

Spurensuche: Dressed for Success

Spiegel und Kleidung als Medien der Selbstinszenierung

Freitag Nacht, Berlin-Kreuzberg, auf dem Weg in eine Bar auf der Schlesischen Straße. Im Schaufenster einer Reinigung steht ein Spiegel - ein prüfender Blick: Sehe ich gut aus? Doch der Blick in den Spiegel verwirrt. Er trifft nicht auf meinen Körper, sondern auf ein Kleidungsstück, das vor dem Spiegel hängt. Es ist so arrangiert, das es meinen Körper verdeckt.. Der prüfende Blick wird auf die Kleidung gelenkt, die gereinigt und sorgsam geordnet ist.



Abb. 01

Mit dem Blick in den Spiegel und der Wahl der Kleidung findet alltäglich eine Selbstinszenierung statt, die gerade in ihrer Individualität durch ihre gesellschaftliche Vermittlung geprägt ist, durch die „Transmission“ (Debray 2004) von symbolischen Ordnungen, materiellen wie machtpolitischen Konditionen und Praktiken ihrer Umsetzung.

Augenblick und Spiegel

Zu Beginn der Moderne und am Ende der mittelalterlichen hierarchischen Ordo fängt der Einzelne an, sich als Individuum vor- und darzustellen. Die Fremdreferenz auf christliche Werte weicht zunehmend der Selbstreferenz. Doch aus dem eigenen Blickwinkel wird der Körper nur fragmentarisch, als Ausschnitt, als „corps morcelé“ (Lacan) wahrgenommen. „Das Auge ist einerseits abgetrennt von dem, was es sieht- den Körper; andererseits ist es untrennbar von dem, wie es sieht- als Körper.“ (Treusch- Dieter 2000, 256) Auch als externer Betrachter kann das Auge nicht seine Innen- Position verlassen, die es selbst als Körperteil zum gleichsam zerstückelten Auge macht. Zugleich überblendet und ausgeblendet, gleicht der Augen- Blick einem Möbiusband oder closed circuit, dessen Grenze von Innen- und Außen nicht eindeutig markiert ist, sondern an einer unbekanntem Schnittstelle ineinander übergeht. Lacan hat auf die analoge Struktur von Augenblick und modernem Subjekt hingewiesen. Um aus der Erfahrung der Zerschnittenheit zu einer Selbst-Gewissheit zu finden, folgen beide einem selbstreflexiven Muster: das Subjekt als Denkendes will sich selbst denken, so wie das Auge als Sehendes sich sehen will. (Lacan, 1980, I) Der closed circuit von Auge und Subjekt in ihrem Selbstbezug kann nur aufgebrochen werden von der Vorstellung her, der Stelle, die vor ihm und d.h. außerhalb seiner liegt. Das Selbst sieht sich als Einheit unter der Bedingung der Vorstellung, durch die es zum Objekt für das Auge wird. Das Imaginäre muss leisten, was vormals als Effekt religiös-mythischer Praktiken in den Körper eingeschrieben wurde: die Integration des Selbst.

Eine mögliche Vorstellung bildet das Assistenzbild, das einen anderen Körper als Ganzen darstellt. Vom Auge als äußerer Gegenstand betrachtet, wird es vom Selbst als ein Bild der eigenen Einheit wahrgenommen. So werden einige der frühen Selbstportraits, die in der Renaissance entstehen, mit Hilfe von Assistenzbildern gemalt, die noch religiöse Motive mit Darstellungen von Heiligen und Madonnen als Vorstellung für die eigenen Gesichtszüge zeigen. Der closed circuit des Selbstbezuges wird aufgebrochen, indem der Blick gegenüber einem anderen Objekt eine distinkte Außenposition einnimmt. Über die Vermittlung des so wahrgenommenen Bildes des anderen Körpers erfolgt der Rückbezug auf den eigenen Körper, der durch diese Assistenz von außen nun ebenfalls als ganzer Körper vorgestellt werden kann. „Der zerstückelte Körper findet seine Einheit im Bild des Anderen, das sein eigenes antizipiertes Bild ist.“ (Widmer 1990, 23ff)

