
Das Sichtbare und das Sehbare

Kino als Kunst des abgewandten Blicks

Vinzenz Hediger

Wer würde denn erkennen, dass, wer in der Sichtbarkeit
gedemütigt, angefochten, verworfen und getötet wird, in
höchstem Maße zugleich inwendig erhöht, getröstet,
angenommen und lebendig gemacht wird, wenn er nicht
vom Geist durch den Glauben gelehrt würde?

Martin Luther, Psalmenvorlesung 1513–1515

No one had ever done this before,
and no one will ever do it again.

Because why would they?

John Waters über PINK FLAMINGOS

Am Ende von Lars von Triers *ANTICHRIST* (DK 2009) verstümmelt die weibliche Hauptfigur, gespielt von Charlotte Gainsbourg, mit einer Schere ihr Geschlecht. Wie das geschieht und was man davon sieht, weiß ich allerdings nicht. Ich habe den Film im Kino gesehen, aber in diesem Moment den Blick von der Leinwand abgewandt. Ich wusste genug. Und auch jetzt stelle ich mir die Szene nicht vor, jedenfalls nicht in dem Sinne, dass ich sie mir bildlich vor Augen halte. Aus der Geste der Protagonistin war im Ansatz zu erkennen, was geschehen würde, und das genügte, um eine so starke körperempathische Reaktion auszulösen, dass ich sie unwillkürlich abschnitt. Diese Reaktion lässt sich jederzeit mühelos aus der Erinnerung wieder herstellen, wobei die Wiederherstellung immer in eine Wiederholung ausläuft, als wäre ich

zugleich fasziniert und traumatisiert von diesem Bild, das ich doch gar nicht gesehen habe. Erst bei der Arbeit am vorliegenden Text trat mir wieder ins Bewusstsein, dass kurz vor dieser Stelle auch ein Balkenhieb gegen einen erigierten Penis zu sehen ist, den ich längst vergessen hatte.

Wenn Metz den Film mit Begriffen der Psychoanalyse als «fantasme d'autrui» bezeichnet – als Tagtraum, der von außen kommt (Metz 2000 [1975/1977]) –, könnte man diese Szene als Beispiel eines «traumatisme d'autrui» verstehen, als psychisches Trauma, das von außen kommt. Als «traumatisme d'autrui» kann man auch einen Film wie Oliver Stones JFK behandeln: Das Trauma der Ermordung Kennedys mündet bei Stone in eine «story that won't go away», die sich nicht zu Ende erzählen lässt und immer wieder neu erzählt werden muss, was zu einer Proliferation der Erzählebenen und der Bildfragmente führt (vgl. Hediger 1998). Während in JFK das historische Trauma in seiner Unabgeschlossenheit die Gestalt einer Darstellung gewinnt, die seiner Struktur angemessen ist, geht es hier um eine Verletzung *durch* die Narration, bei der das traumatisierende Ereignis in der Beziehung zwischen Film und Adressat oder Blick und Leinwand liegt. Aus psychoanalytischer Sicht ist zudem die Geschlechterkonstellation meiner Sichtungsanekdote von Interesse. Folgt man Sinn und Geist von Laura Mulveys Analyse der Kinosituation, so ist zunächst zu konstatieren, dass mein Blick unzweifelhaft männlich ist (vgl. Mulvey 1994 [1975]). Meine körperempathische Reaktion gilt indes einer weiblichen Figur. Auf diese Geschlechterdifferenz kommt es im psychoanalytischen Szenario des Kastrationskomplexes aber gerade an. Die traumatisierende Wirkung des ungesehenen Bildes wäre demnach der Ertrag einer Kastrationsfantasie oder genauer: der Fantasie einer doppelten Kastration – eine Figur, der schon der «Mangel» inhärent ist, kastriert sich noch einmal selbst.

Die Frage, *warum* die ungesehene Szene so traumatisierend gewirkt hat, möchte ich nun zunächst zurückstellen, um einen anderen Aspekt in den Vordergrund zu rücken: die Tatsache, dass ich meinen Blick von der Leinwand abgewandt habe. Der männliche Blick beherrscht das Feld der Handlung, heißt es bei Mulvey. Doch hier hat die Handlung der Protagonistin, noch bevor sie vollzogen war, Herrschaft über den Blick gewonnen. Ihr Tun unterbricht die Beziehung des Blicks zu seinem Objekt. Zugleich wird eine noch basalere Beziehung unterbrochen, jene des Blicks oder Gehörs zum Werk. Diese Beziehung ist die der Zuwendung: Was auf der Leinwand zu sehen und im Klangraum des Kinos zu hören ist, ist das Ergebnis einer Selektion und oft auch Teil einer Dramaturgie der strategischen Aussparungen: Es geht um mehr, und es wird zumeist mehr aufgerufen und ins Spiel gebracht, als

