

A portrait of artist Cindy Sherman. She is wearing large, dark, tortoiseshell-rimmed glasses and has long, straight black hair. Her outfit consists of a vibrant green jacket with a gold and white paisley pattern, a matching patterned scarf, and a red and white beaded bracelet on her left wrist. The background is a blurred outdoor scene with a classical building on the left and a vintage car on the right. The image is framed by a decorative border of small, multi-colored squares.

*CINDY
SHERMAN*

**ANTI
FASHION**



CINDY **SHERMAN**

Alessandra Nappo

ANTI FASHION

Staatsgalerie Stuttgart

Sandstein Verlag

INHALT

CONTENTS

6

Christiane Lange
VORWORT
FOREWORD

Alessandra Nappo
MODE IM VERBORGENEN – CINDY SHERMANS
(ANTI-)MODEFOTOGRAFIEN
FASHION IN DISGUISE – CINDY SHERMAN'S
(ANTI-)FASHION PHOTOGRAPHS

40

Hanne Loreck
MODE MASKIEREN – WIE
CINDY SHERMAN MODELS INSZENIERT
MASQUERADING FASHION – HOW
CINDY SHERMAN PERFORMS MODELS

KATALOG CATALOG
mit Texten von with texts by
Katharina Massing

58

150 **WERKLISTE** LIST OF WORKS

AUSWAHL LITERATUR SELECTED BIBLIOGRAPHY

BILDNACHWEIS PHOTO CREDITS 165

IMPRESSUM IMPRINT
166

MODE

IM VERBORGENEN

CINDY SHERMANS

(ANTI-)MODEFOTOGRAFIEN

Alessandra Nappo

FASHION

IN DISGUISE

CINDY SHERMAN'S

(ANTI-)FASHION PHOTOGRAPHS

»Mir erscheint es langweilig, die typische Vorstellung von Schönheit zu verfolgen, weil es der einfachste und offensichtlichste Weg ist, die Welt zu betrachten. Die wahre Herausforderung ist es, einen Blick auf die andere Seite zu werfen.«¹

Cindy Sherman

Mode ist allgegenwärtig und Teil komplexer Spannungsverhältnisse zwischen Alltagsleben, Konsumkultur und Kunst. Cindy Sherman ist sich dieser fesselnden Dynamik und des Potenzials der Mode für ihre Arbeit durchaus bewusst, als sie Mitte der 1970er Jahre beginnt, die Mode selbst und deren Darstellung als ständige Quelle der Inspiration zu nutzen. Modebilder werden zum Ausgangspunkt für Shermans Auseinandersetzung mit der Konstruktion und Verbreitung von Stereotypen und gesellschaftlichen Codes sowie mit Aspekten von Identität, Gender, Altern und Geschlecht. Seit knapp 50 Jahren arbeitet Sherman ausschließlich als ihr eigenes Modell und inszeniert sich in ihren fotografischen Porträts in mehr als 600 unterschiedlichen Rollen, die uns zuweilen von bizarren Fashion Victims erzählen. Allerdings fällt die Mode selbst Shermans Werk zum Opfer. Die Faszination der Künstlerin für die Modewelt geht einher mit einer subversiven Haltung gegenüber dem, was sie repräsentiert. Durch Humor und Provokation werden ihre Bilder zu Parodien der Modefotografie: Sie vermitteln nicht den Glamour, den Sexappeal oder die Eleganz, die gemeinhin mit Mode assoziiert und von Modezeitschriften verbreitet werden. Stattdessen zeigen ihre Werke Charaktere, die alles andere als begehrenswert sind und damit allen Konventionen von Haute Couture und den üblichen Idealvorstellungen von Schönheit widersprechen. Das Thema Mode, das sich wie ein roter Faden durch ihr Gesamtwerk zieht, wurde in Ausstellungen und im wissenschaftlichen Diskurs bisher jedoch vernachlässigt oder nur marginal behandelt.

Damit zielen die Ausstellung *Cindy Sherman – Anti-Fashion* und ihre begleitende Publikation darauf ab, das Werk der US-amerikanischen Künstlerin aus einer neuen Perspektive zu beleuchten. Ausgehend von den frühen Arbeiten aus den 1970er Jahren (*Doll Clothes, Cover Girls*) über die provokanten Fashion-Serien der 1980er und 1990er Jahre sowie

«It seems boring to me to pursue the typical idea of beauty, because that is the easiest and the most obvious way to see the world. It's more challenging to look at the other side.»¹

Cindy Sherman

Fashion is ubiquitous and forms an integral part of the complex interplay between everyday life, consumer culture, and art. Fascinated by this dynamic, Cindy Sherman recognized the potential of fashion for her work very early on, in the mid-1970s, and began to draw on fashion and its presentation as an abiding source of inspiration. Fashion images became the starting point for Sherman's exploration of the way stereotypes and social codes are constructed and disseminated, and for her ongoing engagement with aspects of identity, aging, and gender. For nearly 50 years, Sherman has been working as her own model, staging herself in her fictionalized photographic portraits in more than 600 different roles, many of which show her in the guise of bizarre fashion victims. Fashion itself does not escape unscathed either; the artist's fascination with the fashion world goes hand in hand with a subversive attitude toward all that it stands for. Humorous and provocative, her images are parodies of commercial fashion photography: they do not convey the glamour, sex appeal, or elegance commonly associated with high fashion and touted by glossy magazines. Instead, Sherman's works showcase characters who are far from desirable and who run counter to the conventions of haute couture and the prevailing ideals of beauty. Despite all this, exhibitions and scholarly discourse have tended to neglect the central role of fashion in the artist's work or have addressed it only in passing.

The exhibition *Cindy Sherman – Anti-Fashion* and the publication accompanying it set out to look at the work of the US artist from a fresh perspective. Opening with the early works from the 1970s (*Doll Clothes, Cover Girls*), moving on to the provocative fashion series of the 1980s and 1990s and the follow-up projects (*Clowns, Balenciaga, Landscapes, Harper's Bazaar's "Project Twirl"*), to the most recent works (*Men*), the exhibition is the first to examine Sherman's oeuvre through the prism of fashion.

die Folgeprojekte (*Clowns, Balenciaga, Landscapes, Harper's Bazaars »Project Twirl«*) bis hin zu den Arbeiten der jüngsten Zeit (*Men*) wird Sherman's Fotografie zum ersten Mal gezielt unter dem Aspekt der Mode betrachtet.

(ANTI-)FASHION-SERIEN: ÜBERTREIBUNG, MASKERADE, GROTESKE

Die anziehende Wirkung, die Mode auf das Werk Cindy Sherman's ausübt, lässt sich bereits in ihren frühen Werken Mitte der 1970er Jahre nachvollziehen. Damals studiert sie am Buffalo State College in New York und setzt sich mit den vielfältigen künstlerischen Techniken der konzeptuellen Kunstszene auseinander: Künstlerinnen und Künstler wie Vito Acconci, Eleanor Antin, Hannah Wilke, Adrian Piper und Lynda Benglis arbeiten mit unterschiedlichen Ausdrucksformen wie Fotografie, Film, Video, Installation, Aktion und Performance und spielen eine wesentliche Rolle für die Weiterentwicklung der noch jungen Sherman. Dies bezeugt der performative Ansatz ihres 1975 entstandenen 16-mm-Films *Doll Clothes*, in welchem die Künstlerin als miniaturartige Papierpuppe erscheint (s. Abb. auf S. 62). Das Werk ist von ihrer Teenagerzeit inspiriert, als sie Zeichnungen ihrer Kleidung anfertigte und diese jeden Sonntagabend nutzte, um ihre Schuloutfits für die kommende Woche zu entwerfen. Der Schwarz-Weiß-Film thematisiert den Akt des Sich-Bekleidens als Geste der Verwandlung ebenso wie als Dispositiv der Rebellion und Befreiung, um Anonymität und Konformität zu entfliehen. Nachdem die beinahe nackte Puppe aus ihrer Plastikhülle lebendig herausgesprungen ist und sich aus einer Fülle von Kleidern ein Outfit ausgesucht und sich angezogen hat, wird ihre bewundernde Betrachtung vor einem Spiegel durch den Eingriff einer übergroßen Menschenhand jäh unterbrochen. Die bedrohlich wirkende Hand entkleidet die Puppe und zwingt sie – wieder nackt und erstarrt – zurück in ihre enge Plastikhülle. Gleichsam als Verkörperung von gesellschaftlichen Zwängen einer repressiven Kultur² lässt sich die Hand als Sinnbild strenger Vereinheitlichung und Kategorisierung lesen, die keine Andersartigkeit zulässt. *Doll Clothes* erzählt die Geschichte eines Scheiterns, nämlich der verpassten Chance, mithilfe bestimmter Kleidung

(ANTI-)FASHION SERIES: EXAGGERATION, MASQUERADE, GROTESQUE

Cindy Sherman's artistic interest in fashion is already evident in her early works of the mid-1970s. At that time, she was still studying at Buffalo State College in New York state, where she explored the various techniques of an art scene dominated by conceptualism. Artists such as Vito Acconci, Eleanor Antin, Hannah Wilke, Adrian Piper, and Lynda Benglis worked with a wide range of different media – among them photography, film, video, installation, action, and performance – and played an important role in the development of the young Sherman's creative practice. Their influence can be seen in the performative approach of her 1975 16mm-film *Doll Clothes*, in which the artist appears as a miniature paper doll (see fig. on p. 62). The work is inspired by her teenage years, when she used to make drawings of her clothes and arrange them every Sunday evening to put together her school outfits for the coming week. The black-and-white film casts the simple act of dressing not only as a gesture of transformation but also as a means of rebellion and liberation that offers an escape from anonymity and conformity. The doll, a cut-out of Sherman in her underwear, comes to life and clambers out of its plastic sleeve to choose and put on an outfit from a selection of clothes. However, its moment of contemplating its reflection in a mirror is brought to an abrupt end by the intervention of a pair of human hands. The ominous-looking hands undress the doll and force it – once again near-naked and motionless – back into the confinement of its neatly labeled plastic sleeve. The hands can be read as the embodiment of the social constraints of a repressive culture² and as a symbol of strict standardization and categorization that does not allow for alterity. *Doll Clothes* tells the story of a failure, namely the missed opportunity to use certain kinds of clothing to deconstruct established notions of identity and gender and to achieve emancipation. *Doll Clothes* is the first work in which Sherman acknowledges the power of fashion by pointing out how clothing and costume can contribute to the appreciation of difference and individuality, but also to processes of leveling and standardization.

konsolidierte Identitäts- und Geschlechtervorstellungen zu dekonstruieren sowie Emanzipation zu erreichen. So reflektiert Sherman in *Doll Clothes* erstmals die Macht der Mode, indem sie darauf hinweist, wie Kleidung und Verkleidung sowohl zur Aufwertung von Differenz und Individualität als auch gegensätzlich zu Normierungsprozessen beitragen können.

