

## Theodor Frisorger **Film Extras: The Chicks of Cleopatra im Playboy**

Im Filmproduktionsjargon meint Extras die Statisterie und Komparserie. Extras bilden das namenlose Gewimmel an den Rändern des Films, den anonymen ›Bodensatz‹ der Produktion und die vermeintlich unterste Sprosse auf der Karriereleiter zur medialen Berühmtheit. Sind sie en masse essenziell für die Inszenierung des Films, ist jede\*r Statist\*in für sich genommen austauschbar und unbedeutend. Gerade deswegen aber wird den Extras in der filmwissenschaftlichen Produktionsforschung ein prominenterer Platz zuteil. Die prekären Umstände und die performativen Anteile ihrer Arbeit scheinen prädestiniert zu sein, um sie für die grundlegenden Bedingungen postfordistischer Film- und Medienproduktion zu extrapolieren.<sup>1</sup> Damit verbunden hängt den Extras zumindest das Versprechen eines unmittelbaren und niederschweligen Zugangs zu Filmproduktionswissen für die (häufig mit qualitativ empirischen und ethnografischen Methoden operierenden) Production Studies an.

Heißen Extras seit den 1990er Jahren offiziell *background actors*, wird in den 2000er Jahren eine weitere Bedeutung des Begriffs Film-Extras populär: als Bezeichnung für jene medialen Beiwerke, die den Hauptfilm auf einer DVD-Edition ergänzen. Dazu gehören etwa Trailer, Audiokommentare, Bildergalerien, *deleted scenes* oder der Making-of-Film. Genau dieses produktionsaffine Bonusmaterial hat als historische Quelle innerhalb der Production Studies jedoch einen schweren Stand und fungiert so beinahe ausschließlich als Objekt der ideologiekritischen Lektüre im Zusammenhang filmindustrieller Selbstdarstellungen und den daraus resultierenden Maskierungen der tatsächlichen Produktionswirklichkeit.<sup>2</sup>

Beide Formen von Extras, also menschliche wie mediale Supplemente, gibt es in der extraordinären Produktion des Films CLEOPATRA (USA 1963, R. Joseph L. Mankiewicz) zuhauf. Während tausende Statist\*innen das 70mm-Breitbildformat der filmischen Antikenimagination bevölkerten, richtete sich die Hauptdarstellerin Elizabeth Taylor auch außerhalb des Monumentalfilms in den massenmedialen Bildwelten der 1960er Jahre ein. Noch bevor die Kinos CLEOPATRA ab Juni 1963 zeigen, spielt sich der Film (und dessen mehrjährige Produktion) bereits extrafilmisch in unzähligen medialen Drehberichten, Werbeanzeigen und Boulevardnachrichten ab. Derartige intertextuelle Einbettungen von Filmen in werbliche Netzwerke hat Barbara Klinger als Grundbedingung der Kommodifizierung – also der Herstellung einer »consumable identity« eines jeden Films – beschrieben.<sup>3</sup> Für CLEOPATRA im Speziellen sind diese kommerziellen Netzwerke besonders ausgedehnt und weitläufig.<sup>4</sup> Die Filmproduktion rund um Liz Taylor verlief nämlich alles andere als tayloristisch und wurde so selbst zum Medienereignis: Der von Taylor verkörperte Kleopatra-Look, die kostspieligen Verzögerungen der Dreharbeiten und insbesondere die sich am Set entspinnde Affäre zwischen Elizabeth Taylor und Richard Burton materialisieren einen sich

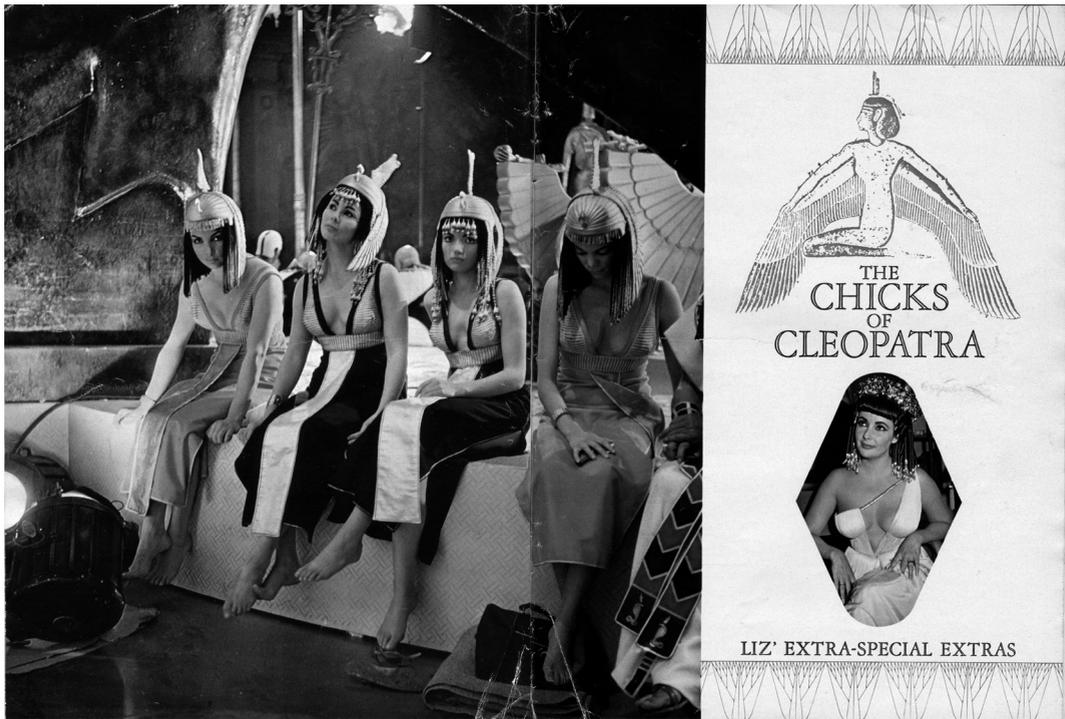


Abb. 1: Elizabeth Taylor und ihre Extra-Special Extras

noch in der Produktion befindenden Film und verteilen wie fragmentieren ihn vorab in dutzenden Zeitschriftenberichten, unzähligen Paparazzi- und Werbefotografien und gleich zwei veröffentlichten Drehtagebüchern.