zu sehen und zu hören ist. Voraussetzung dafür, dass diese Selektionen sinnfällig werden und die Dramaturgien aufgehen, ist die Zuwendung zu dem, was man sieht und hört. Was die Szene in *ANTICHRIST* so bemerkenswert machte, ist die Ahnung, die sich ebenso unmittelbar einstellte wie die traumatisierende Wirkung, dass ihr Gelingen auf meiner einberechneten Abwendung gründete.

Ich gehöre weder zu den Enthusiasten noch zu den Verächtern von Lars von Trier. Ich finde seine Filme interessant und durchaus lohnenswert. Die Anfangsszene von *ANTICHRIST* – ein Paar liebt sich, ein Kind, für den Moment unbeaufsichtigt, stürzt aus dem Fenster zu Tode – traf mich, und ich konnte zugleich ihre Artistik würdigen: die monochromen Tableaus, eine Reverenz an die außerhalb Skandinaviens wenig bekannten, aber bereits für Carl Theodor Dreyer wichtigen Interieurs des dänischen Malers Villem Hammershøi; die Eröffnung des Films mit einem dissonanten Großakkord von Sexualität, Tod und Schuld, die an den Anfang der ersten Symphonie von Carl Nielsen erinnert. Von Triers Filme sind für mich keineswegs *unwatchable*, und ich habe noch nie ihrer wegen einen Kinosaal verlassen – dies im Unterschied zu Hanekes *FUNNY GAMES* (Ö 1997), den ich einem Publikum überließ, das mit diesem Sonderangebot kulturkritischer Selbstvorwürfe mehr anfangen konnte als ich. In *ANTICHRIST* war es nur dieser eine Moment, dem ich mich verweigerte. Ich konnte den Film danach zu Ende schauen und die vielfältigen Bezüge zu Bergman in den letzten Bildern würdigen. Ich verließ das Kino allerdings mit dem Gefühl, dass gerade der kurze Moment des Wegsehens der kunstvollste des Films war: ein Moment, in dem er seine bisweilen beflissene Virtuosität durchbrach und mich aus meiner nicht minder beflissenen Haltung der würdigenden Kommentierung herausriss, um unversehens, mit der Plötzlichkeit eines Ausfalls gegen die kulturelle Norm (vgl. Bohrer 1981, 13ff), zu der Frage vorzustoßen, worum es im Kino eigentlich, oder zunächst einmal, geht.

Der Intuition, dass das Sichtbare, das nicht sehbar, nicht zum Anschauen ist, eine Bestimmung des Kinos liefert, und dass das schlechte Gefühl, das so stark wird, dass es nicht mehr auszuhalten ist, die affektive Deklination dieser Bestimmung liefert, möchte ich im Folgenden nachgehen. Ich werde dabei zunächst bei dem ansetzen, was man ›die Genreform des Unsehbaren‹ nennen könnte, und die Haltung des testenden Sehens, oder vielmehr der Selbstprüfung am unsehbaren Objekt, betrachten. In einem zweiten Schritt möchte ich die Stelle aus *ANTICHRIST* in eine Reihe mit zwei vergleichbaren Szenen aus *UN CHIEN ANDALOU* (Luis Buñuel & Salvador Dalí, F 1929) und John Waters' *PINK FLAMINGOS* (USA 1972) stellen, um der Frage nachzuge-

hen, ob es einen Unterschied zwischen einem generischen Register und singulären Momenten des Unsehbaren gibt und ob und inwiefern ausgerechnet im Abschneiden eines zu starken schlechten Gefühls das Kino seine Bestimmung als Kunstform erfährt.

