkeit mit dem Modell Amber Valetta als Hauptdarstellerin. Sie schreitet mit ernstem Blick durch einen verschneiten Park und lanciert damit Phantasien über das „danach“. Oder aber sie ist bereits zum Opfer geworden, wir sehen sie auf dem Boden liegen, ihre Tasche hält sie noch in der Hand, und sinnieren über das „davor“. Eine dritte Aufnahme fokussiert nur noch die Beine auf düsterem Gras, und die blutroten Schuhe schimmern am Körper der Toten in morbide Licht. Mit nur wenigen Andeutun-

2 Glen Luchford,  
Kampagne für Prada,  
Frühjahr/Sommer  
1997, Dye destruction  
print. Aus: Susan Kis-  
maric und Eva Respini:  
Fashioning fiction in  
photography since  
1990, Kat. New York  
2004, S. 68.



gen erzählt Luchford eine Geschichte um weibliche Schönheit und Tod, über Mode und Vergänglichkeit. Die Möglichkeiten des Films, ein „mentales Bild“<sup>17</sup> zu erzeugen, werden von Luchford auf die Modefotografie übertragen. Der latente Schrecken, das Unbehagen ist Teil seiner Modeinszenierungen, die deutliche Analogien zu den „Film-Stills“ von Cindy Sherman aufweisen. Beiden gemein ist, dass sie stereotype Filmfiguren aufgreifen und mit der Einbildungskraft der Rezipienten spielen, in deren Köpfen sich die unheimlichen Geschichten zu den Bildern entwickeln können. Bei Luchford erkennt der Betrachter, dass sich Mode und Tod überlagern und den ewigen Kreislauf des Modischen und Unmodischen bedingen. In diesen Kreislauf involviert sind die Kunden und Adressaten der Mode, die nach Benjamin und Simmel der Mode willenlos ausgeliefert sind.<sup>18</sup>

### *Sexuelle Obsession und Lustmord*

Neben dem Tod ist auch die Sexualität ein Thema der Modefotografie, denn Mode ist ohne Begehren und die Phantasie seiner Erfüllung ohnehin undenkbar. Die Zurschaustellung weiblicher Erotik war von Anbeginn ein Bestandteil der kommerziellen Fotografie, doch ist die Inszenierung von Sexualität schonungsloser geworden. Wo lange Zeit ein Blick auf Dekolleté oder Beine genügte, werden seit einigen Jahrzehnten in einer fortschreitenden Enttabuisierung alle Spielarten der Sexualität mit Exkursionen ins Pornografische offen thematisiert.<sup>19</sup> Dazu gehört auch der Sexualmord, der frei von moralischen Untertönen als Motiv in der kommerziellen Fotografie erscheint. Auch hier existieren künstlerische Vorläufer wie das Motiv des Lustmordes in der Moderne, das vor allem von den Expressionisten und Surrealisten umgesetzt wurde.<sup>20</sup>

In einer unpublizierten Modeaufnahme<sup>21</sup> integriert Carter Smith Versatzstücke eines klassischen Lustmordes. Das Opfer, das Model Ehrinn Cummings, liegt

bäuchlings auf dem Blätterboden und ist von ihrem Mörder offensichtlich im Wald abgelegt worden. Der hervorschauende, verrutschte Träger des Büstenhalters, die leicht geöffneten Beine, die den Blick in den Schritt andeuten und der verlorene Schuh verweisen auf ein Gewaltverbrechen zur Befriedigung sexueller Lust. Die weiße Haut der Dargestellten ist auf der einen Seite Indiz ihres Todes, andererseits suggeriert sie Unschuld im Kontrast zur obszönen Tat. Parallelen in der Körperhaltung finden sich etwa bei Rudolf Schlichters *Lustmord* von 1924 oder in der Originalaufnahme eines Sexualmordes in Erich Wulffens *Der Sexualverbrecher* von 1910.<sup>22</sup> Modefotografie kann sich in der Nähe der Pornografie bewegen<sup>23</sup>, denn beiden gemein ist die Thematisierung von Begehren und der Phantasie seiner Erfüllung.