Die Potenziale und Spezifika dieser nicht-filmischen Materialien für eine Geschichtsschreibung von Arbeit an der »Baustelle Film« bilden das übergeordnete Interesse dieses Aufsatzes. Aus dem Pool an extrafilmischen Produktionsartefakten fokussiere ich hier insbesondere Produktionsfotografien als der filmökonomischen Publicity zugehörige Darstellungen der Arbeitshergänge »hinter den Kulissen«. Sie werden dahingehend befragt, wie das Medium der Fotografie die filmische Produktionsarbeit zu referieren und reflektieren vermag und inwieweit diese fotografischen Abbildungen selbst als integraler Bestandteil der Filmarbeit zu verstehen sind – und nicht lediglich als eine der Produktion äußerliche Repräsentation. In einem *close reading* diskutiere ich dazu eine Fotostrecke zu CLEOPATRA, die im Februar 1963 unter dem schmissigen Titel *The Chicks of Cleopatra. Liz' Extra-Special Extras* im Magazin *Playboy* erschien.<sup>6</sup> Ausgehend von der fotografischen Sichtbarmachung von Extras und ihrer Situierung in den Text- und Bildkulturen des *Playboys* verhandle ich diese Filmstatistinnen als Zeichenformationen, an denen sich Fragen nach Arbeit, Identität und Sichtbarkeit verdichten. Indem die darin eingelassenen geschlechtlichen Implikationen einer globalisierten Filmarbeit zu Tage befördert werden, versteht sich dieser Aufsatz als ein Beitrag zur historischen und feministischen Filmproduktionsforschung.

*The Chicks of Cleopatra*. Liz' Extra-Special Extras befindet sich mittig innerhalb der Februarausgabe des *Playboys* aus dem Jahr 1963. Für jede der acht Seiten dieser Fotostrecke fällt auf, dass das Papier eine vergilbt erscheinende Farbigeit aufweist und sich damit ostentativ an die Ästhetik einer antiken Papyrus-Schriftrolle anlehnt. Diese gelblichen Seiten sind zu mindestens zwei Richtungen hin mit Bordüren verziert. Damit hebt sich die Fotostrecke visuell als in sich geschlossene Einheit deutlich vom Seitenlayout der restlichen Zeitschriftenausgabe ab. Den Beginn der Bildstrecke markiert eine einzelne Fotografie, die fast drei Viertel der Doppelseite beansprucht. Zu sehen sind darauf vier junge Frauen in zwei farblichen Variationen des gleichen ägyptomanischen und tief dekollierten Kleids mitsamt vergoldetem Kopfschmuck. Aufgereiht sitzen die Statistinnen, um die es sich hier handelt, an der Kante eines gebauten Sets in den Cinecittà-Filmstudios. Sie erscheinen entspannt, lassen die Füße baumeln und warten auf ihren Einsatz. In Antizipation des Standfotografen erwidern sie den Blick oder werfen sich für ihn in tagträumerisch-versunkene Posen. Um diese zentrale Frauengruppe herum sind noch einige Kulissenbauten und Scheinwerfer sowie eine weitere Personentraube im Hintergrund zu erkennen. Am rechten Bildrand werden im Anschnitt Teile des Kostüms und die groben Hände eines männlichen Komparsen sichtbar, während seine übrige Erscheinung geflissentlich im Off des Bilds bleibt. Den Rest dieser Doppelseite teilen sich eine ikonische Skizze der Isis und darunter eine kleine, rautenförmige Fotografie von Elizabeth Taylor im Kostüm der Kleopatra, die wiederum durch Titel und Untertitel der Fotostrecke gerahmt wird.

Noch im Vormonat erstreckte sich Taylors exponierter und fast barbusiger Körper im Bildbericht *Liz as Cleo. An Exclusive Unveiling of a Queen in a Taylor-Made Role* über die kompletten Maße der Januarausgabe des *Playboys*.<sup>7</sup> In *The Chicks of Cleopatra* ist Taylor miniaturisiert und durch das Bildarrangement der Zeitschrift insofern geerdet, als dass sie schräg zu ihren kolossalen Statistinnen emporblicken muss. Bei diesem ungewöhnlichen Größenverhältnis handelt es sich nicht nur um eine Nobilitierung der Extras, sondern auch um eine zusätzliche Betonung des Stars Elizabeth Taylor. Wie durch ein vulvaförmiges Schlüsselloch hindurch wird Taylor in ihrer besonderen Wertigkeit ausgestellt und in Ebenbürtigkeit zur Isis stilisiert. Mehr noch, wird jene initiative Fotografie des Stars auf der letzten Seite der Fotostrecke nochmals (mit nur leicht veränderter Mimik) wiederholt und rahmt somit den gesamten Bildbericht. *The Chicks of Cleopatra* legt im visuellen Arrangement seiner ersten Seiten die Aufmerksamkeit also auf das ambivalente Sichtbarkeitsverhältnis zwischen Star und Extras. Diese primäre Bildspannung zwischen dem winzigen, aber ermöglichenden Star und den gigantischen, aber schlichten Statistinnen wird im *Playboy* weiter als ein Effekt (un-)aufmerksamere Rezeptions- und Zuschauererfahrungen ausbuchstabiert.