Mit dem Einsatz des Spiegels als Bezugspunkt wird der (Augen-) Blick auf den eigenen Körper als Bild fest gehalten. Das Spiegelbild ist immer

wieder als geheimnisvoll empfunden worden und bildet den Gegenstand zahlreicher Mythen und Erzählungen. Charles Perrault (1628-1703) hat konstitutive Parameter des Spiegelbildes in der Figur des „Spiegelmenschen“ Orantes (Charles Perrault 1661, zitiert in: Mario Perniola 1990, 65ff) als barocke Metapher beschrieben: Orantes, der „Sehende“, gibt jedem, der ihm begegnet, ein getreues Bild seiner selbst, ohne es erinnern zu können. Mit „Begegnung“ ist zum einen die strukturell- räumliche Anordnung bezeichnet, durch die der Spiegel eine andere Position als die des Körpers einnimmt, die diesem äußerlich und vorgestellt ist; zum anderen ist auf den zeitlichen Moment hingewiesen, in dem der Blick dem Spiegel „begegnet“. Nur in diesem Augenblick vermittelt der Spiegel ein Bild, das er darüber hinaus nicht zu speichern vermag.

Physikalisch ist das Spiegelbild ein Lichtbild, für dessen Zustandekommen ebenfalls die räumliche Differenz von Körper und Spiegel grundlegend ist: es entsteht, wenn Licht auf einen Körper trifft und dabei seine Ausbreitung ändert. Körper und Spiegel müssen sich an verschiedenen Stellen befinden, damit es zu der notwendigen „Begegnung“ von Körper und Licht kommen kann. Der Spiegel funktioniert als das Bild des eigenen Körpers von einer Stelle aus, an der der Körper sich nicht befindet, sondern die ihm vorgestellt ist. So findet das Auge im Spiegel den externen Bezugspunkt, von dem aus es sich und den gesamten Körper sehen kann. „Im Spiegel sehe ich mich da, wo ich nicht bin...eine Art Schatten, der mir meine eigene Sichtbarkeit gibt, der mich erblicken lässt, wo ich abwesend bin: Utopie des Spiegels... ." (Foucault [1967] 1990, 39) Weil der eigene Körper im Spiegel „abwesend“ ist, kann dort der closed circuit, der ihn immer wieder als zerschnitten gefangen hält, durchbrochen und der Körper in der begehrten Ganzheit gesehen werden.

Der Spiegel zeigt den Körper in einer Gestalt, die außerhalb des Szenarios von Spiegel, Augenblick und Körper nicht wahrnehmbar ist. Platons Höhle und ihren Schatten vergleichbar, ist mit dem Spiegelszenario der Raum eröffnet, in dem der Körper im Zusammenspiel von Licht und Blick den Ort seiner Vorstellung findet. Le „stade du miroir“ (Lacan [1949] 1973a) bezeichnet vorrangig das strukturelle Arrangement, „(Kampf)-Stadion“ und erst dann die zeitliche Dimension, „Stadium“. auf die hier als eine Phase der Ontogenese nicht eingegangen wird. Denn es geht um die strukturelle Anordnung von Körper, Selbstbild und seiner Vermittlung im Spiegel. Das Szenario ordnet Positionen und Wirkungen an, die sich durch ihre Differenz zueinander bestimmen, aber weder eine Hierarchie von Ur- und Abbild noch eine Ersatzwelt begründen. Der Spiegel stellt keinen

illusorischen Körper her, sondern öffnet dem Körper den illusorischen Raum seiner Vorstellung.