Die von Benjamin und Baudrillard erörterte Allianz von Lust und Tod im Kontext von Mode erfährt im Thema des Sexualmordes ihr visuelles künstlerisches Äquivalent. Benjamin schreibt: „Im Fetischismus legt der Sexus die Schranken zwischen organischer und anorganischer Welt nieder. Kleidung und Schmuck stehen mit ihm im Bunde.“<sup>24</sup> Bei Izima Kaorus Mordserie sind die Protagonisten ausschließlich attraktive Opfer, die oft durch äußere Gewalt ums Leben gekommen sind. Kaorus Bilder implizieren als Motiv einen Mord aus Leidenschaft. Auch in Guy Bourdins drastischen und sorgfältig komponierten Inszenierungen spielen Sexualität und Tod eine ähnlich große Rolle. Viele seiner Modelle sind durch den Anschnitt ihrer Köpfe beraubt, nur ihre langen Beine ragen ins Bild hinein, sie sind gefesselt oder sadistisch gefoltert worden.<sup>25</sup> Gleichzeitig mit Bourdin veröffentlichte auch Helmut Newton seine Fotografien in der



3 Helmut Newton: Yvonne III, Monte Carlo 1998. Aus: Helmut Newton. Work (Ausst.-Kat.), Neue Nationalgalerie, Berlin 2001, S. 199.

*Vogue*. Auch wenn Newtons Ruf bis heute vor allem durch seine sexualisierten Akt- und Modefotografien geprägt ist, so ist bislang selten die Todesthematik in seinen Bildern ins Blickfeld gerückt. Seine Röntgenaufnahmen zeigen Schmuckstücke an knöchernen Händen und verweisen dabei auf die Vanitas-Dimension des Skelettmotivs, und seine Modeserie *Dummies* hält reale Modelle und Schaufensterpuppen – jene Untoten des Konsumzeitalters – beim Liebesspiel fest. Die Leiche von *Yvonne* (Abb. 3) fotografierte Helmut Newton in einem Appartement in Monte Carlo. Die nur mit Socken bekleidete Nackte liegt auf dem Boden vor der Küchenspüle. Wie eine Blutlache breitet sich eine dunkle Jacke unter ihrem Körper aus. Vom Fußende der „Toten“ fokussiert die Kamera die Scham, die leicht gespreizten Beine und die Brüste. Damit offenbart sich die Aufnahme als sexualisierte Todesvision. Ohnehin ist die Beschäftigung mit Lust und Luxus, Perversion und Verfall ein zentraler Bestandteil des fotografischen Oeuvres von Helmut Newton. Seine auf dem Asphalt liegende Schöne mit hohen Stiletto und kurzem Abendkleid, fotografiert für die *Vogue*, harrt auf dem Rücken liegend einem unbekanntem Schicksal.<sup>26</sup> Ihre verbundenen Augen und die Handfessel könnten auf ein libidinöses Spiel verweisen, an dessen Ende vielleicht der Tod wartet. Newtons surreale Todesvision verdeutlicht, dass es sich bei dem Modemord stets auch um einen allegorischen Mord handelt. „Umgebracht“ wird nicht nur die Frau, sondern auch die Trägerin der Mode, der Modekörper. Die Mode sexualisiert den Körper, zieht die Blicke auf sich und macht die Trägerin zum Objekt der Begierde. Nicht umsonst tragen Newtons nackte Frauen zumeist noch ein signifikantes Kleidungsstück – den Schuh, wichtigstes Accessoire der Mode und das Fetisch-Objekt par excellence. Mode und Modekörper wecken ein Begehren, das seinen fatalen Höhepunkt im Mord aus Leidenschaft oder Lustmord erreicht.<sup>27</sup>

### *Die Relikte des Todes*

In seiner Modeaufnahme für *Comme des Garçons*<sup>28</sup> lässt Saul Leiter nur noch einen dreckigen Frauenschuh und ein nicht näher zu definierendes Kleidungsstück auftreten. Beides liegt im Straßenschmutz. Die Trägerin ist nicht mehr existent, allein die Situation lässt Rückschlüsse auf eine Gewalttat zu. Unwillkürlich entstehen Assoziationen an einen Unfall, einen Mord oder etwa an ein Attentat. Zurück bleiben die Spuren des Todes. Bei Guy Bourdin (Abb. 4) verweist wie auf einem Polizeifoto eine Kreidezeichnung auf das Opfer. In dieser Werbeaufnahme von 1975 für Schuhe von Charles Jourdan lässt Bourdin die Leiche nur noch in ihren Konturen erscheinen. Relikte wie Schuhe und Sonnenbrille in kräftigem Pink verweisen auf die Modeträgerin. In der Mode und dem – hier nicht mehr existenten – Modekörper manifestieren sich die Spuren der vergehenden Zeit: Modefotografien sind Vanitas-Symbole. Sie bilden eine Weiterführung der barocken Beschwörung des Verfalls jedweder Eitelkeiten. Beispielhaft sind Cindy Shermans künstlerische Fotografien für eine Kampagne des Modelabels *Comme des Garçons* von