Sherman's Interesse für die Modewelt zeigt sich auch in den wenig später entstandenen Arbeiten *Cover Girls* (1975/2011), die als Reflexion über stereotype Darstellungen von Weiblichkeit fungieren. Jedes der fünf *Cover Girl*-Werke umfasst drei Fotografien (s. Abb. auf S. 64–65): Die erste Aufnahme zeigt jeweils das Originalcover der Modemagazine *Vogue*, *Cosmopolitan*, *Mademoiselle*, *Family Circle* und *Redbook*, auf denen attraktive Models abgebildet sind. In der zweiten Aufnahme ersetzt Sherman das Gesicht des Models durch ihr eigenes: Stark geschminkt sieht sie dem Original verblüffend ähnlich. In der dritten Arbeit hingegen mokiert sie sich mit ihrem Ausdruck über die Ernsthaftigkeit der Modelle: Ihre Gesichtszüge sind so verfremdet – geradezu verzerrt –, dass sie ins Groteske kippen. Der kritische Ansatz dieser sogenannten »mock covers«,³ die damals gängige Schönheitsnormen infrage stellten, lässt sich eindeutig aus den Worten der Künstlerin schlussfolgern: »Ich wollte eine Parodie oder Verulkung machen, bei der auch ein wenig Ärger mitschwingt.«⁴ Im Rahmen dieser kritischen Auseinandersetzung mit den Modellen zielt Sherman auf eine subtile Reflexion über etablierte Sehgewohnheiten und Rollenbilder in der Modewelt ab. Parallel beleuchtet das Werk die Ambivalenz der Figur des Models, das zwischen Perfektion und Mangel, Abstraktion und Realität oszilliert. Bereits 1967 definiert Roland Barthes in seinem Buch *Système de la mode* das Covergirl als »seltenes Paradox«:⁵ Den normativen Schönheitsidealen unserer Gesellschaft entsprechend, wird der Körper der Modelle auf seine »reine Form« reduziert beziehungsweise stereotypisiert. Gleichzeitig verfügt aber auch dieser idealisierte Körper über individuelle Züge, die ihn als einzigartigen Körper wirken lassen.

Eine radikale Infragestellung von modespezifischen Gewohnheiten und normativen Idealbildern erfolgt bei Sherman schon in den frühen 1980er Jahren, als die Künstlerin erste Aufträge von der

Sherman's interest in the fashion world is also evident in a group of works she produced a little later: The series *Cover Girls* (1975/2011) can be read as a reflection on stereotypical representations of femininity. Each of the five *Cover Girl* works consists of three photographs (see figs. on pp. 64–65). In each triptych, the first photograph shows the original cover of a glossy fashion magazine – *Vogue*, *Cosmopolitan*, *Mademoiselle*, *Family Circle*, and *Redbook* – and features an attractive model. In the second shot, the model's face is replaced with that of Sherman, carefully made up to strike an uncannily close resemblance to the original. In the third, the artist retains the impersonation but mocks the seriousness of the model by allowing her facial expression to shift to the point of grotesque distortion. The critical stance of these "mock covers,"³ which challenged prevailing notions of beauty, is underscored by the artist's explanation that "the idea was parody or making fun – with a little bit of anger in there."⁴ By engaging critically with cover models, Sherman sought to interrogate the way the fashion world informs our viewing habits and perception of the role of women. At the same time, the work sheds light on the ambiguous figure of the model, torn between flawlessness and imperfection, abstraction and reality. As early as 1967, in his book *Système de la mode*, Roland Barthes defined the cover girl as a "rare paradox."⁵ In keeping with the normative beauty ideals of our society, we reduce or stereotype the model's body to its "pure form." At the same time, however, even this idealized body has individual traits that make it unique.

It was in the early 1980s, when Sherman started receiving commissions from the fashion industry, that she began to radically question fashion-driven behaviors and narrowly prescriptive ideals. Her first patron was New York boutique-owner Dianne Benson, who commissioned Sherman in 1983 to produce advertisements for clothes from edgy high-end fashion houses such as Jean Paul Gaultier, Comme des Garçons, and Issey Miyake, which were subsequently published in the March and June issues of *Interview* magazine (see figs. on pp. 74–75). Instead of simply showcasing the garments, Sherman chose to focus on the relationship



1
Cindy Sherman,
Untitled #131, 1983,
89 × 41,9 cm, chromo-
gener Farbabzug
Cindy Sherman,
Untitled #131, 1983,
89 × 41,9 cm, chromo-
genic color print

between her assumed female characters and the designer clothes. Gestures, poses, and moods seem divested of their usual function of foregrounding the outfits. Compared to traditional fashion photography, everything here seems excessive, vulgar, strange: inelegant poses, disheveled hair, smudged makeup, wan complexions, and pronounced rings under the eyes (*Untitled #122*, see fig. on p. 71). One of the photographs shows Sherman wearing a corset by Jean Paul Gaultier and posing in front of a tawdry floral cloth backdrop (*Untitled #131*, fig. 1). Trying to look pretty and sexy, the character comes across as desperately gauche rather than attractive. Her slight frame fails to fill the outfit, which was obviously designed for a larger bust, and she awkwardly places her hands over her private parts – either to maliciously direct our voyeuristic gaze or chastely hide from it. With sly irony, Sherman alludes to the needy passivity and demureness traditionally expected of female figures – a role that pop star Madonna was to overturn completely a few years later when she wore this very Gaultier corset during her provocative *Blonde Ambition Tour* in 1990 (fig. 2).⁶

Although Sherman's ads for Benson had met with mixed reviews, in 1984 the artist received a commission from the French fashion house Dorothée Bis for *Vogue Paris*.⁷ Whereas for Benson Sherman had simply wanted to produce "something out of the ordinary,"⁸ in this new series she set out "to shock."⁹ The resulting photographs are indeed more extreme. They show off-putting characters with scars, wrinkles, bruises, and bloodstains (*Untitled #133*, *Untitled #132*, see figs. on pp. 77, 80) and conjure an alarming and somber atmosphere. The artist herself explained, "I wanted to make really ugly pictures" and "do something to rip open the French fashion world."¹⁰ The characters seem depressed and suicidal; they look like grotesque caricatures that are suggestive of a wide range of emotions and clinical conditions (*Untitled #137*, fig. 3, *Untitled #138*, see fig. on p. 81).¹¹ Not surprisingly, Sherman's defiantly idiosyncratic images were rejected by the magazine and remained unpublished. The fashion world was evidently not yet ready to break with its long-standing high-gloss conventions.

Modebranche erhält. Zunächst ist es die New Yorker Boutiquebesitzerin Dianne Benson, die Sherman 1983 beauftragt, Kleider von renommierten High-Fashion-Modehäusern wie Jean Paul Gaultier, Comme des Garçons und Issey Miyake für die März- und Juni-Ausgabe der Zeitschrift *Interview* zu bewerben (s. Abb. auf S. 74–75). Statt nur die Kleidungsstücke zu inszenieren, stellt Sherman das Verhältnis der Frauen zu den Kleidern in den Mittelpunkt ihrer Serie: Gesten, Körperhaltungen und Stimmungen scheinen sich hier ihrer üblichen Funktion als Inszenierungsmittel der Kleider zu widersetzen. Im Vergleich zu den traditionellen Fashionbildern wirkt hier alles exzessiv, vulgär, seltsam: unelegante Posen, zerzauste Haare, verschmiertes Make-up, blasse Gesichter und ausgeprägte Augenringe (*Untitled #122*, s. Abb. auf S. 71). Zu dieser Gruppe gehört auch das Foto, auf dem Sherman mit einem Korsett von Jean Paul Gaultier bekleidet vor einem Stoffbehang mit Blumenmuster posiert (*Untitled #131*, Abb. 1). Gerade aufgrund ihres krampfhaften Versuchs, hübsch und sexy auszusehen, erscheint die Protagonistin eher linkisch als attraktiv. Sie strengt sich an, in das offensichtlich zu groß für ihre Brust entworfene Kleidungsstück zu passen, und positioniert ihre Hände ungeschickt vor ihrer Scham, als ob sie unseren voyeuristischen Blick maliziös einfangen oder sich keusch vor ihm verstecken wolle. Mit subtiler Ironie spielt Sherman hier noch auf eine Passivität und Zurückhaltung von weiblichen Figuren an, was der Popstar Madonna einige Jahre später völlig umstürzt, als sie eben dieses Gaultier-Korsett während ihres provokanten Auftritts für die *Blonde Ambition Tour* 1990 trägt (Abb. 2).⁶

Nach der kontroversen Rezeption der Werbeaufnahmen für Benson folgt 1984 ein zweiter Auftrag des französischen Modehauses Dorothée Bis⁷ für *Vogue Paris*. Während Sherman für Benson nur »etwas außerhalb des Gewöhnlichen«⁸ konzipieren wollte, geht es ihr in dieser neuen Serie darum, »zu schockieren«.⁹ Die entstandenen Aufnahmen sind tatsächlich extremer: Sie zeigen abstoßende Figuren mit Narben, Falten und blutigen Flecken (*Untitled #133*, *Untitled #132*, s. Abb. auf S. 77, 80) und erzeugen eine beängstigende und düstere Atmosphäre. Wie die Künstlerin selbst erinnert: »Ich wollte richtig hässliche Bilder machen« und »etwas tun, um die

Madonna: *Blonde Ambition Tour*. Sie trägt ein konisches Korsett von Jean Paul Gaultier. Feyenoord Stadion – De Kuip – Rotterdam – Holland – 24. 7. 1990
Foto gie Knaeps
Madonna: *Blonde Ambition Tour*. She is wearing a Jean Paul Gaultier conical bra corset. Feyenoord Stadion – De Kuip – Rotterdam – Holland – 07/24/1990
Photo gie Knaeps



Vogue Paris was not an isolated case. *Untitled* of 1990–1991 [Cosmo Cover Girl] is another provocative image that overstepped the limits of acceptability at the time, at least as far as the commissioning editors were concerned (see fig. on p. 90). Intended for the cover of *Cosmopolitan*, it was roundly rejected by the publisher. It shows the artist in the guise of a pregnant woman with exaggerated makeup, a come-hither look, and a wet, ripped blouse that fails to conceal her engorged fake breasts and bulging belly. Her grotesque appearance, which satirized hitherto sacrosanct ideas of motherhood, beauty, and elegance, was considered too disturbing.