Abb. 02 / 03

Der Spiegel als Medium

In der Anordnung von Körper, Augenblick und Spiegel ist der Spiegel mehr als ein bloßes Instrument, das die Präsentation eines „ready made“ Körpers transportiert, denn er leistet die produktive Wirkung des „make ready“, indem er die Bedingungen vorgibt, die überhaupt erst Praktiken der Vor- und Darstellung des Körpers als Selbstbild ermöglichen. Diese Wirkungsweise zeichnet den Spiegel als Medium aus.

„Medium“ meint hier zum einen die „Mitte“, von der aus jene Transmission ausgeht, die dem Vermittelten nicht äußerlich bleibt, sondern es grundlegend prägt, indem es die Bedingungen der Möglichkeit seiner Wahrnehmung und praktischen Performanz bereit stellt.

Historisch betrachtet, ist das Medienszenario anfänglich der rituelle Vollzug magischer und kultischer Praktiken: das Medium bildet die „Mitte“ zwischen Alltagswelt und einer spirituellen Sphäre. Der Austausch zwischen beiden mittels des Mediums ist eingebettet in das Erleben einer Transformation, die über eine rein instrumentelle Verteilung von Informationen hinausgeht. „Medien sind im herkömmlichen Sinn nicht einfach Übermittler von Botschaften, sondern Vermittler von spirituellen Kräften.“ (Matussek 2000, 179)

Im Kult wirkt der Priester als ein Medium, sofern er von einer ekstatischen Position aus Praktiken vollzieht, durch die er das menschliche instrumentelle Alltagshandeln überschreitet und einen Anteil am Göttlichen erfährt, der ihn als „Mittler“ und „Mitte“ zwischen Mensch und Götterwelt agieren lässt. Medien prägen mit ihrer Vermittlungsleistung das Welt- und Selbstverständnis, indem sie die Formen der Vorstellung und Wahrnehmung bereitstellen, durch die symbolischen Welten erst erfahrbar werden.

Ernst Cassirer ([1942] 2002, 25, zitiert in: Matussek 2000, S. 180) spricht von den „...eigentümlichen Medien, die der Mensch sich erschafft, um sich kraft ihrer von der Welt zu trennen und sich eben in dieser Trennung um so fester mit ihr zu verbinden.“ Medien werden als Artefakte in der Auseinandersetzung mit gegebenen Strukturen und Praktiken entwickelt. Sie setzen einen Schnitt in die tradierten Wahrnehmungs- und Erfahrungsmuster, so dass sie von der gewohnten Welt „trennen“ und zugleich „fester verbinden“, indem sie ein in ihr bislang nicht zugängliches Potential phänomenalisieren. Die sinnliche Wahrnehmung hat zu ihrer Bedingung stets ein vorgängiges Muster des Übertragens, die das Medium bereitstellt.

Das Übertragen kann als Transmission beschrieben werden, ein Vermitteln, das in seiner spezifischen „vorgängige(n) nicht-instrumentelle(n) Wendbarkeit“ (Tholen) im Ordnen des Faktischen den Blick eröffnet auf Mögliches: Transmission ist „Aufgabe“, „Verpflichtung“ (Debray 2004, 18), in der sich Technik und Kultur verbinden, um mit den Ermöglichungsbedingungen der Alltagserfahrungen zugleich das Potential ihrer Gestaltung freizulegen. Es geht um ein „Entbergen“, wie es Heidegger ([1947]1963, 13) der *Techné* zugeordnet hat, kein „Machen und Hantieren“, sondern ein „Her-vor-bringen“, ein „apparare“ oder „make ready“, das Aufdecken eines Potentials, für dessen Vorstellung und Wahrnehmung es die symbolischen Formen vorgibt. In dieser Wirkungsweise kann das Medium als „Spur“ beschrieben werden, die etwas zeigt, etwas zum Vorschein bringt. Diese Wirkung geht über die zweckrationale Optimierung oder instrumentelle, prothetische Erweiterung (McLuhan 1964) hinaus. „Apparate effektivieren nicht einfach das, was Menschen auch ohne Apparate schon tun, sondern erschließen etwas, für das es im menschlichen Tun kein Vorbild gibt.“ (Krämer [1998] 2000a, 83 ff)