Aufmerksamkeit als ein prekärer Status, der potenziell in Ablenkung oder gar Zerstreung zu kippen vermag, muss filmisch immer wieder hergestellt, moduliert und gelenkt werden. Dies macht bereits die Beschreibung der Fotografie von Liz Taylor (und ihrer beiden Brüste) im *Playboy* deutlich: »The

gown Liz is almost wearing on this and the opening page was designed for the film, then later rejected as drawing too much divided attention.«<sup>8</sup> In Kleopatras Kostüm löse sich die narrative Naht der *suture*, weswegen das freizügige Textil für die Zuschauer\*innen zu einer zerstreuen Gefahr wird, die es produktionsseitig mit der Schere zu bannen gilt: jenes pinke Kostüm wird gegen eine sittlichere Alternative ausgetauscht. Eine weitere Gefährdung gegenüber dem gerichteten, konzentrierten und aufmerksamen Blick bleibt CLEOPATRA jedoch erhalten und wird im *Playboy* antizipiert, zelebriert und konstruiert – die Extras. So heißt es zu Beginn der Fotostrecke:

When the costliest film of the ages, 20th Century-Fox's »Cleopatra«, appears on the nation's movie screens this spring, most male orbs in the audience will be locked firmly upon star Elizabeth Taylor, the flawless *raison d'être* of our »Liz as Cleo« pictorial last month. Those of discerning eye, however, may find their attention diverted by a comely collection of scene-stealers: the handmaidens, slave girls and native dancers who serve and amuse the Nile sorceress and her Roman conquerors. In an admiring preview of coming attractions, we here present a candid portfolio of these all-but-anonymous, nonetheless lovely players.<sup>9</sup>

Diese kurze Einführung umreißt einen komplexen Konnex von Sichtbarkeit, Aufmerksamkeit und Berühmtheit. Offensiv werden männliche Augäpfel benannt, die auf Elizabeth Taylors bevorstehenden Auftritt als Kleopatra stieren. Gegenüber diesem stumpfen Blick wird auch ein zweiter, ein erlesener und anspruchsvoller – im Kontext des Kinos könnte man sagen: ein cinephiler<sup>10</sup> – Blick auf CLEOPATRA in Aussicht gestellt. Ein solcher Blick flaniere über das Filmbild und laufe Gefahr, von den Statistinnen in den Bann gezogen zu werden. Grundsätzlich besteht die narrativ-inszenatorische Funktion der Statisterie darin, die filmische *Mise en Scène* im Sinne einer Staffage zu beleben und damit gleichzeitig hinter den bedeutungsvollen Handlungen im Vordergrund zu verschwinden. Extras müssen demnach als Figurengruppen sichtbar sein, ohne untereinander unterschieden werden zu können, da sie den Blick der Zuschauer\*innen gerade nicht auf ihre individuellen Körper lenken sollen, sondern lediglich einer Atmosphäre des Filmbilds zuarbeiten.<sup>11</sup>

Der *Playboy* betont und nobilitiert nun das bereits in der Bezeichnung der Extras anklingende additive Moment, welches die funktionale Indienstnahme der Statisterie potenziell übersteige und im Sinne eines visuellen Überschusses die innere Integrität der Bildkomposition (und ihrer intendierten Favorisierung von Elizabeth Taylor) ins Wanken bringe.<sup>12</sup> Damit werden die Statistinnen hier weniger als Staffage unter Konzepten des Landschaftlichen oder Atmosphärischen subsumiert, sondern ihnen wird für den Film eine erregende Gefahr der visuellen Zerstreung attestiert, die extrafilmisch auf den Seiten des Magazins präkonfiguriert wird. Denn in der impliziten Rhetorik des *Playboys* ermögliche nur das eingehende Studium des Magazins und die darin vorgenommene fotografische Stillstellung der *bouncing chicks* das anschließende (Wieder-)Erkennen der Statistinnen auch in den flüchtigen Filmbildern.

Die britische Schauspielerin Marie Devereux bildet hierfür ein Paradebeispiel. Eine Fotografie in *The Chicks of Cleopatra* zeigt sie als Portrait in einer schwarzen, spitz zulaufenden Spitzen-Korsage. Während die Bildränder konturlos ausfransen, ist ihr lasziver, mit Kajal unterstrichener und die Kamera direkt adressierender Blick scharf gestellt. Das Bild wirkt wie ein Exempel *Playboy*'scher Ikonografie, befreit es die Schauspielerin doch von sämtlichen visuellen Indizien, die die Produktionsarbeit am Filmset von CLEOPATRA auch nur andeuten. Einzig über ihr pechschwarzes Haar, ihre markanten Brauen und ihren vollen Busen lässt sich zwischen Devereux und Kleopatra eine Beziehung stiften: Bei Marie Devereux handelt es sich nämlich um das *stand-in* und Körperdouble von Elizabeth Taylor.

Als Unterkategorie der Statist\*innen werden *stand-ins* beispielsweise für das Testen der Beleuchtungsvorrichtungen oder während des eigentlichen Filmdrehs zur Aufnahme von weiten oder *over-shoulder*-Einstellungen eingesetzt.<sup>13</sup> In einer kosteneffizienten Produktionslogik handelt es sich beim *stand-in* weniger um eine stabile menschliche Figur, als vielmehr um eine leicht verfügbare, physische Anwesenheit, welche die Leerstelle des Stars zeitweilig ausfüllt und dadurch finanzielles *surplus* generiert. Die *stand-ins* substituieren mit ihren profanen körperlichen Attributen (z.B. vergleichbare Haar- und Hautfarbe, ähnliche Körpergröße) zeitweise (und im Film unmerklich) die magische Anziehungskraft und Einzigartigkeit des Stars. Während die regulären Statistinnen innerhalb der filmischen *Mise en Scène* entsubjektiviert in der Menge verschwinden sollen, muss das *stand-in* entschieden gesehen und erkannt werden, nur eben als jemand, die sie nicht ist: hier etwa Marie Devereux als Elizabeth Taylor. Wird das *stand-in* als Arbeiterin durch Prinzipien der filmischen Montage untergraben und bleibt sie in den Credits des Films unbenannt, so findet sie scheinbar auf den Seiten der *Playboys* ihre bewahrende Niederschrift.<sup>14</sup> Dort werden Devereuxs Arbeit an CLEOPATRA und ihre Ähnlichkeit zu Kleopatra ausdrücklich in Schrift und Bild gebannt und ihr Auftritt im kommenden Film, innerhalb dessen man sie wiederentdecken könne, vage angedeutet: In einer Szene sollen sich Devereux und Richard Burton nämlich in den Armen liegen – *eine* Umarmung innerhalb eines vierstündigen Epos, das zur Hälfte aus der langatmigen On-Off-Romanze von Taylor und Burton bzw. Kleopatra und Antonius besteht.