I

Ob das, was auf der Leinwand sichtbar wird, sehbar ist, ob das, was zu sehen ist, sich überhaupt anschauen lässt, ist eine Frage, an der ganze Stränge des Genrekinos hängen. Wenn für die Narration allgemein gilt, dass sie ein doppelt gerichteter Prozess ist – gerichtet auf den Stoff und auf das Publikum (vgl. Wulff 1999, 11ff) –, dann könnte man bei jenen Genrefilmen, deren spezifische Erlebnisqualitäten mit den Begriffen «Horror» und «Thrill» charakterisiert werden, von einer Logik des doppelt gerichteten Tests sprechen. Die Zuschauer überprüfen in solchen Filmen laufend, ob das Sichtbare sehbar ist: Man überprüft an sich selbst, ob man anschauen kann, was nicht zum Anschauen ist, ob man also in der Lage ist, die Grenze des Sehbaren zu überschreiten. Und man überprüft zugleich, ob der Film als Testobjekt überhaupt taugt, ob das Sichtbare also wirklich so unsehbar ist, dass eine solche Selbstprüfung vonstatten geht. Benjamin spricht im Kunstwerkaufsatz von einer Haltung des Kinopublikums, die zugleich zerstreut und kritisch testend ist, und sie gibt für ihn das Paradigma des Kunstverhältnisses im Zeitalter der technischen Reproduzierbarkeit ab. Analog dazu lässt sich sagen, dass das Publikum am Horrorfilm und Thriller seine Seh- und Wahrnehmungsbereitschaft überprüft – wobei zwischen einer rein physiologischen *Wahrnehmungsfähigkeit* und einer affektiv und moralisch überformten *Wahrnehmungsbereitschaft* zu unterscheiden ist.

Diese Logik des doppelt gerichteten Tests, der Selbstprüfung des Publikums, die mit einer Prüfung des Films einhergeht, lässt sich an einem historischen Dokument erläutern, das ausdrücklich von einer solchen Versuchsanordnung handelt: einer fingierten Testvorführung des Hitchcock-Films *THE BIRDS* (USA 1963). Noch bevor Alfred Hitchcock von der französischen Filmkritik die Weihen des *auteur*-Status erhielt, war er in den USA schon das, was man einen *household name* nennt. Seine Auftritte im Fernsehen als Gastgeber der Serie *ALFRED HITCHCOCK PRESENTS* hatten ihn bekannt gemacht und den beliebten Herrn im schwarzen Anzug zu einem Markenbotschafter für einen besonderen Typus des Thrillers werden lassen. Die Kunstfigur des Markenbotschafters war weitgehend eine Schöpfung des Werbetexters Sam Allardyce, der die Intros für jene Fernsehshow schrieb und ab *PSYCHO*

(USA 1960) auch die Scripts für Hitchcocks Trailer. Der Markenbotschafter Hitchcock dachte über seine Kunst nicht weniger differenziert nach als der *auteur* Hitchcock. Als Beleg dafür mag der folgende Radio-Werbespot gelten,¹ den Allardyce 1963 für *THE BIRDS* schrieb:

HITCHCOCK

How do you do. I'm Alfred Hitchcock.
I am in the lobby of the theatre,
where my latest motion picture
«The Birds» is being previewed,
to ascertain how the audience is reacting.

(SOUND of door opening. BIRD NOISES heard in background. SOUND of door closing.)

HITCHCOCK

Ah, here comes a lady. Madam, I'm
Alfred Hitchcock. What is your
candid opinion of «The Birds»?

WOMAN

You fiend!

HITCHCOCK

Madam, put down that umbrella please!
... Oh dear, I'll try someone else ...
You, sir, what is your opinion of
«The Birds»?

(SOUND EFFECT: Gurgle, gurgle, gurgle, as man GASPS breathlessly.)

HITCHCOCK

Oh, dear, the poor fellow has been
struck dumb. Fright will do strange
things to people... Madam, pardon me,
did you enjoy «The Birds»?

¹ Das Originalmanuskript ist Teil der «Hitchcock Collection» in der Margaret Herrick Library in Beverly Hills.

WOMAN
(loud SCREAMS)

HITCHCOCK
Thank you, Madam, it is a pleasure
to meet a discerning and perceptive
movie-goer. Please tell your friends
about «The Birds».

WOMAN
(another SCREAM)

HITCHCOCK
(very pleased)
Thank you ... very much.