Die Transmission des Selbstbildes im Spiegel ist eine gesellschaftlich-historische, kulturelle Praktik, die gebunden ist an technische Bedingungen und Geräte, auf die sie aber nicht reduziert werden kann. Die Spiegelung vermittelt erst als soziale Praktik das Selbstbild, indem sie über den technisch-physikalischen Vorgang hinaus die gesellschaftlich bedeutsamen symbolischen Formen für die Vorstellung des Selbst bereit stellt. Der Spiegel ist technischer Träger und immer auch „Handlungsträger“ (Debray 2004, 18), der die symbolische Ordnung von Sprache, sozialen Normen und machtpolitischen Konditionen als die Bedingung der Wahrnehmung und Vorstellung des zu Vermittelnden einschließt. So kann im Märchen der Spiegel sprechen, um die Frage nach der gesellschaftlichen Akzeptanz und machtpolitischen Bedeutung des Selbstbildes - „wer ist die Schönste im ganzen Land?“ zu beantworten.

Die aktuell gesellschaftlich bedeutsame Frage lautet: „Bin ich schön genug, um erfolgreich zu sein?“ Der Augenblick in den Spiegel will eine Antwort, die nicht nur bestätigt - „Das bin ich“- , sondern zugleich aufzeigt, ob man der gesellschaftlichen Vorstellung zu genügen vermag „Schön“ = „Erfolgreich“ = „Be- und Geliebt“. (Panfilov 2000; Zimmer 2002)

Die Spiegelung des Selbstbildes ist eingebunden in Praktiken einer zum Lifestyle gesteigerten Selbstinszenierung mit der Herausforderung, sich immer wieder neu zu entwerfen und dabei konform zu gehen mit den positiv sanktionierten Mustern, die Wohlstand, Glück und Erfolg verheißen. Auf die kulturellen Codierungen von Schönheit wird die Wirkmacht projiziert, soziale und persönliche Akzeptanz zu beeinflussen. Schönheit wird durch diese Implementierung einer Kraftwirkung zum Fetisch, dessen Magie (Böhme 2006, 188 ff) im Ritual des Blicks in den Spiegel beschworen wird.

Der Blick sucht im Spiegelbild die Spuren des „Dressed for success“ - im doppelten Sinn des zugerichtet und gekleidet für den Erfolg.



Abb. 04/ 05

Kleidung und Mode als Medium

Ein Kleidungsstück hat den Gebrauchswert, vor Einflüssen zu schützen, die den Körper gefährden oder verletzen können, wie Kälte, Hitze etc. aber auch vor den Blicken der Anderen. In dieser instrumentellen Nützlichkeit als Ding und Schutzhülle gegen die Außenwelt erschöpft sich Kleidung indes nicht. Kleidung ist zugleich eine kulturelle Praktik, die eine Hülle für die Außenwelt vermittelt. An der Kleidung als Medium haften die Spuren gesellschaftlicher Identität und des Ausdrucks von Individualität und Selbstwertgefühl.

Bis in die Neuzeit entsprechen die Kleiderregeln den starren Zuordnungen der gesellschaftlichen Machtpositionen und Rangordnungen. Kleidung markiert eindeutig den sozialen Status. (Svendsen 2006, 37) Je weniger die gesellschaftliche Position in der bürgerlichen Gesellschaft durch Tradition festgelegt ist, umso mehr nimmt die individuelle ästhetische Autonomie bei der Wahl der Kleidung zu. Die Kleidung entwickelt sich zum Medium der Selbstinszenierung des Individuums. Zunächst noch ein Privileg der bürgerlichen Klasse, wird die Kleidung durch die Massenproduktion seit dem 18./19. Jahrhundert auch für die Arbeiterklasse erschwinglicher und es setzt eine „Demokratisierung“ der Kleidungspraktiken über die Klassengrenzen hinaus ein, eine Durchmischung, „trickling down“, „up“ und „across“. (Svendsen 2006, 42f)