Two years later, Sherman was commissioned to illustrate an article for the American edition of *Harper's Bazaar* (see figs. on pp. 94–95). For this she staged herself in clothes from the spring collections of Christian Dior, Jean Paul Gaultier, John Galliano, Dolce & Gabbana, Calvin Klein, and Vivienne Westwood. The artist took the commission as an opportunity to conceive a fresh set of bizarre characters, whose fanciful theatricality conjured a less somber atmosphere than her

MODE MASKIEREN WIE CINDY SHERMAN MODELS INSZENIERT

Hanne Loreck

MASQUERADING FASHION HOW CINDY SHERMAN PERFORMS MODELS

1928 erscheint Virginia Woolfs Roman *Orlando*. In diesem »Schlüssel­märchen der Oberschicht«¹ lässt die Autorin ihre Romanfigur nicht nur knapp vier Jahrhunderte und unterschiedliche soziale Milieus, sondern auch die traditionellen zwei Geschlechter durchleben – dass Orlando dabei nicht altert, fällt übrigens kaum auf. Gesellschaftlich zugewiesene Geschlechterrollen, scheinbar selbstverständliche Privilegien, nicht-hinterfragte Rituale, einengende Zwänge, tradierte Moralvorstellungen und verwirrende Ge- und Verbote sind sein/ihr Thema. Orlando verkörpert sie einerseits, bringt sie andererseits aber auch zur Aufführung. Dafür wägt Woolf die Rolle der Kleidung ab, nachdem sie ihren Protagonisten beziehungsweise ihre Protagonistin bereits im ersten Satz seiner/ihrer Biografie zwischen Geschlechtsidentität und Kostüm eingeführt hat: »Er – denn an seinem Geschlecht konnte kein Zweifel bestehen, selbst wenn die Mode der Zeit dazu beitrug, es zu verbergen.«² Und Woolf ergänzt an anderer Stelle: »Somit spricht nicht wenig für die Ansicht, dass die Kleider uns tragen und nicht etwa wir sie; wir mögen ihnen die Form von Arm oder Brust verleihen, sie aber formen unsere Herzen, unsere Hirne, unsere Zungen nach eigenem Ermessen. [...] Die Geschlechter unterscheiden sich zwar voneinander, doch sie vermischen sich. In jedem Menschen ereignet sich das Schwanken zwischen den Geschlechtern, und oft erhalten nur die Kleider das männliche oder weibliche Aussehen aufrecht, indes das Geschlecht unter ihnen genau das Gegenteil dessen ist, was das Äußere vorgibt.«³ Kurz gefasst gleichen Orlandos Ichs einer »Kollektion von Kostümen und Rollen«.⁴ Im Jahr darauf, 1929, und bis heute relevant, stellt die britische Psychoanalytikerin und Übersetzerin von Sigmund Freuds Schriften, Joan Riviere, die These auf, Weiblichkeit sei Maskerade.⁵ Damals wenig beachtet, löst sich die Theoretikerin schon zu Freuds Lebzeiten von jeder organisch-anatomisch fixierten Geschlechtsbestimmung der Frau und erklärt Weiblichkeit zur relationalen Attitüde: Weiblich gebe ich mich in besonderem Maße, will ich als Intellektuelle gehört und für den vermeintlichen Übergriff auf die traditionell männlich verstandene Domäne von Wissenschaft und Forschung nicht bestraft werden. Riviere dürfte übrigens einiges von Kleidern verstanden

Virginia Woolf's novel *Orlando* was published in 1928. The titular protagonist of this "upper-class fairy tale à clef"¹ lives through four centuries, inhabiting not only different social milieus but also both traditional genders. As readers, we barely notice that Orlando hardly ages over the course of the novel. Socially assigned gender roles, privileges seemingly acquired as a birthright, unquestioned rituals, restrictions and constraints, traditional moral values, and confusing rules and prohibitions are Woolf's theme. Her character Orlando embodies and performs them in equal measure. To this end, Woolf ponders the role of clothing, introducing her protagonist in the very first sentence of their biography as vacillating between gender identity and costume: "He – for there could be no doubt of his sex, though the fashion of the time did something to disguise it."² Elsewhere Woolf adds, "There is much to support the view that it is clothes that wear us and not we them; we may make them take the mould of arm or breast, but they mould our hearts, our brains, our tongues to their liking. [...] Different though the sexes are, they intermix. In every human being a vacillation from one sex to the other takes place, and often it is only the clothes that keep the male or female likeness, while underneath the sex is the very opposite of what is above."³ In short, Orlando's selves resemble a "set of costumes and roles."⁴ In 1929, one year after the publication of *Orlando*, the British psychoanalyst and translator of Sigmund Freud's writings, Joan Riviere, posited that femininity was masquerade, a defensive mask that is put on to hide supposedly masculine qualities.⁵ Little noticed at the time, the theorist distanced herself from all organic or anatomical definitions of women's gender and declared femininity to be a relational attitude, a performance that effectively announced: *I present myself in a particularly feminine way if I want to be heard as an intellectual and not punished for encroaching on the traditionally male domains of science and learning.* (It may be of interest to note that Riviere is likely to have known a thing or two about clothing, having trained as a dressmaker and worked as a court dressmaker before she began to engage with Sigmund Freud's writings.)

haben, hatte sie doch vor ihrer Auseinandersetzung mit Sigmund Freuds neuer Theorie eine Ausbildung zur Schneiderin gemacht und Schneidern praktiziert.

Cindy Shermans Werk ist ohne Kostüme und Rollen gar nicht denkbar. Während Orlando freilich seine/ihre Geschichte lebt, die Zeiten erlebt und immer eine Geschichte vor und eine hinter sich hat, erleben wir seit nunmehr fast einem halben Jahrhundert Cindy Shermans Figuren,⁶ eine nach der anderen, inzwischen Hunderte an der Zahl. Doch obwohl es sich um jeweils in sich abgeschlossene Inszenierungen handelt, bleibt eine Figur meistens dennoch kein Einzelphänomen. Sie findet sich wieder in einer thematisch verschlagworteten Serie: in den schwarz-weißen und bis heute ikonischen *Untitled Film Stills* (1977–1980), den *Rear-Screen Projections* (1980) und den *Centerfolds* (1981), nimmt in den *History Portraits* (1988–1990) Frauen- und Männergestalt an oder wird bei den *Sex Pictures* (1992) von Pornografie zitierenden Prothesenkonglomeraten ersetzt, um nur einige der Themencluster zu nennen. Im 21. Jahrhundert befindet sie sich in Gesellschaft der *Clowns* (2003–2004), unter den *Society Portraits* (2008), teilt mit anderen einen mehr oder weniger melancholisch anmutenden landschaftlichen Hintergrund (*Landscapes*, 2010–2012) oder kann sich zu den *Flappers* (2016–2018) zählen.

Inszenierungen, die explizit mit Mode zu tun haben, bilden insofern eine Ausnahme, als sie zu unterschiedlichen Zeitpunkten Cindy Shermans Werk punktieren. Dann triggern Brands oder Labels die Posen der Künstlerin, und Haute Couture und Luxusindustrie sind zunächst einmal Kult. Neben den Aufträgen von High-End-Modegeschäften (Dianne B[enson], 1983) und Modehäusern (u. a. Dorothee Bis, Balenciaga, Chanel) suchen Modezeitschriften die Kooperation (*British Vogue* 2003, *Harper's Bazaar* 1993 und 2016, *Vogue Paris* 2007⁷), und manchmal geht auch das eine in das andere über. Kommerzielle Werbekampagnen wie die für *Comme des Garçons* (1994)⁸ und für Make-up von MAC, 2011, entstehen (s. Abb. 8 auf S. 28). Mit Marc Jacobs inszeniert sie 2005 ein Lookbook⁹ (s. Abb. 7 auf S. 25). Eine Messenger Bag für Louis Vuitton (2014) verwendet »Cindy Shermans« als Reisesouvenir quer über das klassische Vuitton-

Cindy Sherman's work is unthinkable without costumes and role-play. But while Orlando lives history/herstory, experiences the passing of some 350 years, and is forever emerging from one story only to plunge headlong into the next, for almost half a century, we have been experiencing Cindy Sherman's characters,⁶ by now numbering in the hundreds, in succession, one at a time. And although each of them is a self-contained production, the individual characters tend not to remain isolated creations. Instead, they form part of thematically linked series such as the iconic black-and-white *Untitled Film Stills* (1977–1980), the *Rear-Screen Projections* (1980), and the *Centerfolds* (1981); they slip into male and female roles in the *History Portraits* (1988–1990) or are replaced by mock-pornographic prosthetic conglomerates in the *Sex Pictures* (1992), to name just a few of Sherman's themed suites of work. In the 21st century, they find themselves in the company of *Clowns* (2003–2004) or the subject of *Society Portraits* (2008); they inhabit hauntingly melancholic wastelands (*Landscapes*, 2010–2012), or mingle with the *Flappers* (2016–2018).