Zunächst einmal handelt es bei diesem Werbetext um einen Witz: Eine ältere Dame, ein junger Mann und eine junge Frau gehen gemeinsam ins Kino; es läuft ein Hitchcock-Film; sagt die ältere Dame ... usw. Es handelt sich dabei um einen Witz mit einer sogenannten «Dreierstruktur» mit Anfang, Hauptteil und Schlusspointe, bei der zugleich drei Figuren unterschiedliche Antworten auf dieselbe Frage geben und die letzte Antwort die Schlusspointe bildet. Spätestens wenn sich Hitchcock seiner zweiten Auskunftsperson zuwendet, erwarten die Hörerinnen und Hörer die Dreierstruktur «als Superstruktur für den ganzen Witz» und rechnen damit, dass nun eine Liste abgearbeitet wird (Kothoff 1997, 134). Der Schrei der Frau am Ende ist die Schlusspointe des Witzes. Man könnte mit einem Begriff, den Marijke de Valck (2005) aus der Radio-Komödie auf die Filme von Tati überträgt, von einem «sound gag» sprechen. Zugleich bezieht sich dieser Witz auf eine reale Versuchsanordnung: die Preview eines neuen Films. Solche Testvorführungen gehören seit den Anfängen des Spielfilms zum Hollywood-System, auch und gerade bei Werken von Regisseuren, die mittlerweile zum Kanon der Autoren gehören. Griffith kann als Erfinder des *test screening* gelten; er führte seine Filme immer einem Testpublikum vor und trug dessen Reaktionen Rechnung, indem er Szenen umschnitt oder nachdrehte. Dass auch Hitchcock seine Filme stets testen ließ, ist anzunehmen.

Die Testvorführung eines Films lässt sich mit dem Crashtest für ein neu entwickeltes Automobil vergleichen, einer Versuchsanordnung, die der Überprüfung des Produkts vor seiner Serienfertigung dient.

Der Film entspricht dabei dem Automobil und das Testpublikum den humanoiden Puppen, an denen die Auswirkung von Schleudereffekten auf die Insassen simuliert wird. Analog zu den Ergebnissen von Crashtests, die systematisch veröffentlicht und in der Verkehrserziehung seit Jahrzehnten eingesetzt werden (vgl. Robertson 1996), erbringen die Filmtests zugleich potenzielles Material für die Werbekampagne. Fallen die Ergebnisse negativ aus, so werden sie diskret verschwiegen, bis der Film bessere Resultate erzielt oder man zum Schluss kommt, dass er keinen Kinostart verdient. Fallen die Ergebnisse positiv aus, so können die Reaktionen der Zuschauer in Trailern und Werbespots aufgegriffen werden.

Getestet werden also Film wie Publikum, wobei dessen affektive Reaktionsmuster Aufschluss über Strukturmängel des Films liefern. Schlechte Gefühle beim Kinopublikum deuten jedoch keineswegs in jedem Fall auf zu behebbende Mängel hin. Das Publikum kann einen Film positiv bewerten, auch wenn er durchwegs ungute Gefühle hervorgerufen hat. Hier lässt sich an die ökonomische Metapher des «Gefühlshaushalts» anschließen² und von einer «Gefühlsbilanz» sprechen. Im ersten Fall lässt, um es mit Ed Tan zu formulieren, eine ungute Artefakt-Emotion die Gefühlsbilanz ins Negative kippen. Wem eine Komödie nicht gefällt, kann behaupten, dass er durchaus unterhalten wurde, aber unter seinem Niveau. Im zweiten Fall ist die Gefühlsbilanz positiv, obwohl die primären Emotionen negativ waren. Wem Hanekes *DAS WEISSE BAND* gefällt, kann von der Konsequenz der Inszenierung und der Ausführung beeindruckt sein; wer von *NUIT ET BROUILLARD* erschüttert ist, wird zunächst der Opfer des Holocaust gedenken und erst danach vielleicht die gelungene Form des Films würdigen. In beiden Fällen aber wiegt in der Endabrechnung, der Gefühlsbilanz, das schwerer, was man als «Meta-Emotion» bezeichnen kann (Gottman/Katz/Hooven 1997), ein rahmendes, kommentierendes Gefühl, das

- 2 Die Psychologie spricht von «Gefühlshaushalt» interessanterweise vor allem bei der Untersuchung von Alterungsprozessen (Staudinger et al. 1996). Im Englischen wird das Phänomen als «emotional balance» oder «emotional equilibrium» bezeichnet, wobei vor allem die zweite Formulierung auf das Feld der Ökonomie verweist. So wie Freud mit dem Begriff der «psychischen Energie» an die Physik des 19. Jahrhunderts anschloss, greift der Begriff des «emotional equilibrium» die These auf, dass Angebot und Nachfrage in Märkten zu einem Gleichgewicht tendieren, eine These, die der neoklassische Ökonom Léon Walras ebenfalls im 19. Jahrhundert entwickelte. Wie der Begriff der «psychischen Energie» ist das Konzept des Gefühlshaushalts in die Umgangssprache eingegangen und findet vor allem im Journalismus Verwendung. Eine mögliche Definition von seelischem Wohlbefinden im Sinne dieser doppelten Metapher wäre «effiziente Allokation von psychischer Energie».

sich auf ein primäres emotionales Geschehen bezieht.³ Die Reaktionen bei einer Testvorführung stellen so gesehen ein Set von Gefühlsbilanzen dar, bei denen die Meta-Emotionen den Unterschied zwischen einer positiven und einer negativen Bilanz ausmachen.