Diese hier skizzierte Wahrnehmungsschule und Aufmerksamkeitslenkung des *Playboys* ist aber kein dem Film CLEOPATRA ausschließlich von außen zugezogener Diskurs, sondern hängt maßgeblich mit medientechnischen Transformationen des Kinos (und deren ästhetischen Konsequenzen) in den 1950er und 1960er Jahre zusammen – insbesondere mit der Verbreit(er)ung von Breitwandformaten wie Cinerama, CinemaScope oder Todd-AO. John Belton konstatiert in Konsequenz dieser Ausdehnung (und Krümmung) der Leinwand *grosso modo* eine Transformation der Zuschauer\*innenposition als zentralisiert und dezentriert zugleich.<sup>15</sup> Die Expansion und der Umgriff der Kinoleinwand und die damit betonte Horizontale in Filmen wie CLEOPATRA, der mittels Todd-AO gedreht wurde, aktivieren demnach einen panoramatisch abtastenden, diffusen und mitunter auch ›demokratischen‹ Blick, der durch bildkompositorische

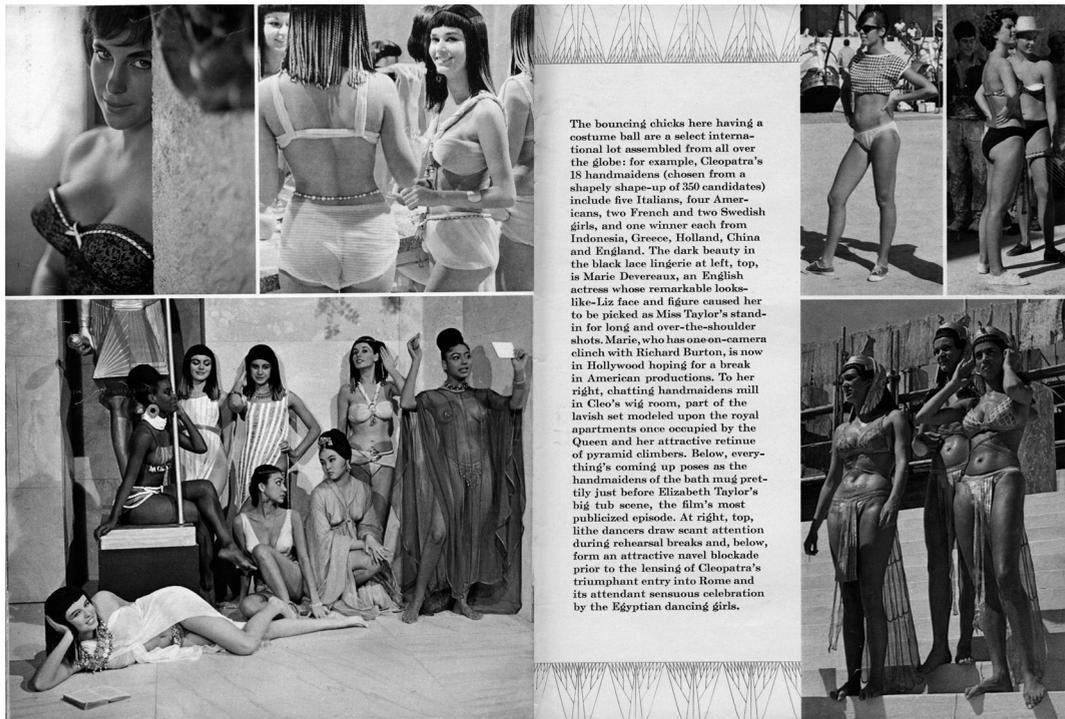


Abb. 2: Marie Devereux und das *select international lot* an Statistinnen

und aufmerksamkeitslenkende Strategien gleichsam konzentriert und verwaltet wird.<sup>16</sup> Dieses grundlegend ambivalente Sichtbarkeitsverhältnis zwischen Zentrum und Peripherie des Monumentalfilms im Breitwandformat materialisiert sich im aufgeklappten Schmuddeleheft als visuelles Spannungsverhältnis zwischen Star und Extra. Über das Medium der Fotografie, welches die peripheren und flüchtigen Statistinnen des Films zeitlich fixiert und fetischisierend in Besitz nimmt, partizipiert das Magazin *Playboy* also an einer Sichtbarmachung (und Enthüllung) unsichtbarer Filmarbeiterinnen.

Abseits dieses schlichten Umstands einer fotografischen Sichtbarmachung von Statistinnen muss weiter gefragt werden, wie sich die durch den *Playboy* bereitgestellte Sichtbarkeit genau gestaltet. Was wird fotografisch (nicht) zu sehen gegeben? Welche Beziehungen unterhalten die einzelnen Fotografien innerhalb der Reihung als Bildstrecke zueinander? Und in welchem Verhältnis stehen *Cleopatras Chicks* zu den regulären *Playboy Bunnys* einerseits und zum tradierten Diskurs um das Extra-Girl andererseits? Dass es sich bei *The Chicks of Cleopatra* nicht um eine identitätspolitische Sichtbarmachung von marginalisierten Filmarbeiterinnen handelt, ist offensichtlich. Vielmehr ist die hier eingeräumte Sichtbarkeit selbst ein Effekt patriarchaler Herrschaftsmechanismen und ist insofern exemplarisch für das ideologische Programm des *Playboys*.

Die Popularität von US-amerikanischen Männermagazinen wie dem 1953 von Hugh Hefner gegründeten *Playboy* wird häufig als hypermaskuline Reak-

tion auf eine Krisen- und Kriegserfahrung von Männlichkeit und die expandierende Konsumkultur, die dezidiert auch weiße, heterosexuelle Männer adressiert, beschrieben.<sup>17</sup> Der *Playboy* zelebriert seine Leser als konsumierende Subjekte: Die Junggesellen werden mit Möblierungsvorschlägen für ihre Stadtwohnung, mit der neuesten Männermode und mit leicht bekleideten Frauen konfrontiert, die allesamt zu ihrem Konsum bereitstehen. Die Darstellungen (halb)nackter *girls* ist hier unverzichtbar, denn nur so kann zwischen männlichen Mannequins und den neuesten Einbauschränken garantiert werden, dass es sich beim *Playboy* nicht um ein Frauen- oder Schwulenmagazin handelt. Innerhalb dieser kommodifizierten Displays seien die *girls* im Gegensatz zu den Männermodels oder den Interieurs aber gerade nicht objektiviert und verdinglicht – so zumindest die Selbstkonzeption des *Playboys*: Die abgedruckten Aktfotografien der jungen Frauen werden immerzu mit ihrem Namen und ihrer persönlichen ›Lebensgeschichte‹ versehen.<sup>18</sup> Unter dem Mantel einer sexuellen Revolution imaginiert der *Playboy* seine *Girls Next Door* als moralisch aufrichtige, hedonistische und sexuell selbstbestimmte Subjekte, die in der Zeitschrift gerade in ihrer Gewöhnlichkeit dargestellt werden müssen, um als sexuell verfügbar zu erscheinen.<sup>19</sup>