Works that deal explicitly with fashion remain exceptions, but they do punctuate Cindy Sherman's oeuvre at distinct points in time. In posing for these fashion-related works, the artist takes her cue from certain brands or labels, and in the characters' world the cult status of haute couture and the luxury fashion industry is a given. Further to commissions from high-end fashion stores (Dianne B[enson], 1983) and fashion houses (Dorothee Bis, Balenciaga, Chanel, among others), fashion magazines have also sought to engage Sherman for collaborations (*British Vogue*, 2003; *Harper's Bazaar*, 1993 and 2016; *Vogue Paris*, 2007⁷) – and often one type of project has morphed into the other. Sometimes such collaborations have led to ad campaigns, such as those for *Comme des Garçons* (1994)⁸ and for MAC (2011; see fig. 8 on p. 28). With Marc Jacobs, she produced a lookbook⁹ in 2005 (see fig. 7 on p. 25). A messenger bag for Louis Vuitton (2014) features several "Cindy Shermans" (reproductions of some of her best-known images), made to appear like vintage travel stickers and affixed, in mock slapdash style,

Ornament geklebt, und 2018 druckt das japanische Label Undercover Porträts aus der Serie der schwarz-weißen *Untitled Film Stills* (1977–1980) und der farbigen *Rear-Screen Projections* (1980) auf T-Shirts, Hosen, Jacken und Röcke.¹⁰ Zuletzt haben Stella McCartney und Cindy Sherman zusammengearbeitet (*Men*, 2019–2020). Was dann in das Werkverzeichnis der Künstlerin als mit einer fortlaufenden Nummer versehenes *Untitled* aufgenommen wird, ist oftmals allerdings eine veränderte Version des Motivs, das für die unterschiedlichen Aufträge und Kollaborationen entwickelt wurde. Seitdem die Künstlerin nicht länger analog, sondern digital produziert, stellt sie ihre Figuren meist vor anderen Hintergründen aus.

Selten geht es um das Gefällige einer Fashion Show, sondern um ein Vorführen von Dresscodes für und Wunschbilder von Frauen unterschiedlicher sozialer Herkunft und mit unterschiedlicher Kapitalmacht. Gilt das für die soziopsychologische Konzeption der Charaktere, so ist auch klar: Cindy Sherman selbst ist eine Marke; die Labels – es sind samt und sonders etablierte Häuser, die die Kooperation suchen – partizipieren an Imaginationsvermögen und Provokationspotenzial der Künstlerin und profitieren vom symbolischen Kapital, das sich zwischen einem kommerziellen Modeverständnis und einer »freien« künstlerischen Position bildet.

In der Konsequenz heißt das: Es gibt keine von allen anderen Themen vollkommen getrennte Arbeit am Thema Mode, sind doch Kleidungsstücke, Make-up, Frisuren oder Perücken, Accessoires und Posen wesentliche Elemente der allermeisten Visualisierungen, die zudem die Auseinandersetzung mit dem medial vermittelten Bild von Weiblichkeit variieren. Die verbale und visuelle Rhetorik der Mode, vor allem diejenige der Werbung, spitzt die Frage nach der Identität zu: Nicht wer ich bin, sondern wie ich wahrgenommen werden will, stellt Mode zur Debatte. Die Codes der Mode versprechen Glamour, Teilhabe, Erfolg, Anerkennung, prominente Sichtbarkeit, können aber auch ein Gegenteil wie elegante Diskretion signalisieren – und wissen dabei die Gewalttätigkeit ihrer Versprechen für das (weibliche) Subjekt im glanzvollen Bild zu überstrahlen. Um das Begehren nach einem (Selbst-)Bild und seiner Einlösung zu wecken und wach zu halten, ändern sich die Fetische

across the classic LV monogram pattern on the bag's sides. And in 2018 the Japanese label Undercover reproduced some of the fictional portraits from the series of black-and-white *Untitled Film Stills* (1977–1980) and the color *Rear-Screen Projections* (1980) on T-shirts, pants, jackets, and skirts.¹⁰ Sherman's most recent fashion collaboration was with Stella McCartney (*Men*, 2019–2020). However, what is eventually included in the artist's catalogue raisonné as a consecutively numbered *Untitled* is often a revised version of the initial image developed for the various commissions and collaborations. Since the artist has moved away from analog processes in favor of digital production, she usually presents her figures in front of backgrounds composed separately in postproduction.

The artist's interest in fashion is not so much about dress ("catwalk creations") per se, as about dress codes and social ideals embraced by women of different social backgrounds and with different levels of spending power. While there can be little doubt about the socio-psychological characterization that goes into her fictionalized portraits, it is also clear that Cindy Sherman is herself a brand. The fashion labels – all of them established houses – that seek to partner with her share in the artist's imagination and power to provoke, and profit from the symbolic capital that accrues at the intersection between a commercial understanding of fashion and a "free" artistic approach to all that it stands for.

Ultimately, this means that there is no work on the subject of fashion that is completely unrelated to and separate from all other subjects, since clothing, makeup, hairdos or wigs, accessories, and poses are central to the vast majority of Sherman's photographs, which explore and vary the image of femininity propagated by the media. The verbal and visual rhetoric of fashion, especially in fashion advertising, brings issues of identity to a head, by essentially asking consumers the question "how do you want to be perceived?" rather than "who are you?". The fashion industry makes codified promises of glamour, participation, success, recognition, and heightened visibility (or, conversely, elegant understatement), while simultaneously sugarcoating the violence of such promises for the (female) subject. To arouse and sustain the desire

laufend, sind konsumierbar und käuflich. Kulturtheoretisch gesehen, ist Mode ein zuverlässiger Indikator für gesellschaftliche Strömungen und Tendenzen. Zudem gibt es auch nicht nur die eine, scheinbar universelle Mode der Laufstege in Paris und Mailand, sondern Alltags- und subkulturelle Moden beziehungsweise Antimoden und individuelle Stile.¹¹ Auch wenn sich diese in Opposition zum jeweiligen Fashion-Mainstream verstehen, entkommen sie der Mode nicht und bleiben eine ihrer Kategorien.

Mode ist das Volatile, Veränderliche, Sprunghafte, all das, was sich so nah an die Person anschmiegt, dass es mit ihr austauschbar zu sein scheint. Der Wechsel selbst ist es, der alles Modische ausmacht. Er transzendiert nicht nur jede stete Wiederholung im Praktischen von Alltagskleidung, sondern konturiert auch die gesellschaftliche Veränderung der Geschlechterbilder – und dies keineswegs nur im Sinne von Tradition und Konvention, sondern ebenso im Sinne von Alternativen zum Klischee idealer Körper und normativer Geschlechterpositionen. Das Spiel mit Mode kann daher die Konsequenzen aus folgenden Formeln für Identität deutlich machen: jene sozialen Imperative herauszustellen, die vom biologisch Gegebenen naturalisiert werden, oder mit den »kulturellen Genitalien«¹² den Rückschluss auf die sexuelle Anatomie in ihrer gesellschaftlichen Bedeutung zu irritieren oder ad absurdum zu führen.

Beide Aspekte streift unser aktuelles Interesse unter einer Voraussetzung: Nicht alle möglichen Mittel, unterschiedliche Personae herzustellen, sind mit modischem Handeln gleichzusetzen. Mode zielt auf eine spezifische habituelle Selbstverständlichkeit in der Relation von Verhalten und Sich-Kleiden samt der Verwendung von Accessoires ab. Anlass und Umgebung bereits mitbedacht und ein Maß an Extravaganz und Exzentrik einkalkuliert, ist Mode dennoch niemals Kostümierung; wer auf dem Modesektor verkleidet wirkt, gilt als Fashion Victim. Das wiederum lässt sich simulieren, wie etliche von Cindy Shermans Mode-Szenen auf gleichermaßen ironische wie mit ihren »Models« sympathisierende Weise demonstrieren. Ein gutes Beispiel dafür: *Exclusif: Cindy Sherman transforme Balenciaga* in *Vogue Paris* im August 2007.¹³ Die sechs Clubgängerinnen teilen nicht nur



1

Cindy Sherman (links) und Janet Zink (rechts) als alte Damen.

Schnappschuss o. A., ca. 1966

Cindy Sherman (left) and Janet Zink (right) as old ladies, private snapshot, c. 1966

for a (self-)image and its consummation, the fetishes are constantly changing; they can be purchased and consumed. In terms of cultural theory, fashion is a reliable indicator of social movements and trends. Moreover, there isn't such a thing as "Fashion" with a capital F – as dictated by Paris or Milan – but a wide range of everyday fashions and subculture styles – or anti-fashions – as well as individual styles.¹¹ Even if these see themselves in opposition to the prevailing mainstream, they do not escape fashion and are in fact subordinated to it as one of its many potential categories.

unterschiedliche Kleidungsstücke des Modehauses, sondern auch dick aufgetragenes Make-up, Perücken – und ein gewisses Alter samt geröteter Augen. Für die *Vogue*-Veröffentlichung sind sie digital vor einen Hintergrund montiert, der diffus »Bar« signalisiert. Später finden sie vor einem weniger erzählerischen Hintergrund (*Untitled #458*, *Untitled #459*, *Untitled #461*, 2007/08) oder als Doppelporträt (*Untitled #462*, 2007/08) Aufnahme in das Gesamtverzeichnis.