Im Sinne einer Heuristik lässt sich dies auch auf Hitchcocks Radiospot übertragen. Dabei zeigt sich, dass sich im Grunde nur die erste Informantin wie eine reguläre Teilnehmerin an einem Testscreening verhält. Ihr Versuch, Hitchcock mit dem Schirm eins überzuziehen, kann als Ausdruck und Versuch verstanden werden, eine starke Meta-Emotion auszuagieren. Man darf davon ausgehen, dass ihre Gefühlsbilanz durchgängig negativ war und sich ihre Meta-Emotion mit ganzer Kraft gegen die Person richtete, die sie für den Hauptverantwortlichen ihrer ebenfalls negativen Primäremotion hielt. Es war eine glückliche Fügung, dass der Regisseur als Zielscheibe ihrer Ausdrucksgeste im Foyer zur Verfügung stand. Die meisten Kinogänger, denen der Sinn danach steht, den Urheber ihrer schlechten Gefühle zur Verantwortung zu ziehen, müssen ihn *in effigie* verbrennen oder durch negative Mundpropaganda bestrafen.⁴

Für die beiden anderen Informanten, mit denen es Hitchcock im Radiospot zu tun bekommt, ist die Wirkung des Films auf einer primären Ebene des affektiven Erlebens so stark, dass ihnen die Ebene der Meta-Emotionen nicht mehr zugänglich ist. Informant Nr. 2 beschränkt sich auf die Artikulation starken körperlichen Unwohlseins; eine Meta-Ebene etabliert erst Hitchcock mit seinem Kommentar: «The poor fellow has been struck dumb. Fright will do strange things to people.» Eine empathische Reaktion des Mitleids verbindet sich hier mit einer analytisch-kühlen Kategorisierung des Sprachverlusts als starke Angstreaktion. Hitchcock agiert hier als Versuchsleiter, der einem Fachpublikum seinen Befund vorträgt. Man kann ihn sich statt im gewohnten schwarzen Anzug im weißen Laborkittel vorstellen, ein Notizbrett in der einen und einen Stift in der anderen Hand.

Ebenfalls nicht mehr zugänglich ist die Ebene der Meta-Emotion von Informantin Nr. 3, die lediglich spitze Schreie ausstößt. Auch hier übernimmt Hitchcock die Kommentierung, allerdings in einem ganz anderen Register. Er kommentiert ihre Schreie mit «Thank you, madam, it is a pleasure to meet a discerning and perceptive movie-goer.»

Gottman und seine Mitarbeiter hatten den Begriff der «Meta-Emotion» ursprünglich im Kontext der Entwicklungspsychologie und

3 Carl Plantinga (2009) hat das Konzept der Meta-Emotion systematisch auf die Filmerfahrung bezogen.

4 Zur sozialen Effizienz der Mundpropaganda vgl. Ellison/Fudenberg 1995.

der Erforschung der Interaktion von Eltern und Kindern entwickelt, wobei zunächst die affektive Rahmung gemeint war, die Eltern den Gefühlsäußerungen der Kinder verleihen. Das Paradigma der «Meta-Emotion» wäre demnach eine Reaktion des Typs «Wie süß!». Hitchcocks *pleasure*, das Vergnügen, das er aus der Beobachtung der primären Gefühlsreaktion von Informantin Nr. 3 gewinnt, lässt sich auf den ersten Blick als sadistisches verstehen: Er zieht emotionalen Gewinn daraus, sein Publikum zu quälen, und er freut sich über den Ertrag seiner Bemühungen. Einer solchen Lesart entzieht allerdings seine Reaktion auf die Verhaltensweisen der anderen Informanten den Boden. Hätte es Hitchcock darauf angelegt, die erste Informantin so aus dem Konzept zu bringen, wie dies schließlich der Fall war, dann hätte er sich wohl nicht im Foyer des Kinos ihrer Reaktion ausgesetzt, sondern sich aus sicherer Distanz am Erfolg seines Films erfreut. Für den bedauernden Informanten Nr. 2 hätte er kaum Bedauern aufgebracht. Um zu verstehen, welcher Art Hitchcocks *pleasure* ist, muss man den ganzen Satz in Betracht ziehen: «It is a pleasure to meet a discerning and perceptive movie-goer.» Hier freut sich ein Künstler darüber, dass die intendierte Wirkung eingetreten ist. Die gänzlich von panischer Angst beherrschte Reaktion der jungen Frau, die jede Meta-Emotion ausschließt, ist für Hitchcock, der die Resultate der Test-Vorführung einsammelt, ungebrochen positiv. Es bedarf, damit die Gefühlsbilanz stimmt, seines Kommentars und des Beitrags seiner Meta-Emotion. Dennoch herrscht am Ergebnis kein Zweifel. Hitchcock ist zufrieden, und er fürchtet sich auch nicht vor negativer Mundpropaganda, die vom Schrei der Frau ausgehen könnte – im Gegenteil, er fordert sie auf, ihren Freunden vom Film zu erzählen.