Innerhalb dieser Logik ist es nur konsequent, dass sich in den 1960er Jahren Fotoreportagen häufen, die die Geschehnisse und Produktionsumstände am Filmset, und insbesondere dortige anonyme Statistinnen ins Visier nehmen. In der Figur der Extras fällt der Exhibitionismus einer darstellenden Tätigkeit und die sexuell-reizvolle Gewöhnlichkeit dieser (arbeitenden) Frauen zusammen.<sup>20</sup> Beispielhafte Bildstrecken wie *What's Nude, Pussycat?* (1965), *007's Oriental Eyefuls* (1967), *The Bizarre Beauties of ›Barbarella‹* (1968) oder *The Girls of ›Funny Girl‹* (1968) tragen indes die Objektifizierung von Weiblichkeit im und als Bild, zu der sich das Magazin *Playboy* synonymisch verhält, bereits in ihren Titeln.

*The Chicks of Cleopatra* moduliert nun den Mythos der Filmproduktion als eine Choreografie weiblicher Intimität, innerhalb derer klassische Arbeitshergänge nur eine untergeordnete Rolle spielen. In den engen Bildausschnitten dieser Fotostrecke bleibt neben tiefen Ausschnitten kaum Platz für andere Schauwerte der Filmarbeit. Auf den Fotografien im *Playboy* sieht man, wie die Statistinnen Posen einstudieren, Tanzchoreografien proben, Lippenstift nachtragen, miteinander tratschen, ihre Münder mit phallischen Objekten umspielen oder in sich versunken auf ihren Einsatz warten. Mit diesen schlichten Bildhandlungen geht ein naiv-kindlicher Ausdruck auf den Gesichtern der Extras einher, der sie als sexuell harmlos für die adressierte voyeuristische Blickposition darbietet. Die Zusammenschau dieser Fotografien ist indes keinem linearen Narrativ (etwa der chronologischen Abfolge eines Arbeitsalltags) unterworfen. Die beiden wesentlichen Ordnungsprinzipien in *The Chicks of Cleopatra* bilden vielmehr die (miteinander zusammenhängenden) Topoi der ›Typenvielfalt‹ und der ›Kostümierung‹ – beides bezeichnenderweise wesentliche Parameter für die Beschäftigung und Entlohnung von Extras.<sup>21</sup>

Der die Bildstrecke begleitende Text lokalisiert und adressiert jede einzelne Fotografie im Zeitschriftenlayout und versieht sie mit einer kurzen, häu-

fig redundanten Beschreibung. In wenigen, aber blumigen Worten werden die abgebildeten Statistinnen zumeist mit ihrem Namen, ihrer Nationalität und ihren individuellen (das heißt hier: körperlichen) Qualitäten identifiziert. Entgegen einer durch den Monumentalfilm der 1960er Jahre geprägten, populären Rede vom »cast of thousands«<sup>22</sup> als homogene Statist\*innenmasse und konträr zur Definition von Extras als »absence of identity«<sup>23</sup> investiert der *Playboy* seine sparsamen Worte darin, die unbestimmte Menge an Statistinnen als eine Formenfülle und Mannigfaltigkeit weiblicher Individuen zu konturieren. Gerade in den unterschiedlichen Nationalitäten der Statistinnen, die in *The Chicks of Cleopatra* hyperbolisch und zahlengetreu aufgelistet werden, drückt sich die Fetischisierung rassifizierter Frauenkörper innerhalb globalisierter Arbeitsströme aus. Dem *Playboy*-Leser werden diese Statistinnen als Waren ›aus aller Herren Länder‹ angepriesen:

The bouncing chicks here having a costume ball are a select international lot assembled from all over the globe: for example, Cleopatra's 18 handmaidens (chosen from a shapely shape-up of 350 candidates) include five Italians, four Americans, two French and two Swedish girls, and one winner each from Indonesia, Greece, Holland, China and England.<sup>24</sup>

Das Resultat dieses länderübergreifenden Castings, das sich wie eine eigenwillige Mischung aus Fließbandfertigung und *Miss Universe Pageant* liest, kann in einem Gruppenbildnis bestaunt werden. Darin werden neun Statistinnen in Kleopatras Badeanstalt versammelt. Dokumentiert die Fotografie hier augenscheinlich eine Drehpause – schließlich können die Extras rasch ihr Haar richten oder in einem Buch blättern –, so lässt sie dennoch nicht eine sorgsame, gar artifizuell erscheinende Bildkomposition vermissen. Die in Unterwäsche und transparente Kaftane gekleideten Frauen ruhen sich nicht aus, sondern posieren jeweils in deutlich gefestigter Körperspannung und bilden insgesamt ein linienparalleles Arrangement, das frontal zur Kamera hin exponiert ist. Diese ostentative Präsentation der Statistinnen unterstreicht ihre visuellen Differenzen untereinander, treten doch hier, gerade vor dem Hintergrund der weißen Steinwände innerhalb des ohnehin schon orientalisierten CLEOPATRA-Settings<sup>25</sup>, die *extras of color* eklatant hervor. Diese postulierte Vielgestaltigkeit von Weiblichkeit im Bild, die im *Playboy* als eine Produktdifferenz der aufgetischten Frauenkörper produziert wird, geht mit einer formalen Heterogenität der Bilder selbst einher. Zu den klar inszenierten Aufnahmen gesellen sich in *The Chicks of Cleopatra* immer wieder Schnappschüsse, die heimlich und aus Distanz aufgenommen zu sein scheinen. Die Fotografien besitzen ganz unterschiedliche Maße; zumeist sind sie farbig, eine Fotografie ist aber schwarz-weiß.