Doch beginnen wir mit dem Verkleiden. 1964 ist Cindy Sherman zehn Jahre alt und wird demnächst mit einer Kiste Vintagekleidern aus den 1920er Jahren beschenkt werden, als Susan Sontag *Notes on »Camp«* veröffentlicht.¹⁴ Von Cindy Shermans kindlicher Lust am Verkleiden und ihrem schon damals beeindruckend genauen Blick für das, was »alte Frauen« ausmacht, zeugt ein Schnappschuss. Er zeigt sie und ihre Freundin Janet Zink gebrechlich, kurzsichtig und wunderbar altmodisch ausgestattet (Abb. 1). Sontags *Camp* wird als ästhetisches Konzept nicht mehr aus der (pop-)kulturellen Debatte wegzudenken sein, nicht zuletzt, weil es dem Trashigen und Affektierten oder – mit der englischen Bedeutung von »camp« um 1900 als »pleasantly ostentatious«¹⁵ – dem »angenehm Pompösen« einen eigenständigen Wert zuspricht. Zudem, und das macht *Camp* besonders wichtig, kann sich seine Theatralik, Leidenschaftlichkeit und Verspielt-heit auch mit Drag und Geschlechterinszenierung in Verbindung wissen. Seitens der Mode ist 1964 das Jahr, in dem André Courrèges schmale Hosen für die Frau lanciert¹⁶ und Horst P. Horsts Foto einer Frau im Hosenanzug ganzseitig in der amerikanischen *Vogue* erscheint.¹⁷ Das galt der Mehrheitsgesellschaft allerdings als geschlechtsanmaßender Stilirrtum und als keineswegs salonfähig. Anders als noch in den 1950er Jahren darf eine Frau allerdings nicht mehr verhaftet werden, weil sie sich vermeintlich als Mann ausgibt. Das genau tut Cindy Sherman jedoch in ihrer jüngsten Serie im Modekontext: *Men* (2019–2020). Crossdressing wird für die Betrachterinnen und Betrachter jedoch nur erkennbar und – was die Raffinesse und die Künstlichkeit der männlichen Figur betrifft – zum Genuss hinsichtlich Cindy Shermans biologischen Geschlechts und ihres »echten« Gesichts. Seit Jahrzehnten wissen wir, dass wir es

Volatile, fluid, and mercurial, fashion envelops the wearer so closely that it seems to become interchangeable with him or her. It is change itself that distinguishes all things fashionable. It not only transcends the constant repetition in the practicalities of everyday dress, it also delineates the social shift in how we envision gender – by no means only in terms of tradition and convention, but also in terms of alternatives to the cliché of perfect bodies and normative gender positions. Playing with fashion can therefore elucidate the consequences of identity formulas: by drawing attention to those social imperatives that are naturalized by the biological givens, or by using "cultural genitals"¹² to undermine the idea of the inferred sexual anatomy as socially significant and thus demonstrate its absurdity.

Our current interest touches on both aspects under one condition: not all possible means of creating different personae can be equated with fashionable behavior. Fashion is defined by a specific and habitual nonchalance in the relation between behavior and dress, including the use of accessories. Taking into account the occasion and the environment and allowing for a degree of extravagance and eccentricity, being fashionable is never the same as simply "putting on a disguise", anyone with any credibility in the fashion world who looks like they are wearing a disguise, is considered a fashion victim. This state of "falling flat" in a fashion sense can, in turn, be simulated, as quite a few of Cindy Sherman's fashion scenes demonstrate in a way that is both ironic and sympathetic to her "models." A good example of this is the piece *Exclusif: Cindy Sherman transforme Balenciaga* in the August 2007 edition of *Vogue Paris*.¹³ The six fictional club-goers have more in common than merely their choice of apparel (they are all dressed head to toe – with some garment sharing – in Balenciaga). For they are also alike in their thickly applied makeup, complete with wigs, and are all of a certain age and thus prone to reddened eyes. For the *Vogue* release, the women were digitally set against a background that vaguely signals "bar." Later, reworked and set against less overtly narrative backgrounds, the portraits were included in the catalogue raisonné as *Untitled #458*, *Untitled #459*, *Untitled #461*, and *Untitled #462* for the double portrait, all 2007/08.

mit einer Künstlerin zu tun haben, die auch transvestitisch agiert. Erinnern wir uns an die verschlagen dreinschauenden adligen Herren und scheinheiligen Popen der Serie von *History Portraits* (1988–1990), darunter *Untitled #224* (1990), ihre verblüffende Kopie von Caravaggios *Krankem Bacchus* (ca. 1593, Abb. 2). Diese damaligen Bildnisse, so Cindy Sherman im Rückblick, seien allerdings in ihrer Zeit erstarrt und frei von Emotionen.¹⁸

Wie anders ihre aktuelle Männer-Mimikry! Queerness ist ihnen unabhängig vom Geschlecht der Produzentin und Trägerin solcher Männlichkeit ins Gesicht und in ihre Aufmachung geschrieben. Ihre Inszenierungen, von denen dann die Fotografien »berichten«, sind dandyesk oder schrill. Statt der prunkvollen und standesgemäßen Kleiderordnung von einst entwickeln Muster und Motive eine eigene dissonante Ästhetik. Mit merkwürdigen Frisuren stehen oder sitzen Männerfiguren in schlechter Haltung vor nahezu aufdringlich beliebigen Landschaften. Die Männlichkeit, die Cindy Sherman bei den *History Portraits* noch durch Gesichtsprothesen, wie sie Maskenbildnerinnen und -bildner verwenden, unverhohlen brüchig simuliert hat – ein Kunstgriff übrigens, den Balenciaga bei der französischen Fashion Week 2019 mit seinen Models vieldiskutiert auf den Laufsteg brachte¹⁹ –, wird jetzt digital angepasst, modifiziert und transformiert. Auch wenn in dem guten halben Jahrhundert seit Susan Sontags Plädoyer für eine spezifische Sensibilität »camp« konzeptuell und begrifflich in »queer« überführt wurde, trifft ein markantes Kennzeichen von *Camp* noch für die aktuellen *Men*-Performances zu: »Zum Wesen des Camp gehört vielmehr die Liebe zum Unnatürlichen: zum Trick und zur Übertreibung«,²⁰ hatte Sontag mit Blick auf das Äußere, die Art der Erscheinung und ihre Stilmittel 1964 geschrieben. Sie stellte damit der Kunstkritik, weniger der Identitätspolitik, ein brauchbares Werkzeug zur Verfügung. Noch immer gilt *Camp* als ein relevantes Konzept und wurde jüngst im Kontext von Mode zusammengefasst: »Camp ist als eine bestimmte Sensibilität definiert worden, als ein Geschmack, ein Stil oder eine Ästhetik. Er wurde als historische und soziale Praxis

2

Cindy Sherman,
Untitled #224, 1990,
chromogener Farb-
abzug, 121,9 × 96,5 cm
Cindy Sherman,
Untitled #224, 1990,
chromogenic color print,
121,9 × 96,5 cm

But let's start with dressing up. In 1964, when Cindy Sherman was ten years old and about to receive a box of vintage clothes from the 1920s, Susan Sontag published *Notes on "Camp."*¹⁴ A snapshot testifies to Cindy Sherman's childlike delight in dressing up and her already impressively accurate eye for the salient traits that read as "old women." The photograph shows her and her friend Janet Zink looking frail, short-sighted, and wonderfully old-fashioned (fig. 1). As an aesthetic concept, Sontag's analysis of *camp* as a cultural phenomenon has since become key to the (pop) cultural debate, not least because it assigns an independent value to the trashy and the affected, or – going back to the original sense of the word around 1900 – to the "pleasantly ostentatious,"¹⁵ the over-the-top, and delightfully pompous. Moreover, and this makes *camp* particularly important, its theatricality, fervor, and playfulness can also relate to drag and gender performance. On the fashion side, 1964 is the year in which André Courrèges launched slim pants for women¹⁶ and Horst P. Horst's photo of a woman in a trouser-suit appeared full-page in *American Vogue*.¹⁷ It did not go down well and was condemned by mainstream society as a presumptuous trespass onto male prerogatives and a socially unacceptable error of judgement. Unlike in the 1950s, however, a woman could no longer be arrested for appearing to pose as a man. Which is exactly what Cindy Sherman does in her latest fashion-inspired series: *Men* (2019–2020). However, aside from the pleasure we can take in the sophistication and the artificiality of the male characters she embodies, the aspect of cross-dressing becomes recognizable only in terms of Sherman's biological sex and her "real" face. After all, we have known for decades that we are dealing with an artist who also cross-dresses. Let us only recall the shifty-looking aristocrats and sanctimonious popes of the *History Portraits* (1988–1990), among them *Untitled #224* (1990), her startling copy of Caravaggio's *Sick Bacchus* (c. 1593) (fig. 2). Looking back at these portraits later, Cindy Sherman described them as "frozen in time" and unfettered by emotion.¹⁸



Am Buffalo State College in New York (1972–1976) arbeitet die junge Künstlerin nicht ausschließlich fotografisch, sondern erprobt im Kurs des Experimentalfilmkünstlers Paul Sharits auch das Medium Film. In diesem Zusammenhang entsteht der Schwarz-Weiß-Stummfilm *Doll Clothes* (1975, 2:22 Minuten), dessen Protagonistin eine ausgeschnittene Fotografie ihrer selbst ist. Als Stellvertreterin auf Papier wählt die mittels Stop-Motion-Technik animierte und dadurch lebendig wirkende Figur in einem Akt aufblühender Autonomie und Emanzipation zwischen unterschiedlichen Outfits, was durch den Eingriff einer übergroßen Hand jäh unterbunden wird. Diese sogenannten *Cut Outs* nutzt Cindy Sherman bis zu ihrem Umzug nach New York City (1977), um sich in unterschiedlichen Rollen zu inszenieren, komplexe Bildgeschichten zu entwickeln und sich spielerisch, zuweilen auch kritisch, mit aktuellen Themen auseinanderzusetzen.

