

# Inhalt

Vorwort . . . . .	7
1. Einleitung . . . . .	9
1.1 »Open Cinema« – Film in der bildenden Kunst der 1960er Jahre . . .	9
1.2 Eingrenzung des Themas . . . . .	15
1.3 Forschungskontexte . . . . .	18
1.4 Methodisches Vorgehen . . . . .	23
2. Die experimentelle Filmpraxis im Kontext der Pop Art . . . . .	29
2.1 Rezeptionen der Pop Art – zwischen Musealisierung und kultureller Programmatik . . . . .	29
2.2 Praktiken der Aneignung in der Pop Art . . . . .	36
2.3 Massenmedien, visuelle Kultur und die Konturierung eines neuen Bildbegriffs in der künstlerischen Praxis . . . . .	39
3. Eduardo Paolozzis modulare Bildkombinationen . . . . .	47
3.1 Das Sammeln und Wiederverwenden von Bildern . . . . .	48
3.2 Von der Collage zum Animationsfilm <i>History of Nothing</i> . . . . .	58
3.3 Filme und Filmverweise im druckgrafischen Werk . . . . .	67
3.4 Zusammenfassung . . . . .	74
4. Das Bild als Mittel der Dekonstruktion bei Bruce Conner . . . . .	77
4.1 Die Rückseite des Kunstwerks . . . . .	78
4.2 Visuelle Dekonstruktionen in dem Film <i>A movie</i> . . . . .	86
4.3 Mediale Inszenierungen als Kunst . . . . .	94
4.4 Zusammenfassung . . . . .	98
5. Gianfranco Baruchellos diagrammatische Bilder . . . . .	101
5.1 Diagrammatische Ordnungen . . . . .	102
5.2 Subversives Erzählen in dem Film <i>Verifica incerta</i> ( <i>Disperse exclamatory phase</i> ) . . . . .	110
5.3 Symbolisches Handeln in den Aktionen . . . . .	120
5.4 Zusammenfassung . . . . .	125
6. Räumliche Erweiterungen des Bildes bei Mario Schifano . . . . .	127
6.1 Die zirkulierenden Bilder der Werbung . . . . .	128

6.2	Das Projektionsbild als Handlungsraum in der Filmtrilogie . . . . .	133
6.3	Fernsehlandschaften . . . . .	148
6.4	Zusammenfassung . . . . .	155
7.	Die Vergegenwärtigung des Bildes bei Andy Warhol . . . . .	157
7.1	Präsenz der Wiederholung . . . . .	159
7.2	Die Produktion von Gesichtern in der Werkgruppe der <i>Most Wanted</i> und <i>Most Beautiful</i> . . . . .	167
7.3	Erlebnissräume . . . . .	180
7.4	Zusammenfassung . . . . .	185
8.	Das Bild als Schauplatz bei Martial Raysse . . . . .	187
8.1	Szenarien des Konsums und der Werbung . . . . .	188
8.2	Vom erweiterten Bildraum zur Film- und Videoinstallation . . . . .	197
8.3	<i>Jésus-Cola</i> als karnevalesker Film . . . . .	207
8.4	Zusammenfassung . . . . .	216
9.	Der Film als künstlerisches Experimentalfeld – Resümee . . . . .	219
9.1	Künstlerische Sondierungen des sozialen Feldes . . . . .	219
9.2	Die filmische Praxis als angewandte Bildtheorie . . . . .	224
10.	Anhang . . . . .	233
11.	Literaturverzeichnis . . . . .	249
12.	Abbildungsnachweis . . . . .	263