4 Guy Bourdin: Werbeaufnahme für Charles Jourdan, Frühjahr 1975. Aus: Marion de Beaupré u. a. (Hrsg.): *Archeology of elegance*, München 2002, S. 57.

1994<sup>29</sup>, in der Horror, Blut und Verwesung die Kategorie der Modeschönheit ersetzen. Während Sherman sich durch absolute Negation der Allegorisierung der weiblichen Schönheit verweigert, schreiben die meisten erwähnten Modefotografen die Tradition ihrer idealen Repräsentation fort.<sup>30</sup>

Die Verschmelzung von Tod und Mode ist keine Erfindung des späten 20. Jahrhunderts, wie noch im Katalog zur Ausstellung *Chic clicks* postuliert: „Im Zeitalter des postmodernen Bildes geht die Tendenz dahin, dass sich ein Schick-Bild in ein Schock-Bild verwandelt. So ist der Charme der Eleganz visuellen Fausthieben gewichen, die das harte Terrain von Gewalt, Tod und Sex erobert haben.“<sup>31</sup> Kulturphilosophisch und ästhetisch reichen diese Bildthemen ins 19. Jahrhundert zurück, sei es in den Vergänglichkeitsdiskursen jener Epoche oder im häufig verwendeten Motiv der schönen Frauenleiche wie Elisabeth Bronfens Untersuchung über die literarische und künstlerische Umsetzung vor Augen führte.<sup>32</sup> Interessant ist dabei die Thematisierung in einem kommerziellen Kontext, der jedoch auf progressive Auftraggeber und Printmedien mit adäquat aufgeschlossenem Zielpublikum angewiesen ist. So sind etwa für die Modemarken *Prada*, *Comme des Garçons* oder *Charles Jourdan*, ebenso wie für die avantgardistischen Magazine *Nova* und *The Face* und die französische *Vogue* die Erweiterung des modefotografischen Spektrums, die Dekonstruktion klassischer Idealbilder und das künst-



lerische Experiment signifikant.<sup>33</sup> Dagegen musste Izima Kaoru seine eigene Zeitschrift, *Zyappu*, gründen, um seine Modeserie zu publizieren.

Dabei fällt auf, dass die Modetoten nahezu ausschließlich Frauen sind.<sup>34</sup> Der weibliche Körper wird für die hier vorgestellten männlichen Künstler zur Projektionsfläche, das 'Weibliche' wird mit Mode verschmolzen, um den ureigenen Ängsten vor dem Unaussprechlichen eine Form zu geben.<sup>35</sup> In einer allegorischen Interpretation stehen die Frau und der weibliche tote Körper als Platzhalter für den Tod und die Mode; das Abstrakte wird somit sinnlich erfassbar.<sup>36</sup> Die artifizielle Darstellung des Todes, die durch ihren Kontext und die Publikation in einer Modezeitschrift immer Inszenierung bleibt, lässt Raum für Distanz – auch für die Rezipientinnen. Die noch erhaltene „Schönheit“ der Ermordeten versinnbildlicht auch die Reinventio der Mode, die in einem permanenten Selbsterneuerungsprozess begriffen ist. Und nicht nur die in den Fotografien thematisierte Mode ist ephemere, auch das Medium, in denen sie publiziert sind, kennzeichnet Vergänglichkeit. Spätestens beim Erscheinen der nächsten Nummer ist ein Modemagazin obsolet und wird in den meisten Fällen entsorgt. Damit sind die Modemordfotos im Moment ihres Abdruckes im doppelten Sinne Indiz von Endlichkeit.