Diese ästhetische Verschiedenheit der Aufnahmen hat einen pragmatischen Grund: Die Urheber dieser im *Playboy* publizierten Produktionsfotografien sind nämlich gleich sechs verschiedene Männer. Darunter sind eher unbekannte Fotografen wie Patrick Morin, Larry Gordon und Howell Conant, die bereits in der Vergangenheit für den *Playboy* gearbeitet haben. Aber auch Aufnahmen der wesentlich renommierteren Fotografen Larry Shaw und Léon Herschtritt,

die sich im Kontext des Autorenfilms einen Namen gemacht haben, werden hier erstmals im *Playboy* abgedruckt. Die meisten Fotografien gehen indes auf Robert Penn zurück, der als (Haupt-)Standfotograf am Set von *CLEOPATRA* in Rom angestellt war.

Diese verstreute Autorschaft insinuiert, dass es sich bei dem Großteil dieser Bilder um ganz reguläre Setfotografien handele, die erst nachträglich für eine Publikation im *Playboy* in Betracht gezogen wurden. Das hieße wiederum, dass diese Fotografien nicht allein einer intendierten Sexualisierung von Frauenkörpern für einen antizipierten *Playboy*-Leser unterstehen, sondern auch schlichtes Resultat einer Filmproduktionskultur und der ihr eingeschriebenen Sexismen darstellen.<sup>26</sup> Daneben lassen diese Fotografien und ihre unterschiedlichen Urheber ein komplexes und polysemantisches Produktionsnetzwerk durchblicken, das starre Vorstellungen von Produktionsfotografien als vollends intendierte und eindeutige Selbstdarstellung einer homogenen Filmindustrie problematisiert.

Die ästhetisch variablen Fotografien des immer gleichen Bildsujets werden in *The Chicks of Cleopatra* in einem Bildraster angeordnet. Über ein weißes Gitter, das die Produktionsfotografien umgibt, wird generell ein vergleichendes Sehen mobilisiert, das sich im Besonderen an der Darstellung der Statistinnen vor und nach der Kostümierung entfacht. Immer wieder werden in dieser Bildstrecke Ansichten der Statistinnen in Zivil und Bilder im Kostüm gegenübergestellt. Der Blick hinter die Kulisse des Films ist hier also ein Blick auf und hinter die Verkleidung der Statistinnen. Diese Gegenüberstellung von Alltagskleidung und Verkleidung gibt sich dabei insofern als nur vermeintlicher Gegensatz aus, da die fotografische Zurichtung der Frauen für den Kamerablick vom jeweiligen Kostüm unberührt bleibt. Die Differenz zwischen privaten und beruflichen Textilien kollidiert. Dieses fotografische Ordnungsschema entlang des Kostüms ist insofern aufschlussreich, da es visuell die Darstellerinnen und ihre filmischen Rollen parallelisiert, genauso wie auch der Begleittext der Bildstrecke die Begriffe *Extras* und *handmaidens* oder *slave girls* synonym verwendet. Die Sklavenhaltergesellschaft der Antike und die Produktionshierarchien am Filmset werden in eins gesetzt. Gleichzeitig arbeitet die Fokussierung auf das Kostüm den textuellen Beschreibungen im *Playboy* auch entgegen. Die sprachlich immer wieder aufgerufenen äußerlichen Marker von Identität werden fotografisch nämlich unter den meist uniformen Kostümen, den immergleichen Perücken, und unter Make-up und Körperschminke (zumindest tendenziell) uneindeutig. Doch selbst unter der einheitlichen Kostümierung als Dienerinnen Kleopatras trete – so der *Playboy* – die attestierte Individualität der Extras hervor und bereichere den Film: »Each of ›Cleopatra's‹ chicks imbues the film with her own youthful vitality [and] a fresh effervescence«. <sup>27</sup>

Zusammenfassend konturiert *The Chicks of Cleopatra* die Filmstatistinnen über das fotografische Medium, die Reihung der Bilder und ihre textuelle Verankerung als junge, sexuell verfügbare Frauen, die allesamt – obgleich ihres niedrigen Standes als Extras – über das gewisse, ›individuelle‹ Etwas verfügen, dass es ihnen erlaube, potenziell zum Star aufzusteigen. Aus sämtlichen Ecken der Welt pilgern sie ans Filmset, wo ihre Anwesenheit fotografisch weniger als

aktives Arbeiten und vielmehr als passives, aber spaßiges Warten moduliert wird. Genau diese Vorstellung von Filmstatistinnen ist allerdings keine neue – 1963 eher schon antiquiert<sup>28</sup> – und rekurriert auf die Figur des Extra-Girls, wie sie in populären und filmpublizistischen Diskursen in den 1910er und 1920er Jahren virulent wurde. In einer *Playboy*-Ausgabe vom Oktober 1960 heißt es dazu eindrücklich: »Hollywood may change, but the atmosphere that envelops each new arrival as she [d.i. die Statistin; TF] seeks to find the niche remains the same bubbly hedonism of the Twenties [...]«. <sup>29</sup>