Doch nicht nur der Künstler, der das Gelingen des Werks begrüßt, kommt hier zu Wort. Hitchcock spricht ja nicht nur mit den Informanten, er spricht auch ein Publikum jenseits seiner Versuchsanordnung an. Adressiert wird es zunächst als reguläres Radiopublikum im Modus der parasozialen Interaktion. Hitchcock spricht seine Hörer an und erläutert die Situation. Er wechselt das Register der Ansprache beim Informanten Nr. 2, den er ansatzweise im Tonfall eines psychologischen Experten für Angsterfahrung kommentiert, als spreche er zu einem implizierten Fachpublikum, das Aufschluss über die Ergebnisse einer experimentellen Studie gewinnen will. In seinem Kommentar zur Reaktion der dritten Informantin schließlich etabliert er eine ästhetische Norm, eine Norm des Filmsehens, die sich in der Formulierung «a discerning and perceptive movie-goer» ausdrückt. Wer so reagiert wie die junge Frau, hat den Film richtig verstanden; so sollten ihn

alle – oder zumindest alle Frauen – anschauen. Das Wegbrechen der meta-emotionalen Ebene beim Informanten Nr. 2 behandelt Hitchcock nicht als Erfüllung einer ästhetischen Norm; vielmehr klassifiziert er diese Reaktion in klinischen Begriffen. Der Informant fällt aus dem Register des Ästhetischen heraus, während Informantin Nr. 3 dieses Register bestätigt und trägt.

Wie sähe die Reaktion eines männlichen Zuschauers aus, welche die ästhetische Norm erfüllt? Schon aus Mangel an Alternativen kommt als Modell dafür in der Welt des Radiospots nur Hitchcock selbst in Frage. Hitchcock ist ohnehin die Verkörperung der Norm: Er trägt die Verantwortung für das Objekt der ästhetischen Erfahrung, er ist der «master of the universe», der Schöpfer der (fiktionalen) Welt, wie ihn Godard im Hitchcock-Kapitel der HISTOIRE(S) DU CINÉMA nennt,⁵ und er verfügt zugleich über die Kriterien zur Beurteilung des Gelingens seines Werks, das im Zustandekommen eines bestimmten Typs der ästhetischen Erfahrung liegt. Er steht aber auch für die Reversibilität der Rolle des Schöpfers und der Rolle des Prüfers. Nicht nur hat er den Film gemacht, er hat auch eine sehr klare Vorstellung davon, welche Wirkung erzielt werden soll, und er sortiert die Reaktionen des Publikums danach, ob es den Film so schaut und sieht, wie er es sich gedacht hat. Reversibel sind aber auch die Rollen des Prüfers, wie sie in der Versuchsanordnung des *test screening* angelegt ist, und die Rolle des Zuschauers. «My latest motion picture THE BIRDS is being previewed, to ascertain how the audience is reacting» heißt: Wir testen den Film, d.h. wir testen das Publikum. Zu der Situation gehört aber auch, dass das Publikum zugleich den Film und sich selbst testet. Jeder Kinobesuch hat ohnehin den Charakter eines Crashtests, eines Selbstversuchs mit ungewissem Ausgang an einem Objekt, dessen Belastbarkeit sich erst noch erweisen muss.

Filme sind sogenannte «Erfahrungsgüter», deren Qualität man erst im Nachhinein einschätzen kann. Bei jedem Kinobesuch setzt man sich dem Risiko aus, dass der Film den Ansprüchen nicht genügt. Der Kauf einer Flasche Coca-Cola, deren Qualität bekannt ist, hat nicht den ergebnisoffenen Charakter eines Tests. Ein Ritual – um einen Vergleich aus dem Bereich des symbolischen Handelns beizuziehen – hat diesen Charakter ebenfalls nicht, folgt es doch einem festgelegten Protokoll. Die Vorführung eines Films, bei dem es jedes Mal neu um die Frage geht, ob er in der konkreten Kinosituation bestehen kann, hat jedoch

5 Es handelt sich um das Kapitel 4A, «Contrôle de l'univers». Eine illustrierte Transkription des Textes findet sich in Godard 2006.