- 1 „Ein Modefoto entsteht meistens als Auftragsarbeit und wird am kommerziellen Erfolg des dargestellten Produkts gemessen.“ Ulrich Lehmann: Einführung. In: *Chic clicks – Creativity and Commerce in Contemporary Fashion Photography* (Ausst.-Kat.), Institute of Contemporary Art, Boston/Fotomuseum, Winterthur 2002, Ostfildern-Ruit 2002, S. T5.
- 2 Elisabeth Bronfen: *Nur über ihre Leiche. Tod, Weiblichkeit und Ästhetik*. Würzburg 2004, S. 9.
- 3 Abb. in: Samuel Bourdin und Fernando Delgado: *Guy Bourdin. Exhibit A*. München 2001, Abb. 4.
- 4 Lipovetsky bezeichnet als „Rhetorik des Schick“ die Eigenart vieler Modefotografien, „die Arbeit renommierter Modeschöpfer zu illustrieren und mittels schmeichelhafter Posen und Situationen die Kleidsamkeit und Originalität der Kleidungsstücke zur Geltung zu bringen.“ Gilles Lipovetsky: *Modischer als die Mode*. In: *Chic clicks* (wie Anm. 1), S. T8-T11, hier: S. T8.
- 5 Giacomo Leopardi: *Dialog zwischen der Mode und dem Tod*. In: Ders.: *Gesänge, Dialoge und andere Lehrstücke*. Zibaldone. Zürich/Düsseldorf 1998, S. 288.
- 6 Ebd., S. 289.
- 7 Georg Simmel: *Philosophie der Mode*. In: Ders.: *Gesamtausgabe*. Bd. 10. Frankfurt am Main 1995, S. 9–37, hier: S. 16.
- 8 Ebd., S. 36–37.
- 9 Walter Benjamin: *Das Passagen-Werk*. Frankfurt am Main 1991, S. 111.
- 10 Ebd., S. 113.
- 11 Jean Baudrillard: *Der symbolische Tod und der Tausch*. München 1982, S. 133f.
- 12 Ebd., S. 134.
- 13 Vgl. Doris Kolesch: *Mode, Moderne und Kulturtheorie – eine schwierige Beziehung. Überlegungen zu Baudelaire, Simmel, Benjamin und Adorno*. In: Gertrud Lehnert (Hg.): *Mode, Weiblichkeit und Modernität*. Dortmund 1998, S. 20–46, hier: S. 37. Kolesch bezieht sich mit diesem Terminus vor allem auf die Ausführungen Walter Benjamins.