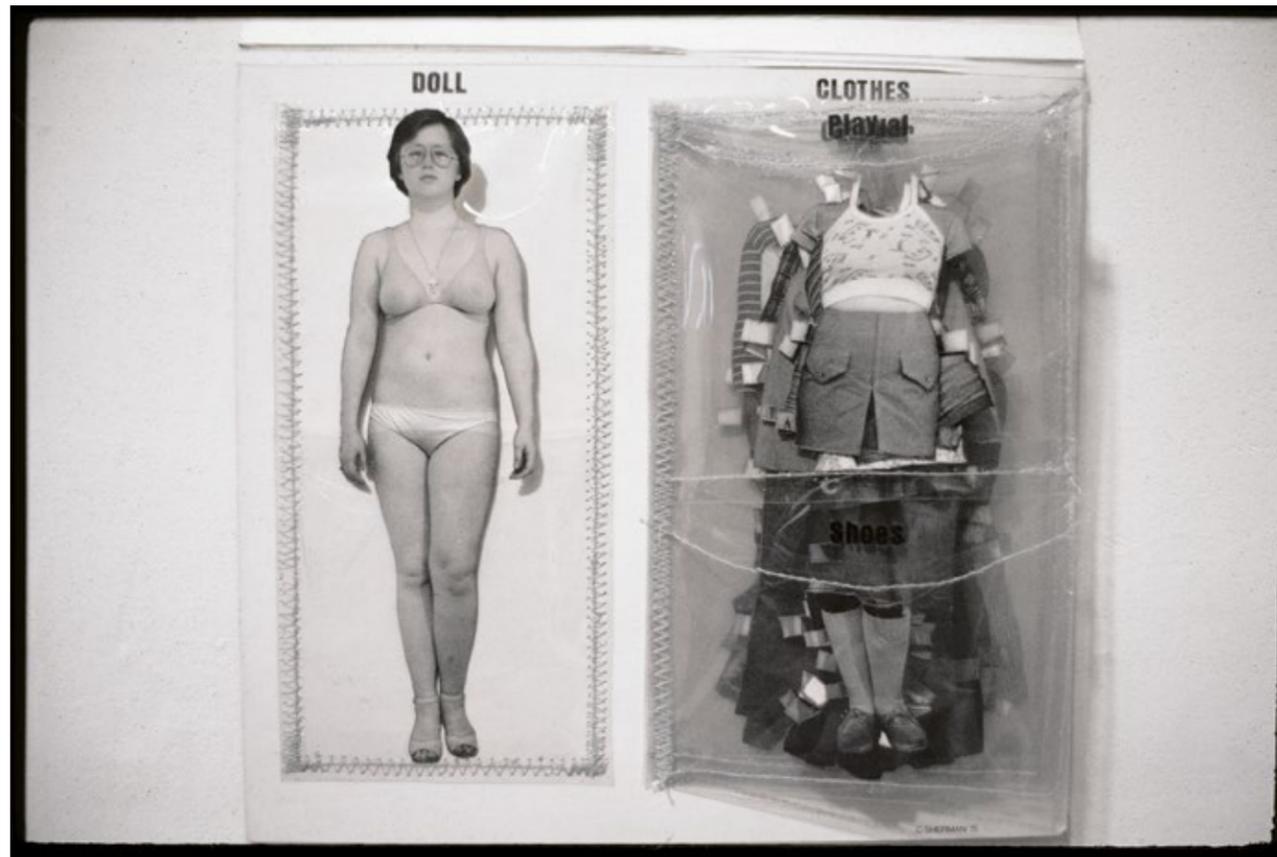
FRÜHE WERKE

Die Titelbildgestaltungen renommierter Hochglanzmagazine sind hingegen Vorbild der fünf dreiteiligen Arbeiten *Cover Girls* (1975/2011). Während es sich beim ersten Bild der Serie jeweils noch um Fotografien der Originalcover von Zeitschriften wie *Mademoiselle* oder *Vogue* handelt, inszeniert sich Sherman auf den beiden anderen Titelbildern selbst und ersetzt die Gesichter der Modelle in einem aufwendigen, analogen Prozess mit ihrem eigenen. So gelingt ihr in dem zweiten Cover eine nahezu perfekte Annäherung an die Vorlage, wohingegen sich ihre Mimik im letzten Titelbild ins Groteske verschiebt. In ironischer Überspitzung stellt sie die normativen Schönheitsideale unserer Gesellschaft infrage, mit denen wir tagtäglich konfrontiert werden und die uns nicht nur auf Magazincovern, sondern auch auf Werbeanzeigen im öffentlichen Raum begegnen. In diesem Kontext werden die Arbeiten im selben Jahr auch erstmals präsentiert, nämlich auf den Werbeflächen im Innenraum eines Busses, in dem für einen Monat die Ausstellung *Photo Bus* von der CEPA Gallery und dem Niagara Frontier Transit Metro System ausgetragen wird.

As a student at Buffalo State College in New York State (1972–1976), the young artist did not focus exclusively on photography, but also worked in the medium of film in a course taught by experimental filmmaker Paul Sharits. The short black-and-white silent film *Doll Clothes* (1975, 2:22 minutes), whose protagonist is a cut-out photograph of the artist herself, was made as an assignment for Sharits's class. In an act of nascent autonomy and emancipation, Sherman's stop-motion-animated paper proxy chooses between different outfits but is abruptly interrupted by the intervention of an oversized hand. Sherman used these cut-outs until her move to New York City in 1977 to stage herself in different roles, develop complex pictorial narratives, and to address current issues in a playful or critical manner. The covers of renowned glossy fashion magazines such as *Mademoiselle* or *Vogue* were the starting point for *Cover Girls* (1975/2011), a series of five three-part works.

EARLY WORKS

While the first image in each triptych is a photograph of the original magazine cover, Sherman inserts herself into the other two cover images, replacing the models' faces with her own in a painstaking analog cut-and-paste process. In the second image, for example, she manages an almost perfect approximation of the original, whereas in the last cover her facial expressions shift into the grotesque. In ironic exaggeration, Sherman questions the normative ideals of beauty we find ourselves confronted with wherever we go – not only in the form of magazine covers but also in adverts in public spaces. It was in the latter context that the works were debuted in 1976, when they were installed in the advertising spaces on the top deck of a bus as part of the month-long *Photo Bus* exhibition project jointly organized by the CEPA Gallery and the Niagara Frontier Transit Metro System.





Im Mai 1993 erscheint in der amerikanischen *Harper's Bazaar* ein Beitrag von Jim Lewis, der mit sieben Fotografien Shermans illustriert ist. Sie trifft hier redaktionsunabhängig die Entscheidung, sich mit Mode auseinanderzusetzen und inszeniert sich in aktuellen Entwürfen. Die Kleidungsstücke werden ihr ausschließlich in Modelgrößen zur Verfügung gestellt und sind viel zu lang und zu eng, was sich auch auf die Charaktere auswirkt. Die Silhouetten der weiblichen Körper erscheinen dadurch unvorteilhaft akzentuiert: Der Zweiteiler von Anna Sui betont und entblößt gleichermaßen eine Brustprothese (*Untitled #275*), und obwohl ein Kleid von Calvin Klein den provokativ inszenierten Körper einer weiteren Frau (*Untitled #276*) umhüllt, schützt es nicht vor voyeuristischen Blicken. Auch für die Kampagne von Comme des Garçons zeigt sie sich mit dieser aufreizenden Pose (*Untitled #299*). Begeistert von den Aufnahmen für *Harper's Bazaar* gibt die Designerin und Gründerin von Comme des Garçons, Rei Kawakubo, Sherman

DIE 1990er JAHRE

1994 künstlerische Freiheit in der Inszenierung ihrer Mode und stellt ihr Kleidungsstücke aller Kollektionen zur Verfügung. Aus Zeitmangel lässt Sherman aber vom ursprünglichen Plan ab, mit Models zu arbeiten und schlüpft selbst in unterschiedliche Rollen, nutzt darüber hinaus aber auch Puppen (*Untitled #302*). Abgedruckt auf kommentarlos versendeten Postern und Postkarten, bewerben sie die aktuellen Kollektionen, ohne diese explizit abzubilden. Vielmehr sind es die innerbildlichen Verweise auf Comme des Garçons, die sie zu zeitlosen Werbemitteln erheben. Dass sowohl diese ungewöhnliche Kampagne als auch die Fotografien Shermans eine Resonanz in der Modeszene erzeugen, zeigt sich exemplarisch in den Kollektionen des japanischen Modedesigners Jun Takahashi und deren Bewerbung. Er nutzt für die Promotion seiner Frühjahrs-/Sommerkollektion 2018 ebenfalls eine Postkarte mit *Untitled #299*. Die Abbildung verweist nicht nur auf eines seiner Partykleider mit demselben Motiv, sondern zeugt indirekt auch von der freundschaftlichen Verbundenheit zu Rei Kawakubo.

In May 1993, an article by Jim Lewis illustrated with seven photographs by Sherman was published in the American edition of *Harper's Bazaar*. Independently of the editorial department, Sherman decides to address the subject of fashion and photographed herself in latest designs. The fact that the garments only came in model sizes and were thus far too long and too tight for her had a direct effect on the guises she chose to adopt. The silhouettes of the female bodies are cast in a highly unflattering light: the two-piece outfit by Anna Sui emphasizes and exposes a pair of prosthetic breasts (*Untitled #275*), and although the provocatively posed body of another assumed character (*Untitled #276*) is clothed in a Calvin Klein dress, the garment does little to protect the wearer from voyeuristic glances. Sherman adopted the same provocative pose in the Comme des Garçons campaign (*Untitled #299*) in 1994. Inspired by the photographs for *Harper's Bazaar*, Rei Kawakubo, the founder and chief designer of Comme des

THE 1990s

Garçons, gave Sherman carte blanche to stage her designs and provided the artist with garments from all collections. Due to a lack of time, Sherman abandoned her original plan of working with models and slipped into different roles herself, but also used mannequins (*Untitled #302*). Printed on posters and postcards and sent out without further comment, the images advertised the current collections without explicitly depicting them. What elevated the images to timeless advertisements were the internal references to Comme des Garçons. The kind of response this unusual campaign and Sherman's photographs met with in the fashion scene is exemplified by the collections of Japanese fashion designer Jun Takahashi and their publicity campaigns. To promote his spring/summer 2018 collection, he too used a postcard with *Untitled #299*. The image not only referenced one of his party dresses printed with the same motif, but also testified to his friendship with Rei Kawakubo.