Zu der Individualisierung der Kleidung kommt ein weiteres signifikantes Merkmal hinzu: Kleidung wird zur Mode, die dem für die Moderne kennzeichnenden Reiz des Neuen folgt. Das Neue ist Selbstzweck, Motor

eines Prozesses, der keiner Begründung und keines Telos bedarf. Die modische Kleidung definiert sich durch die Differenz zum Alten und den schnellen Wechsel. (Svendsen 2006, 21ff) In vormodernen Gesellschaften gab es Möglichkeiten der persönlichen Dekoration, die aber keine Mode-Erscheinungen waren, sondern langlebige, über Generationen tradierte Formen des Körperschmucks, der Haartracht etc. Vom 16. Jh. an wird der Wechsel der Kleidung selbst zum Vergnügen, zunächst nur für die Reichen, und schließlich kann seit dem 18./19. Jahrhundert von Mode im heutigen Sinn gesprochen werden. (Svendsen 2006, 11ff)

Simmel ([1905] 1995) beschreibt Mode als eine Praktik, die dualistisch auf die beiden Pole der Nachahmung und der Absonderung bezogen ist: Mode will, indem sie sozial positiv sanktionierten Mustern der persönlichen Gestaltung und Attitude folgt, soziale Anerkennung sichern und zugleich individuelle Besonderheit ausdrücken. Mit den Merkmalen, zu schützen, individuell abzugrenzen und zugleich sozial zu integrieren, stellt Kleidung einige der Bedingungen für die Sorge um sich selbst (Foucault 1986, 53ff) bereit. In diesem Ensemble von Handlungsstrategien der Selbst(er-)findung markiert „Dressed for success“ die Formen, die zugleich soziale Akzeptanz versprechen. Wie der Blick in den Spiegel, gilt das Alltagsritual der Wahl der Kleidung dem erfolgreichen und anerkannten Selbst. Der Kleidung wird die Wirkmacht zugewiesen das „make ready“ hierfür zu liefern oder wie es volkstümlich heißt: „Kleider machen Leute“. Signifikant für diese Wirkung der Kleidung als Medium ist das Setzen von Differenzen. Kleidung verweist nicht auf substantiell begründete Bedingungen, sondern legt formale Spuren zur Differenzierung im sozialen Kontext und in diachroner Dimension. (Bolz 1998,198)

Die Kleidung bietet wie der Spiegel eine Oberfläche, eine Hülle, hinter der keine Natur, Substanz oder auch konstante Bedeutung verborgen wäre. Der Versuch von Barthes (1967), Mode systematisch als eine Sprache zu erfassen, zeigt, dass Mode semantisch codiert ist, aber mit wechselnden, kontextabhängigen Bedeutungen. (Svendson 2006, 71) Kleidung transportiert symbolische Ordnungen, gesellschaftliche Konditionen und Zuordnungen, die jeweils Differenzfelder organisieren, in denen es um „das Erlebnis von Grenze und Wechsel an sich“ (Bolz 1998, 198) geht.

Kleidung markiert z.B. die Grenze, männlich/weiblich. Das Beispiel der langen Hose zeigt, dass ihre Bedeutung in vergangener Zeit, vorwiegend eine männliche Kleidung zu sein, weder natürlich noch konstant ist. Vielmehr gewinnt die Hose diese Bedeutung erst, indem sie als Medium Handlungsträger der kulturellen Praktik des „doing gender“ ist, die die Hose als männlich bezeichnet. Inzwischen, i.e. seit Beginn des 20. Jh. und

in westlicher Kultur zeigt die lange Hose die Spur der Genderzuordnung des „Unisex“ und vermittelt eine der Möglichkeiten, die binäre Differenz männlich/weiblich im Alltag aufzubrechen. (Svendson 2006, 86f)