- 14 Susanne Boecker: Irgendwie möchte ja doch jeder das Gefühl haben, dass das mit dem eigenen Tod schon ganz in Ordnung war im nachhinein: Izima Kaoru – ein Gespräch. In: Kunstforum International, Bd. 157, 2001, S. 212–225, hier: S. 217.
- 15 Vgl. beispielsweise Lorenzo Bernini: Transverberation der Heiligen Theresia, 1646, Rom, Santa Maria della Vittoria.
- 16 Glen Luchford berichtet, dass sein Team mehrere Tage mit der richtigen filmgerechten Illumination beschäftigt war. Vgl. Glen Luchford in: Charlotte Cotton: Imperfect Beauty. The Making of Contemporary Fashion Photographs. London 2000, o. S.
- 17 Zum Begriff „mentales Bild“ vgl. Gilles Deleuze: Kino. Bd. 1. Das Bewegungs-Bild, Frankfurt am Main 2001.
- 18 Vgl. Kolesch (wie Anm. 13), S. 36f.
- 19 Lipovetsky nennt Sadomasochismus, Selbstbefriedigung, Homosexualität, Sodomie als Themen in der zeitgenössischen Modefotografie. Vgl. Lipovetsky (wie Anm. 4), S. T10.
- 20 Vgl. beispielsweise Rudolf Schlichter, George Grosz, René Magritte. Vgl. Kathrin Hoffmann-Curtius: George Grosz „John, der Frauenmörder“ (Ausst.-Kat.), Kunsthalle, Hamburg 1993.
- 21 Lisa Lovatt-Smith: Fashion images de mode. No. 3. Göttingen 1998, S. 158f.
- 22 Abb. in: Hoffmann-Curtius (wie Anm. 20), S. 19.
- 23 Vgl. dazu Olivier Zahm, der schreibt: „Von der Pornografie – das Wecken der Begierde nach dem Subjekt – übernimmt sie [die Mode] die Ritualisierung des sexuellen Verlangens, die Fetischisierung des Verhältnisses zum Körper, die Ästhetisierung des Geschlechtsaktes...“ Olivier Zahm: Über die entschiedene Wendung der Modefotografie, in: Chic clicks, (wie Anm. 1), S. T28–T35, hier: T31.
- 24 Benjamin (wie Anm. 9), S. 118.
- 25 Vgl. z. B. eine Aufnahme Bourdins für die Vogue 1977, die ein gefesselter Modell zeigt, das aus seinen Brustwarzen blutet. Abb. in: Bourdin (wie Anm. 3), Abb. 9.
- 26 Abb. in: Helmut Newton. Work (Ausst.-Kat.), Neue Nationalgalerie, Berlin 2001, S. 34.
- 27 Dabei können Körper und Körperhülle zu einem verschmelzen und Objekt der Begierde sein. Dies ist das Thema des Buches und Films *Das Schweigen der Lämmer*, in dem ein Serienmörder aus der Haut seiner weiblichen Opfer ein Kleidungsstück näht.
- 28 Abb. in: Martin Harrison: Appearances. Modephotographie seit 1945. München 1991, S. 296.
- 29 Abb. in: Chic clicks (wie Anm. 1), S. C 108ff.
- 30 Eine gute Analyse von Shermans Selbstinszenierungen und ihren Umgang mit stereotypen Rollenbildern liefert: Elisabeth Bronfen: Das andere Selbst der Einbildungskraft: Cindy Shermans hysterische Performance, in: Cindy Sherman. Photoarbeiten 1975–1995 (Ausst.-Kat.), Deichtorhallen Hamburg, München 1995, S. 13–26.
- 31 Lipovetsky (wie Anm. 4), S. T8.
- 32 Bronfen (wie Anm. 2).
- 33 Vgl. auch andere innovative Modefotografien für Miuccia Prada von Vanina Sorrenti (2002) und Mario Sorrenti (2000). Vgl. Terry Jones und Avril Mair (Hg.): Fashion now, Köln 2003, S. 374. Rei Kawakubo und ihr Modelabel *Comme des Garçons* zeichnen sich durch ungewöhnliche Entwürfe, Kampagnen und Modeschauen aus, die gängige Klischees unterlaufen und konterkarieren. Legendär ist ihre Kollektion „mit nichts als Beulen, Rücken, Hüften, Hintern und Oberschenkeln“, die „die Eitelkeit des weiblichen Körpers“ ironisierten. Vgl. France Grand: *Comme des Garçons*, München 1998, S. 13.
- 34 Eine seltene Ausnahme bildet Kaorus Fotosequenz des Todes von Motoki Masahiro von 1996. Abb. in: Boecker (wie Anm. 14), S. 220f.

- 35 Gleichzeitig wird die Gefahr der Identifikation minimiert, denn die Toten sind weiblich, folglich also die „anderen“. Über Guy Bourdin heißt es, für ihn „gab es keine Schönheit ohne ihre Komplizen Tod, Schmutz und Gelächter.“ Luc Sante: Vorwort, in: Bourdin (wie Anm. 3), o. S. Und Kaoru hofft mit seinen Mordinszenierungen Erinnerungen an ein längst aus Gesellschaft und Bewusstsein verdrängtes elementares Ereignis wachzurufen – das Sterben: „Mit meinen Modefotos möchte ich die Betrachter veranlassen, wieder über den Tod nachzudenken.“ Boecker (wie Anm. 14), S. 222.
- 36 Vgl. dazu die Diskussion um die allegorischen Zuweisungen des weiblichen Körpers in der Kunst. Eiblmayr zeigt Beispiele auf, in denen die Frau „Objekt des voyeuristischen Blicks“ wird, „aber es ist auch ihr Blick, der als Bedrohung inszeniert wird.“ Silvia Eiblmayr: Die Frau als Bild. Der weibliche Körper in der Kunst des 20. Jahrhunderts, Berlin 1993, S. 198. Vgl. auch Sigrid Schade, Monika Wagner, Sigrid Weigel (Hg.): Allegorien und Geschlechterdifferenz, Köln/Weimar/Wien 1994, die Zuschreibungen und Projektionen auf den Frauenkörper umfassend untersuchen.