Testcharakter. Hinzu kommt beim Horrorthriller ein spezifisches Moment der Selbstprüfung: die Frage, ob ich robust genug bin um die Gefühle auszuhalten, die der Film auslöst. Die Überwältigung durch schlechte Gefühle stellt dabei einen Qualitätsbeweis dar; nicht von ungefähr hat keiner von Hitchcocks Informanten den Kinosaal ruhigen Gemütes verlassen. Doch auch wenn Hitchcock selbst nicht die Fassung verliert, bilden Schöpfer, Prüfer und Zuschauer in dem Setting, das sein Spot beschreibt, eine zusammenhängende Reihe, wobei Prüfer und Zuschauer hinsichtlich ihrer Voreinstellungen und Handlungsweisen kaum zu unterscheiden sind. Hitchcock der Markenbotschafter wiederum unterscheidet sich von Hitchcock dem *auteur* unter anderem dadurch, dass ihn das romantische Schicksal der Genialität, das den *auteur* inkommensurabel mit seinem Publikum macht, noch nicht ereilt hat.

Im Szenario des Radiospots ist allerdings die Anwesenheit des Künstlers von entscheidender Bedeutung. Erst sein Kommentar macht den Schrei der Frau als Erfüllung der ästhetischen Norm kenntlich. Ohne seinen Kommentar würde ihrer Erfahrung ein wichtiges Strukturmoment ästhetischer Erfahrung fehlen: das Moment der reflektierten Distanz zum Gegenstand. Die ästhetische Norm, die Hitchcock aufstellt und als deren *arbiter* er auftritt, ist erst dann vollständig erfüllt, wenn man die Reaktion der Informantin um seine Reaktion, sein ästhetisches *pleasure* ergänzt. Erst wenn zur panischen Angstreaktion der Frau die Meta-Emotion des Mannes, der ihre Reaktion prüft, hinzutritt, wird ihre Erfahrung zur ästhetischen Erfahrung. Nur so ergibt sich eine vollständige Gefühlsbilanz. Wir haben es hier also in emphatischem Sinne mit einem Gefühlshaushalt zu tun: mit einer Kohabitation von Frau und Mann in einem geteilten Verhältnis des Testens, das zugleich ein geteiltes Verhältnis des Sich-Testens im Angesicht des Films ist sowie des Beobachtens einer Gefühlsreaktion des Anderen – wenn auch zunächst nur des Beobachtens der Gefühlsreaktion der Frau durch den Mann.

Man kann die These vertreten, dass die Pointe dieses Radiospots funktioniert, weil die Struktur des geteilten Gefühlshaushalts auch in der Welt jenseits des Witzes vorkommt. Die Beobachtungsverhältnisse sind dabei mitunter vertauschbar. So ist es über den anekdotischen Zufall hinaus bedeutsam, dass Linda Williams (2009 [1991]) in ihrer Auseinandersetzung mit den «body genres» Horror, Melodrama und Porno bei einer Rezeptionssituation des geteilten Gefühlshaushalts ansetzt, wenn auch unter umgekehrten Vorzeichen: mit vertauschten Geschlechterrollen und einer invertierten Rollenhierarchie. Ausgangspunkt ihrer Überlegungen bilden gemeinsame Sichtungen mit ihrem

Sohn, der die Filme, um die es geht, mit der Charakterisierung «*gross*» (etwa: «krass» und «Ekel erregend») auf einen Oberbegriff bringt. Die Meta-Emotion, die er damit beschreibt, bringt Williams durch eine ausdifferenzierte Genresystematik auf theoretische Begriffe und damit auf die Ebene einer reflektierten ästhetischen Erfahrung. Man könnte auch im Sinne von Gottman sagen, dass Williams' theoretisches Modell die ausführliche Artikulation einer Meta-Emotion ihres Sohnes und zugleich ihrer eigenen Meta-Emotion ist, mit der sie auf seine Reaktion reagiert.