Für einen persönlichen Stil vermittelt Kleidung die symbolischen Bedingungen von Individualität und Selbstfindung, mit denen Differenzen und Grenzen im sozialen Kontext gezogen werden. Hierbei geht es oftmals nicht nur um eine bestimmte Kleidung, z.B. einen Anzug, sondern um eine bestimmte Herstellermarke, die das entscheidende Symbol persönlichen Stils und gesellschaftlicher Position vermittelt. (Svendson 2006, 118)

In diachroner Perspektive transportiert Kleidung das Zusammenspiel von Wiederholung und Neuem, das als „immer wieder neu“ keineswegs ein Paradoxon bezeichnet. Denn es geht nicht um die Kopie oder mechanisch-serielle Reproduktion eines ursprünglichen Zustands. (Strunk, s.A.) Es gibt keinen (wertenden) Unterschied zwischen einem erster und nachrangigen Mal. (Deleuze 1997, 366) Kleidung bewirkt ein „Spiel mit der Syntax der Kultur“ (Bolz 1998, 197), das die symbolischen Ordnungen als Bedingungen der Wahrnehmung des individuellen und gesellschaftlichen Selbst variiert. Diese Transmission kultureller Werte verläuft in möglichst kurzen Zyklen immer wieder neuer Moden, die das beständige Recycling vorangegangener Moden einschließen.

Die vergangene Mode wird wieder geholt, aber nicht als identische Kopie, sondern geprägt durch Differenzen in Zeit und Kontext. Eine besondere Form bildet Kleidung, die sich auf diese Differenz und ihre eigene Vergänglichkeit bezieht, indem sie Spuren angeblichen Gebrauchs vermittelt: Jeans, die sich von der Arbeitskleidung zum Unisex- und Massenprodukt entwickelt haben, das in fast jedem gesellschaftlichen Kontext akzeptiert ist, sollen Originalität und Authentizität durch ein abgetragenes Aussehen gewinnen. Obgleich die Löcher und Verschleißspuren in der industriellen Massenproduktion hergestellt werden, vermitteln sie einen ästhetischen Mehrwert für die Selbstinszenierung. „Originale tragen Originale“ lautete einer der Werbeslogans für Levis Jeans. (Chi 1998, 160) Das Tragen der verschlissenen Kleidung signalisiert nicht Armut, sondern die Gebrauchsspuren vermitteln in diesem Kontext die Symbole für Unabhängigkeit und Authentizität.

Spiegel und Kleidung : „Augenblicksgötter“

Im erneuten Blick auf das Spiegelszenario im Schaufenster der Reinigung löst sich die anfängliche Verwirrung auf. Die Anordnung von Spiegel und davor arrangierter Kleidung gibt vielmehr die Antwort, die mein prüfender Blick sucht. „Sehe ich gut aus?“ Was zunächst nur zu verhüllen schien, erweist sich als das Ensemble der Spuren, die die Bedingungen des „Dressed for Success“ zum Vorschein bringen. Schaufenster und Reinigung als Orte des Szenarios unterstützen diese Wirkung.



Abb. 06

Es ist der Augenblick, visuell wie temporär, der gleichermaßen Spiegel und Kleidung als Medien des Selbstinszenierung kennzeichnet. Beide bieten jeweils eine Oberfläche, deren Wahrnehmung im Augenblick die Bedingungen des „make ready“ erkennen lässt. Spiegel wie Kleidung zeigen sich als äußere Hüllen des Körpers, deren entscheidender Effekt für die Selbstinszenierung nicht ist, zu verbergen, sondern aufzuzeigen, sichtbar zu machen. Sehen, was als schön und was als angemessen gekleidet gilt, um dann selber so gesehen und erfolgreich im Blick der

Anderen bestätigt zu werden - in dieser Verschränkung mit dem Augenblick, in der Focussierung auf das Visuelle liegt die gemeinsame mediale Wirkkraft von Spiegel und Kleidung.