Tatsächlich ist das Extra-Girl um 1920 aber keine ausschließlich spaßig-sprudelnde, sondern mitunter eine pathologisierte Figur. Filmstatistinnen avancieren zwar zu Projektions- und Werbeflächen für Fantasien des gesellschaftlichen Aufstiegs innerhalb der Traumfabrik Hollywoods. Gleichzeitig manifestieren sich an Extras gesellschaftliche Verunsicherungen, da junge Frauen in Scharen nach Los Angeles reisen, um dort Erwerbstätigkeit und (ökonomische wie sexuelle) Eigenständigkeit aufzusuchen, dabei aber Gefahr laufen (ökonomisch wie sexuell) ausgebeutet zu werden. <sup>30</sup> Das öffentliche Bild der Statist\*innen ist dabei notwendigerweise weiblich (obgleich mehr männliche Statisten gesucht wurden), handelt es sich doch um eine ungelernete Tätigkeit, die maßgeblich auf dem narzisstischen Wunsch der Star-Werdung beruhe. <sup>31</sup> Shelly Stamp beschreibt die weitläufige publizistische Aufmerksamkeit, die dem Problem des Extra-Girls zuteil wird, als eine Verschleierung von weiblichen Errungenschaften und Beschäftigungsmöglichkeiten in anderen Filmberufen abseits der Statisterie. <sup>32</sup> Denise McKenna geht noch einen Schritt weiter und konstatiert, dass der Diskurs um das Extra-Girl nicht nur andere Berufsgruppen unter sich begrabe, sondern auch die Arbeit der Statist\*innen selbst ausradie: »[T]he ›extra girl‹ effectively alienates the extra from screen labour by reducing a heterogeneous and disruptive body to a ›star image‹.« <sup>33</sup> Die individuellen, heterogenen Statist\*innen werden zu einem filmindustriell kontrollierbaren Imago der Belegschaft konfiguriert, in dessen Zuge die Umstände und Forderungen der Arbeiter\*innen verloren gehen. Das zeichenhafte Extra-Girl abstrahiere somit die Statist\*innenarbeit von ihrer materieller Grundlage.

In McKennas These klingt die anfangs geschilderte Missbilligung von medialen Produktionsdarstellungen durch die Production Studies erneut an. Und auch nicht grundlos: Freilich unterminieren die in *The Chicks of Cleopatra* entworfenen (entblößten und multinationalen) Extras die dokumentierten Streiks, die die Statistinnen aufgrund ihrer zu freizügigen Kostüme geführt haben, und überdecken die journalistischen Berichte, die eine ethnische Segregierung unter den Statist\*innen und Tänzer\*innen am Set von CLEOPATRA vermuteten. <sup>34</sup> Das disqualifiziert die Produktionsfotos im *Playboy* aber nicht als ausschließlich anrühiges, geschöntes oder gänzlich verfälschtes Produktionswissen. Der hier beschriebene Prozess der außerfilmischen Bild- und Zeichenwerdung der Extras ist vielmehr selbst Teil eines kapitalistischen Filmproduktionsapparats. <sup>35</sup> Über die genauere Beschaffenheit dieses Produktionsapparats kann die Fotostrecke *The Chicks of Cleopatra* und deren Situierung im *Playboy* Auskunft geben. So beschreibt Paul B. Preciado die mediale Lustproduktion im *Playboy*

als einen Übergang vom Industriekapitalismus hin zum, wie er es nennt, pharmakopornografischen Kapitalismus:

Die Verwandlung der Sekretärin [...] in das »Mädchen des Monats« und das Publikmachen ihres Privatlebens ist eigentlich ein Prozess der Kapitalisierung und Privatisierung des Lebens, wie es für die Umwälzung der Produktionsprozesse im Postfordismus typisch ist. Das Mädchen von nebenan ist [...] das Serienprodukt eines kapitalistischen Produktionsprozesses.<sup>36</sup>

Preciado lokalisiert im *Playboy* eine Frühepisode der postfordistischen Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung, wie sie im Laufe der 1970er Jahre manifest wird. Darin gewinnt gerade immaterielle Produktion, also die Herstellung kultureller Produkte, die kommunikativen Dienstleistungen und die Handhabung und Verwaltung von Affekten, mehr und mehr an Bedeutung. Über diese affektiven und immateriellen Dimensionen der Arbeit drücken sich gesellschaftliche Subjekte als handelnd aus bzw. produzieren sie hierin überhaupt erst ihre Subjektivität.<sup>37</sup>

Innerhalb dieser (frühen) postfordistischen Ordnung stellt der Film *CLEOPATRA*, als ein letztes Relikt des klassischen Studiosystems, eine Geschichte des Scheiterns fordistischer Filmproduktion dar, deren Effizienz durch globalisierte Standortwechsel und sich am Set ereignende Affekte wie deren massenmedialer Kommunikation immer wieder unterminiert wird. Im Zuge der langjährigen Streckung der Filmproduktion und dem steten Aufschub des Endprodukts Film wirft *CLEOPATRA* immer wieder extrafilmische Produkte ab und kapitalisiert damit einen Herstellungsprozess, der nicht vollständig den Prinzipien der Rentabilität gehorchen will. Dadurch geraten auch die (üblicherweise nur latent sichtbaren) Extras in den intermedialen Fokus. Gerade über diese zeichenbasierte Immaterialisierung von Statistinnen, wie sie am Beispiel von *The Chicks of Cleopatra* diskutiert wurde, werden ökonomische Anforderungen an weibliche Individualität (und deren mediale Produktion) für die Filmarbeit der 1960er Jahre kommuniziert.