Bereits in frühen Arbeiten Shermans tauchen immer wieder clowneske und karnevaleske Elemente auf. Eingehender widmet sie sich der schillernd paradoxen Figur des Clowns allerdings erst 2003. Als Unterhaltungsfigur verkörpert der Clown unterschiedliche Charaktere, die amüsieren, aber auch schockieren und beängstigen können. Dabei brechen sein Erscheinungsbild, seine Mimik, Gestik und Sprache immer wieder mit vorherrschenden Konventionen, was ihn in die Rolle des gesellschaftlichen Außenseiters drängt. Wahrscheinlich ist es eben jene Widersprüchlichkeit und gleichzeitige Unberechenbarkeit der Clowns, die Sherman reizt und sie nach umfangreichen Recherchen dazu bewegt, sich in 18 Werken mit den Charakteren unter der Schminke zu beschäftigen. Die Künstlerin arbeitet gewohnt analog, experimentiert bei der Gestaltung der bunten, zuweilen fast psychedelisch anmutenden Hintergründe erstmals mit digitaler Bildbearbeitung. So ersetzt sie mitunter die Hintergründe von vier ausschließlich

CLOWNS

Designerstücke tragenden Clowns, die bereits im Juni 2003 in der *British Vogue* veröffentlicht wurden: Während dort eine Version von *Untitled #414* mit blauen und türkisen Schmetterlingen abgedruckt ist, posiert derselbe Clown in Shermans großformatiger Arbeit vor einem leuchtend orangenen Bildgrund. Er hüllt sich in eine übergroße, mit Pailletten bestickte Jacke von John Galliano, die bei der Präsentation der Frühjahrskollektion 2003 von einem Model mit ähnlich voluminöser Perücke vorgestellt wurde. Parallelen wie diese zeugen von Shermans intensiver Auseinandersetzung mit Mode, aber auch ihrem ambivalenten Verhältnis dazu: Mode wird zum Mittel der Kritik an der Mode selbst, indem sie diese nicht explizit als Kleidung, sondern als Verkleidung im Sinne eines Kostüms wahrnimmt. Wie das Make-up verhüllt auch die Mode den Körper, kostümiert oder verschleiert ihn und schafft Distanz zwischen der Person darunter und den Betrachtenden, aber auch zwischen den Darstellenden und den neu entstehenden Identitäten und Kunstfiguren.

Clownish and carnivalesque elements had already featured in many of Sherman's early works. But it was not until 2003 that she turned her attention more closely to the ambiguous and paradoxical figure of the clown. As an entertainer, the clown embodies a variety of characters that can amuse but also shock and frighten. At the same time, their appearance, facial expressions, gestures and language repeatedly break with prevailing conventions, pushing them into the role of social outsiders. It is probably precisely this inconsistency and unpredictability of the clown that appealed to Sherman and prompted her to create eighteen works that probe the complex characters hidden beneath the makeup. *Clowns* marks Sherman's transition from analog to digital. While the characters are still photographed in her usual analog manner, the gaudy, near-psychedelic backgrounds are reworked with the help of digital editing software. This allowed Sherman to swap the

CLOWNS

backgrounds of four clowns dressed entirely in designer clothes, which were published in *British Vogue* in June 2003: While the magazine featured a version of *Untitled #414* with blue and turquoise butterflies, the large-format C-print work shows the same clown set against a bright orange background. She is cocooned in an oversized, sequined jacket by John Galliano, which was worn by a model sporting a similarly voluminous wig when the garment was first shown as part of the spring 2003 collection. Parallels such as this attest to Sherman's close engagement with fashion, but also to her ambivalent relationship to it: Fashion becomes a means of critiquing fashion itself, by being perceived not so much as clothing but as costume-like disguise. Like makeup, fashion veils the body, costumes or conceals it, and keeps the subject at one remove: a degree of separation between costumed subject and viewer, but also between performer and the nascent identities and personas she wishes to assume.



CINDY SHERMAN

112

First page: organdy with a.T. £599, to order, at bar Martini, Giorgio T. shirt, by Cacharel, from £48, at Harrods and Harvey Nichols, yellow of the top, by Hussein Chalayan, £200, at Harrods, silk skirt, to order, at John Galiano, Paris, yellow gloves, £20, at Corsetti James, Second page: ornate black jacket, to order, at John Galiano, Paris, gloves, by Burberry, £300, at Whiteley, Mother Curran, Three-page: sequenced dress, to order, at John Galiano, Paris, Village 3-shirt, £20, Sun visor, £20, both at Royal, Stuart Y. by Pleats Please, Army trousers, £150, at Pleats Please, Quasiotic, cotton trousers, £210, Armani, £480, both by Viktor & Rolf, at Browns, Cotton trousers, from £300, at Corsetti James, Berlin, £72 each, at Tilly O'neill, Bowler hat, to order, at Philip Treacy Haute Couture, All other items, Cindy's own, Fashion editor: Nea Co.

Artist Cindy Sherman, in her latest incarnation as fashion editor, barely steps for breath before rooting off the names of designers—from John Galiano and Viktor & Rolf to lesser-known ones such as Impasse de la Defense—that she wants to use in her story. When she finishes the project, incidentally, she buys two of the latter's dresses.) Sorting through the cases of clothes that had been dispatched from the Fagot offices in London to her Meyer Street studio in New York, she sets about translating them into outfits fit for a clown.

Just weeks before, the clothes—some of the most distinctive looks of the season—had appeared on the autumn/winter catwalks. So they had made the journey from the backs of catwalk models to the back of an artist's model. And, as in all her photographs, the model is Sherman herself. Her distinctive artistic vision is to explore the fine line separating clothes from costume.

As she sifts through the items—among them, taut wigs, platform shoes, striped T-shirts and a Philip Tracy diamond bowler hat—she is drawn to an oversized Galliano jacket. "It's ideal," she says, unaware that John Galiano had sent the clothes down the catwalk accompanied by members of a Chinese circus—an clown, though.

But it still seems serendipitous that the designers she selected had created so many pieces appropriate to her theme. (It's John Galiano's case, it may have had something to do with a visit he made last summer to Gifford's Thirties-style English travelling circus, complete with its troupe of traditional clowns.) Sherman's preference for more adventurous clothes seems less surprising when she explains that on the rare occasions she ventures from her studio, she likes to "dress up as clothes that make a statement, even if I usually hang at the back of the crowd".

Things have obviously moved on from the early days when she was first gaining recognition as an artist and would go to parties disguised as a pregnant woman. It also helps to remember that part of her artistic process has always been to create hyper-realistic costumes to complete her many disguises—whether she is re-creating a Hitchcock portrait or becoming a film-star heroine. However, her usual parts of

call are local flea markets, not Fifth Avenue boutiques where such designers would be sold.

The key to Sherman's project this time is her decision to use clowns as her subject. It has all the makings of an ideal subject for her. "I was fascinated by who the person was behind the clown's grotesque," she reveals. "Could he be an alcoholic, or even a child-molester?" For nearly 20 years, Sherman has worked at concealing her own identity behind a myriad of disguises, ranging from the Virgin Mary to a Hitchcock heroine. Her features have been buried behind false noses, wigs, prosthetics of all description and heavy make-up (which she applies herself). The end results are her portraits—but not "self-portraits". Meanwhile, her artworks all carry the frustratingly cryptic label *Untitled*. That said, there's no mistaking that they are all Cindy Sherman works. Tempting as it is to ask the real Cindy Sherman to step forward, that would be missing the point.

Sherman's clowns prompt us to question who the person is inside the costume and behind the make-up. The grotesque sends the message that the clown is in character, while the eyes betray an unassuming glimpse of the alter ego within. All the while, these completed artworks retain some of the qualities of a fashion shoot, thanks to the presence of this season's designs. Sherman is familiar with the constraints of fashion spreads and catwalks, which have often informed elements of her work. "I have always flicked through fashion magazines for ideas," she admits.

These days, Sherman is something of a household name—not least because her work has influenced a new generation of photographers, who now reference her in the pages of magazines. Her clown images, however, will ultimately take their place in art collections and museums, and their lifespan will continue beyond the pages of any glossy publication.

Sherman was prompted to choose clowns as her subject matter after the events of September 11. "New York is my home, so when it happened I couldn't understand how anyone could be an artist at that time," she confides. "I had months off work. Had it not been for that, I wouldn't have been rummaging through a wardrobe and found the clothing that set me thinking about clowns."

Prior to this, her recent work has focused on studies of "very ordinary, elderly women—the type you'd spot in a supermarket". The theatrical elements of the clown's costume and make-up, then, presented new territory for Sherman, as a clown's attire reveals few clues about the identity of the person within. September 11 had changed people's perceptions of what they felt they knew and could trust.

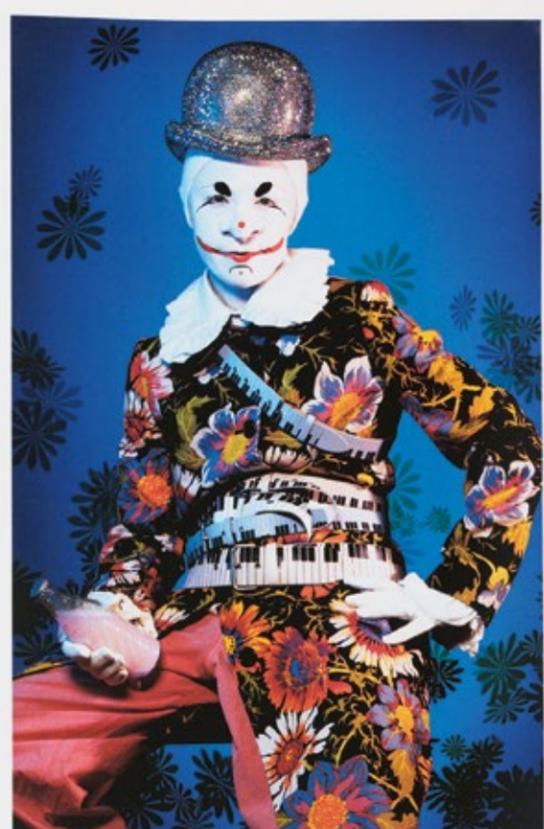
As with all Sherman's projects, her work is thoroughly researched. Having tracked down traditional clown's make-up on the internet, she designed character looks of her own. Translating fashion into art, she used her subtle yet powerful body-language skills to imbue her composition with life. With a tilt of the head, her clown emanates a threatening, ominous message.

Quite deliberately, Sherman explains the knowledge that for many adults and children clowns have always seemed sinister. And, in her hands, the clown take on a monstrous, terrifying quality. At first, they seem to please the eye, thanks to the use of designer clothes, but very soon, under even a cursory study, details of the images begin to disturb. The pink soda bottle held by one clown almost resembles a petrol bomb and the huge Ronald McDonald-like smile of another reveals teeth and lips that appear fixed in a grimace. The eyes don't communicate any of the traditional playfulness one associates with clowns, rather it is sadness or anger that it comes to the fore. The unsettling power of Sherman's vision is fully employed.

Sherman's clown isn't going to find arousal for anyone's amusement—their point is to be thought-provoking and, inevitably, unsettling. She wants us to think twice. "I work slowly and it was a challenge coming up with images that were not overpowered by some of these 'books'," she says.