Das Schaufenster als der Ort des hier betrachteten Szenarios verstärkt diese Bedeutung des Visuellen für die Medien der Selbstinszenierung. Üblicherweise bietet das Schaufenster den Rahmen für die Präsentation der Mode, der aktuellen Bedingungen des „Dressed for success.“ Als Fenster fordert es den Augenblick heraus, sich auf die ausgestellte Kleidung zu richten. Das Anziehen als die gewohnte Praktik im Umgang mit Kleidung ist durch die Glasscheibe ausgeschlossen. Wie das Spiegelbild den Körper, den es zeigt, nicht greifen lässt, so ist hier auch die Kleidung nur ein visueller Reiz, der Begehren wecken soll. Am Ort des Schaufensters lässt die Mode eine Welt der Versprechen und Sehnsüchte hervortreten, die Walter Benjamin bereits zu Beginn des letzten Jahrhunderts anhand der Passagen in Paris beschrieben hat. Auch hier ist der rasche Wechsel und ein immer wieder Neues signifikant: Der Betrachter verweilt nicht lange, sondern „flaniert“ zum nächsten Schaufenster und die ausgestellte Kleidung wird in kurzen Abständen durch neue ersetzt.

Eine Reinigung wird mehr oder weniger regelmäßig aufgesucht, um an der Kleidung unerwünschte Gebrauchsspuren beseitigen zu lassen. In einer Schutzhülle verpackt und mit einem angehefteten Zettel versehen, sieht die Kleidung nach erfolgter Reinigung wieder fast wie neu aus. Sie taugt erneut zur täglichen Selbstinszenierung oder kann bis zu ihrem Recycling als Mode aufbewahrt werden. So unterstützt auch der Ort der Reinigung im beobachteten Szenario die Bedeutung des Augenblicks, des Visuellen und immer wieder Neuen für das „Dressed for Success“.

Spiegel und Kleidung sind „Augenblicksgötter“ (Bolz 1998, 197), deren mediale Wirkung flüchtig bleibt. Der Spiegel zeigt das Selbstbild nur „in situ“ und speichert es nicht über diesen Augenblick hinaus. Die am schnellen Wechsel der Moden orientierte Kleidung vermittelt gleichfalls den „Wert des Kürzesten.“ (Nietzsche, zitiert in Bolz 1998, 197) „Göttern“ gleich haben die Medien Spiegel und Kleidung eine Wirkungsmacht als Handlungsträger, die nicht in ihrer Materialität festzuhalten ist, sondern an die im alltäglichen Ritual der Selbstinszenierung immer wieder erneut appelliert werden muss.