## Anmerkungen

- 1 Vgl. Mayer, Vicki: The Production of Extras in a Precarious Creative Economy. In: Curtin, Michael; Sanson, Kevin (Hgg.): *Precarious Creativity. Global Media, Local Labor*. Oakland 2016, S. 63–73.
- 2 Vgl. Caldwell, John: *Production Culture. Industrial Reflexivity and Critical Practice in Film and Television*. Durham, London 2008, S. 283–306.
- 3 Klinger, Barbara: Digressions at the Cinema. Reception and Mass Culture. In: *Cinema Journal*, Vol. 28, Nr. 4, 1989, S. 3–19; hier: S. 5.
- 4 Zu CLEOPATRA als kommerzielles und historiografisches Netzwerk vgl. Wendler, André: *Anachronismen. Historiografie und Kino*. Paderborn 2014, S. 184–225.
- 5 Vgl. Gwóźdź, Andrzej (Hg.): *Film als Baustelle. Das Kino und seine Paratexte*. Marburg 2009.
- 6 o.A.: The Chicks of Cleopatra. Liz' Extra-Special Extras. In: *Playboy*, Februar 1963, S. 94–101.
- 7 o.A.: Liz as Cleo. An Exclusive Unveiling of a Queen in a Taylor-Made Role. In: *Playboy*, Januar 1963, S. 80–87.
- 8 The Chicks of Cleopatra. A.a.O., S. 100.
- 9 Ebd., S. 96.
- 10 Vgl. Straw, Will: The Small Parts, Small Players Dossier. Introduction. In: *Screen*, Vol. 52, Nr. 1, 2011, S. 78–81; hier: S. 79f.
- 11 Vgl. Willemsen, Paul: Figures of the Extra. In: Ders. (Hg.): *Actors and Extras*. Brüssel 2009, S. 9–36; hier: S. 10.
- 12 Insofern lässt sich eine Verwandtschaft der Filmstatistinnen zu Kategorien wie dem Detail oder dem Ornament erkennen, die im Laufe der Kunst- und Kulturgeschichte als kosmetische, dekorative oder decadente Effekte in Ungnade gefallen sind und in dieser Inkriminierung ausdrücklich mit Weiblichkeit verschaltet wurden. Vgl. Schor, Naomi: *Reading in Detail. Aesthetics and the Feminine*. [1987] New York, London 2006.
- 13 Vgl. Chrisholm, Ann: Missing Persons and Bodies of Evidence. In: *Camera Obscura*, Vol. 15, Nr. 1, 2000, S. 123–161, hier: S. 126f.
- 14 Parallel zu ihrer Funktion im Film dient Marie Devereux auch im Bildarrangement des *Playboys* als Platzhalterin des Stars, ähnelt ihre Fotografie doch eher der emblemartigen Darstellung der statuesken Liz Taylor als den vielgestaltigen Repräsentationen der tendenziell unspektakulären Extras.
- 15 Vgl. Belton, John: *Widescreen Cinema*. Cambridge 1992, S. 197.
- 16 Vgl. ebd., S. 197–201.
- 17 Vgl. Pitzulo, Carrie: *Bachelors and Bunnies. The Sexual Politics of Playboy*. Chicago 2011, S. 18.
- 18 Vgl. ebd., S. 50.
- 19 Vgl. ebd., S. 45.
- 20 Insofern mag es nicht überraschen, dass einige Extras auch abseits des Filmsets als Modell für den *Playboy* arbeiteten. Gesa Meiken etwa, die als Extra in BOCCACCIO 70 (IT/FR 1962, R. Federico Fellini et al.) und CLEOPATRA »entdeckt« wurde, posierte anschließend für die Bildstreifen *The Girls of Rome* und *Return to Rome*. Vgl. o.A.: *Return to Rome*. In: *Playboy*, August 1962, S. 54–57.
- 21 Vgl. Missing Persons and Bodies of Evidence. A.a.O., S. 138.
- 22 Fortmueller, Kate: *Part-Time Labor, Full-Time Dreams. Extras, Actors and Hollywood's On-Screen Talent*. Unveröffentlichte Dissertation. Los Angeles 2014, S. 92f.
- 23 *Figures of the Extra*. A.a.O., S. 32.
- 24 *The Chicks of Cleopatra*. A.a.O., S. 99.
- 25 Zu Fragen von *race* in CLEOPATRA vgl. Royster, Francesca T.: *Becoming Cleopatra. The Shifting Image of an Icon*. New York 2003, S. 93–120 und Shin, Gloria: *White Diamond. Elizabeth Taylor's Adventures in American Empire and the Ecstasy of Postcolonial Whiteness*. Unveröffentlichte Dissertation. Los Angeles 2012, S. 145–194.
- 26 Vgl. diesbezüglich auch das für CLEOPATRA angefertigte Featurette THE FOURTH STAR OF CLEOPATRA (USA 1963, R. Louis Tetunic). Wie der Name dieses Making-of-Films bereits andeutet, werden hier die drei Hauptdarsteller\*innen des Films ignoriert und stattdessen der vierte Star, also die »production itself«, ausgiebig aufgezeichnet. Den Höhepunkt des 9-minütigen Kurzfilms bildet eine 90-sekündige Sequenz bestehend aus Tanzproben der knapp bekleideten Statistinnen, die für den Kamerablick des Making-of-Films hin ausgerichtet sind. Diese Tanzeinlagen werden durch ein Voice-Over gerahmt: »These scenes from CLEOPATRA are renewing interest in ancient history all around the world. [...] And that was only a rehearsal.«
- 27 *The Chicks of Cleopatra*. A.a.O., S. 100.
- 28 Vgl. *Part-Time Labor, Full-Time Dreams*. A.a.O., S. 45.
- 29 o.A.: *The Girls of Hollywood*. In: *Playboy*, Oktober 1960, S. 94–101 und S. 108; hier: S. 108.
- 30 Eine regulierende Reaktion darauf ist die Etablierung des *Central Casting*, das die Arbeit der Statist\*innen zentralisiert, registriert und institutionalisiert. Vgl. Ross, Murray: *Stars and Strikes*.

- Unionization of Hollywood. New York 1941, S. 64–88.
- 31 Vgl. ebd., S. 75.
- 32 Vgl. Stamp, Shelly: »It's a long way to Filmland.« Starlets, screen hopefuls, and extras in early Hollywood. In: Keil, Charlie; Dies. (Hgg.): American Cinema's Transitional Era. Audiences, Institutions, Practices. Berkeley 2004, S. 332–349; hier: S. 340f.
- 33 Vgl. McKenna, Denise: The photoplay or the pickaxe. Extras, gender, and labour in early Hollywood. In: Film History, Vol. 23, Nr. 1, 2011, S. 5–19; hier: S. 16.
- 34 Vgl. Wanger, Walter; Hyams, Joe: My Life with Cleopatra. The Making of a Hollywood Classic. [1963] New York 2013, S. 110–113.
- 35 Vgl. Digressions at the Cinema. Reception and Mass Culture. A.a.O., S. 9.
- 36 Preciado, Beatriz: Pornotopia. Architektur, Sexualität und Multimedia im »Playboy«. Berlin 2012, S. 44.
- 37 Vgl. Hardt, Michael; Negri, Antonio: Empire. Die neue Weltordnung. Frankfurt am Main, New York 2002, S. 300–305.

*Abbildungsnachweise:*

Abb. 1: o.A.: The Chicks of Cleopatra. Liz' Extra-Special Extras. In: Playboy, Februar 1963, S. 94f.

Abb. 2: o.A.: The Chicks of Cleopatra. Liz' Extra-Special Extras. In: Playboy, Februar 1963, S. 98f.