After four portraits, Sherman finally had to admit: "I'm all clowned out." One can search for a glimpse of Sherman in these images but she's powerfully concealed. How appropriate that her clowns are about what lies beneath, reminding us that few things these days are what they purport to be.

These specially commissioned images will be included in the exhibition "Cindy Sherman" at the Saatchi Gallery from June 3 to August 27.



CINDY SHERMAN

113

Im Herbst 2010 liegt der halbjährlich erscheinenden Modezeitschrift *POP* eine Broschüre bei, in welcher auf 15 Doppelseiten Arbeiten Shermans abgebildet sind.

Vor wilden Landschaftsaufnahmen, aufgenommen auf den Inseln Island, Stromboli, Capri und Shelter Island, sind geheimnisvoll anmutende, ausschließlich in Haute Couture gekleidete Frauen positioniert. Aus Furcht, die historischen Kleidungsstücke – alle aus dem Archiv des berühmten Modehauses Chanel – zu beschmutzen, nutzt Sherman hier erstmals kein Make-up. Stattdessen bearbeitet sie ihre Physiognomie digital nach und benutzt erstmals eine in der Modefotografie gängige Praxis, das Aussehen von Models zu verändern. Sherman verwendet die Bildbearbeitungsprogramme allerdings nicht, um ihr Äußeres zu »verschönern«, sondern um sich in skurrile Rollen zu verwandeln, die sie in den Charakteraufnahmen in ihrem Studio bereits angelegt hat. In der Postproduktion modifiziert sie auch ihre Landschaftsfotografien mit malerischen Effekten.

LANDSCAPES

Sie brechen damit nicht nur motivisch, sondern auch gestalterisch mit den ihnen vorgelagerten Figuren, die sich wie in Trance und mit ungewöhnlichen Posen präsentieren. Die Beauftragung durch das junge, erst 2000 gegründete britische Magazin liefert auch den Anstoß für die Serie *Landscapes* (2010–2012). Als Teil einer Serie, die Sherman in ihr eigenes künstlerisches Werk aufnimmt, differieren diese monumentalen Querformate mit den vorab gedruckten Fotografien der Magazinbeilage. Die auffälligsten Veränderungen sind die Begradigung und Vereinheitlichung der Bildfläche: In der Broschüre sind die Ränder der Landschaftsabbildungen unregelmäßig ausgefranst, wodurch sie nicht mehr die gesamte Fläche der Seiten einnehmen. Daher wirken die Frauen deutlich weniger in die Szenerie integriert und scheinen vor den Hintergründen zu schweben.

Mit Effekten wie diesen sowie der Mimik und den Posen ihrer Charaktere bricht Sherman ein weiteres Mal mit den Konventionen der Modewerbung und konterkariert auch die mit Eleganz assoziierte Marke Chanel.

In the fall of 2010, the semiannual fashion magazine *POP* included an insert with Sherman's work splashed across 15 double-pages. They featured mysterious-looking women dressed in haute couture set against the rugged landscapes of Iceland, Stromboli, Capri, and Shelter Island. Concerned about staining the historic garments – all from the archives of the illustrious Chanel fashion house – Sherman, for the first time, did not wear any makeup, preferring instead to digitally rework her physiognomy and facial expression – a first for her, but common practice in commercial fashion photography, where the technique is used to irradicate blemishes. Unlike fashion photographers, however, Sherman does not resort to image editing programs to “beautify” her appearance, but to morph into the bizarre characters she impersonates and shoots in her studio. Postproduction also sees her manipulate her landscape photographs by adding painterly effects.

LANDSCAPES

The treatment and topography of these landscapes thus contrast markedly with the strangely trancelike state and awkward poses of the figures positioned in front of them. The commission from *POP* (founded in 2000 and thus a relative newcomer on the British magazine market) also gave rise to the series *Landscapes* (2010–2012). Part of a series which Sherman incorporated into her own body of work, these monumental horizontal formats differ from the photographs published earlier in the magazine. The most noticeable differences are the unified formats and straightened edges of the previously irregularly shaped landscape backgrounds, which did not fill the entire magazine spread. As a result, the women seem less integrated into the landscape setting and seem to float in front of the background. Special effects such as these combine with the facial expressions and poses of Sherman's adopted characters to break with the conventions of commercial fashion photography and are at odds with Chanel's image as the epitome of elegance.

In den Abbey Road Studios in London präsentiert Stella McCartney 2017 die erste Männerkollektion ihres 2001 gegründeten Modelabels. Die Designerin will nicht mehr ausschließlich Frauen, sondern auch Männer mit nachhaltiger Mode einkleiden. So vielfältig und bunt wie die vorgestellten Designs und verwendeten Materialien sind auch Cindy Shermans Inszenierungen, in denen sie diese überwiegend genderneutralen Outfits für Männer trägt. Die zehn großformatigen Fotografien sind nicht nur Teil ihrer Serie *Men* (2019–2020), sondern markieren den jüngsten Höhepunkt in ihrer intensiven Beschäftigung mit Fragen um Identität, Geschlecht und Gender. Eine ganz explizite Auseinandersetzung mit Darstellungsformen von Maskulinität(en) und Androgynität manifestiert sich dabei in ihren vielseitigen Charakteren. In den selbstbewussten, teilweise hierarchisch aufgeladenen Posen der alleine sitzenden oder zu zweit stehenden Figuren spielt Sherman noch mit Stereotypen von Männern: Lässig mit den



Händen in den Taschen posierend (*Untitled #602*), breitbeinig auf einem Stuhl sitzend (*Untitled #615*) oder eine Hand auf der Schulter der anderen, als weiblich gelesenen Figur ablegend (*Untitled #610*). Gerade in diesen vermeintlichen Gegenüberstellungen einer als männlich konnotierten Figur neben einer als weiblich gelesenen gelingt es Sherman, die Grenzen zwischen den normativen Geschlechterzuordnungen aufzulösen, indem sie deren äußere Erscheinungsbilder einander annähert. In ihnen manifestieren sich Genderfluidität ebenso wie Diversität und neue Ausdrucksformen, die sich auch durch modische Statements äußern können. Angeordnet vor digital manipulierten Reisefotografien von Sizilien (*Untitled #603*), aus Tokio (*Untitled #602*), Bayern (*Untitled #612*, *Untitled #615*, *Untitled #618*), Sissinghurst (*Untitled #609*, *Untitled #610*) und Lissabon/Amagansett (*Untitled #611*), verweisen die eingeführten Effekte und Spiegelungen in den Hintergründen geradezu metaphorisch auf die Wandelbarkeit von Identität(en) und werfen somit ein weiteres Schlaglicht auf diesen aktuellen Diskurs.

In 2017, Stella McCartney, who had launched her fashion house in 2001, expanded her brand of sustainable fashion and presented her debut menswear collection at the Abbey Road Studios in London. Cindy Sherman's photographs of herself in McCartney's gender-neutral outfits are as richly varied and colorful as the designs presented on the catwalk and the materials used. The ten large-format photographs form not only part of her *Men* series (2019–2020), they also mark the latest high point in her intense engagement with questions of identity, sex, and gender. Her multifaceted characters bear witness to the artist's thorough interrogation of the various ways masculinity/masculinities and androgyny are typically represented. In the self-confident, to some extent hierarchically charged poses of the figures, seated alone or standing in pairs, Sherman plays with male stereotypes: casually posing with their hands in their pockets (*Untitled #602*),



sitting wide-legged on a chair (*Untitled #615*), or resting a hand on the shoulder of the other figure, who appears marginally more feminine (*Untitled #610*). It is precisely in these putative juxtapositions of two figures reading as male and female that Sherman succeeds in dissolving the boundaries between normative gender classifications by approximating the appearance of her characters. They embody gender fluidity as well as diversity and new forms of expression, which can also manifest themselves through fashion statements. Sherman's characters are arranged in front of the artist's digitally manipulated travel photographs from Sicily (*Untitled #603*), Tokyo (*Untitled #602*), Bavaria (*Untitled #612*, *Untitled #615*, *Untitled #618*), Sissinghurst (*Untitled #609*, *Untitled #610*), and Lisbon/Amagansett (*Untitled #611*). The near-metaphorical special effects and reflections incorporated into the backgrounds reference the mutability of identity/identities and shed further light on this current discourse.



154



155



Seit knapp 50 Jahren zieht sich das Thema Mode wie ein roter Faden durch das Schaffen der US-amerikanischen Künstlerin Cindy Sherman – die Ausstellung *Cindy Sherman – Anti-Fashion* setzt darauf erstmals den Fokus und beleuchtet ihr fotografisches Werk aus einer neuen Perspektive. Dabei wird das Wechselspiel zwischen Mode und Kunst deutlich, denn Sherman nutzt ihre zahlreichen Aufträge von Modezeitschriften sowie ihre enge Zusammenarbeit mit berühmten Designerinnen und Designern als ständige Quelle der Inspiration. Das Thema Mode erweist sich für die Künstlerin als Ausgangspunkt ihrer kritischen Fragen nach Identität, Gender, Stereotypen und dem Umgang mit dem Altern. Shermans große Bandbreite an Charakteren zeigt die Künstlichkeit und Wandelbarkeit von Identität, die mehr denn je wählbar, (selbst-)konstruiert und fließend erscheint.

For almost 50 years, the theme of fashion has been a constant in the work of US artist Cindy Sherman. The exhibition *Cindy Sherman – Anti-Fashion* is the first to focus on this close engagement with fashion and approaches her photographic oeuvre from a new perspective. In so doing, it sheds light on the interplay between art and fashion. For Sherman uses her numerous commissions from magazines and her collaborations with renowned designers as a constant source of artistic inspiration. The exhibition reveals the subject of fashion as the starting point for the artist's critical investigation of gender, stereotypes, and our attitude to aging. The wide range of Sherman's assumed characters highlights the artificiality and changeability of identity, which – now more than ever – is shown to be selectable, (self-)constructed, and fluid.



SANDSTEIN

 Staatsgalerie

DEICHTORHALLEN
SAMMLUNG
FALCKENBERG
HAMBURG

FOMU foto
museum