Literatur

- Barthes, Roland (1967): *Système de la mode*, Paris, Éditions du Seuil
- Benjamin, Walter (1972-1989): *Gesammelte Schriften, Bd. V/1/2*, Unter Mitwirkung von T.W. Adorno u. G.Scholem, hrsg.v. R.Tiedemann u. H. Schweppenhäuser, Frankfurt/M., Suhrkamp,: *Das Passagen-Werk*, S. 1-1350
- Böhme, Hartmut (2006): *Fetischismus und Kultur. Eine andere Theorie der Moderne*, Reinbek bei Hamburg, Rowohlt
- Bolz, Norbert (1998): *Mode oder Trend? Ein Unterschied, der einen Unterschied macht*, in: *Kunstforum*, Bd.141, Juli - September 1998, S. 197-201
- Cassirer, Ernst ([1942] 2002): *Philosophie der symbolischen Formen. Zweiter Teil: Das mythische Denken*, hrsg. v. Birgit Recki, Text u. Anm. bearb. v. Claus Rosenkranz, Hamburg
- Debray, Régis (2004): *Der doppelte Körper des Mediums*, in: *sinn-haft*, Nr. 17, 2004, S. 14-29. Wien 2004; Originaltitel: *Le double corps du médium*. In : Debray, Régis (1997), *Transmettre*, Paris, Odile Jacob, S. 15-36
- Deleuze, Gilles (1997): *Differenz und Wiederholung*. München, 2. korr.Aufl., Fink
- Derrida, Jacques (1995): *Dissemination*. Wien
- Fabo, Sabine (1998) *Ephemeriden - Mode, Kunst, Medien. Strategien des Flüchtigen*, in: *Kunstforum*, Bd.141, Juli - September 1998, S. 162-172
- Foucault, Michel ([1967] 1990): *Typoskript zum Vortrag am Cercle d'Études architecturales, Paris 14.03.1967, dt. Andere Räume*, in: *Aisthesis, Wahrnehmung heute oder Perspektiven einer anderen Ästhetik*, p. 34-46, Leipzig, Reclam
- Foucault, Michel ([1984] 1986): *Histoire de la Sexualité, vol. 3, Le Souci de Soi*, Paris, ed. Gallimard ; dt : *Sexualität und Wahrheit 3, Die Sorge um Sich*, Frankfurt/M, Suhrkamp
- Heidegger, Martin ([1949] 1963): *Die Technik und die Kehre, Vortrag 01.12.1949, Club zu Bremen, erw. Fassung "Die Frage nach der Technik", 18.11.1955*, in: ders., *Vorträge und Aufsätze*, Pfullingen, 3.Aufl.1963, Neske, p. 9ff
- Krämer, Sybille ([1998] 2000a): *Das Medium als Spur und als Apparat*, in: dies. *Medien, Computer Realität*, 2.Aufl., Frankfurt/M, Suhrkamp, p. 73-94

- Lacan, Jacques ([1949] 1973a): *Das Spiegelstadium als Bildner der Ich-Funktion, wie sie uns in der psychoanalytischen Erfahrung erscheint*, Bericht 16. Internationaler Kongress für Psychoanalyse, Zürich, 17.07.1949, in: Lacan, Jacques (1973) *Schriften I*, Olten/ Freiburg, Walter p. 63 -70
- Lacan, Jacques (1980, I): *Das Seminar, Buch I*, Olten/ Freiburg, Walter
- McLuhan, Marshall (1964): *Understanding Media*, London, Routledge
- Matussek, Peter (2000): *Mediale Praktiken*, in: Hartmut Böhme u.a. (Hg.) *Orientierung Kulturwissenschaft. Was sie kann, was sie will*; Reinbek bei Hamburg, Rowohlt, S. 179-202
- Panfilov, Dimitrij (2000) *Interview*, in: die tageszeitung, Nr. 6310, 30.11.2000
- Perniola, Mario (1990): *Videokulturen als Spiegel*, in: Ars Electronica, (Hg) *Im Netz der System*, Berlin, Merve, p. 50-74
- Perrault, Charles (1661): *Der Spiegel oder die Metamorphose des Orantes*, s.l.
- Simmel, Georg ([1905] 1995): *Philosophie der Mode*, in: *Gesamtausgabe Bd. 10*, Frankfurt/M, Suhrkamp, p. 7-38
- Svendsen, Lars (2006): *Fashion. A Philosophy*, London, Reaktion Books
- Strunk, Marion (sine Anno): *Die Wiederholung*, <http://www.xcult.ch/strunk/wd/wiederholung.html> [18.05.2007]
- Treusch- Dieter, Gerburg (2000): *Auge und Ei, Konspekte einer Geschichte des Sehens*, in: Hans Belting / Dietmar Kamper (Hg). 2000, *Der zweite Blick, Bildgeschichte und Bildreflexion*, München, Fink, p. 253 - 262
- Widmer, Peter (1990): *Subversion des Begehrens. Jacques Lacan oder die zweite Revolution der Psychoanalyse*, Frankfurt/M, Fischer TB
- Zimmer, Alf (2002), *Interview*, in: P.M. History, Mai 2002

Abb. 01 bis Abb.06: Fotos © Jutta Franzen, Berlin