Auch entspricht die skizzierte Struktur des paarweise organisierten Gefühlshaushalts der Konzeption, die sich die Produzenten und Vermarkter von Genrefilmen von ihrem Publikum machen, wenn auch erneut mit jener Verteilung der Geschlechterrollen, die Hitchcock in seinem Radiospot vorschlägt. Die Frage, die sich die Hersteller der Werbematerialien für Hollywood-Genrefilme und insbesondere für Blockbuster-Thriller stellen, ist diese: Wie können wir die jungen Männer zwischen 14 und 28 davon überzeugen, dass sie sich einen Film anschauen sollen, und welche Gründe liefern wir ihren Begleiterinnen, der Filmwahl ihres Partners zuzustimmen?⁶ Soweit sich dies überhaupt verallgemeinern lässt, besteht die Funktion des Thriller- oder Horrorkinos demnach darin, in einer Paarbeziehung gemeinsam und aufeinander bezogen auszutesten, wo das Sichtbare die Grenze zum Sehbaren überschreitet. Der Blick wandert hin und her zwischen dem, was auf der Leinwand, und dem, was auf dem Nebensitz geschieht, und die schlechten Gefühle, denen man sich probenhalber aussetzt, sind immer schon geteilte und mitgeteilte, die man nicht nur danach beurteilt, ob man sie selbst aushält, sondern auch danach, ob man sie besser oder schlechter aushält als die andere Person und die übrigen Kinobesucher. Die Gefühlsbilanz des «discerning and perceptive movie-goer», der oder die sich einen Horror- oder Thrillerfilm anschaut, basiert auch auf einer vergleichenden Arithmetik, und das positive Gefühl, das sich daraus speist, bildet mitunter die ausschlaggebende Meta-Emotion, welche die Bilanz ins Positive kippen lässt. Man findet den Film gut, weil man ihn viel besser ausgehalten hat als die jeweilige Vergleichsperson – die auch die Gestalt des imaginären Dritten annehmen kann, des distanz- und kritiklosen «naiven» Adressaten medialer Kommunikation, von dem die Kommunikationsforschung seit ihren Anfängen ausging und der sich empirisch doch nie

6 Die Quelle für diese Aussage ist ein persönliches Gespräch mit Andrew Kuehn (1937–2004), einem der einflussreichsten Trailerproduzenten der Blockbuster-Ära.

auffinden ließ.⁷ Man kann den Distanzverlust der Frau in Hitchcocks Radiospot als Hingabe und ihren Schrei als Gabe lesen; immerhin bedankt sich Hitchcock dafür. Noch vor, oder zumindest zugleich mit jeder Semantik des Begehrens aber verleiht es dem imaginären Dritten der Kommunikation eine Stimme: So muss es klingen, wenn für den oder die imaginäre(n) Dritte(n) im Feld des Sichtbaren die Grenze des Sehbaren überschritten wird.

Festzuhalten ist aber auch, dass die Stimme von Hitchcocks Informantin Nr. 3 die außerfilmische akustische Entsprechung zu einem Bild aus dem Kosmos des Horrorthrillers darstellt: dem Bild der schreienden Frau, das, wenn man so will, den ikonografischen Angelpunkt des Genres ausmacht. Wie ein Western ohne Duell kein Western, so ist ein Horrorthriller ohne die schreiende Protagonistin kein Horrorthriller. Für die Frage nach dem abgewandten Blick und nach dem Sichtbaren und dem Sehbaren ist dieses Bild von zentraler Bedeutung. Die Einstellung der schreienden Protagonistin ist ein *reaction shot*, er zeigt, wie die Frau auf ihre Begegnung mit dem Monster reagiert. Ihr Blick ist dabei nicht abgewandt, im Gegenteil: Er bleibt in Schreckstarre auf sein Objekt gerichtet. Oft handelt es sich auch um einen Blick im Angesicht des Todes.

Janet Leigh in *PSYCHO* blickt ihrem Mörder ins Auge; die Einstellung ist Teil der berühmten, von Saul Bass geschnittenen Duschszene. Die schreiende Frau wird meistens aus einer Position leicht neben dem Monster aufgenommen, also aus der klassischen Kameraposition des mitanwesenden, aber von den diegetischen Figuren nicht zur Kenntnis genommenen Zeugen. Das Publikum schaut auf die schrei-

7 Besonders anschaulich sind die Wirkungsstudien, denen der Chemiekonzern DuPont, aber auch politische Organisationen der USA in den 1950er Jahren ihre Propaganda-Filme unterzogen. So schreibt Anna McCarthy zu den Versuchen von DuPont: «Die Ergebnisse der entsprechenden Studien liefen den Erwartungen der Werbeverantwortlichen zuwider, nicht zuletzt, weil die Zuschauer, von denen sie sich sicher waren, dass sie keine Kenntnis von den vermeintlich versteckten PR-Zielen der Firma hatten, sich über diese durchaus im Klaren waren. So stellte die Firma nach der Ausstrahlung einer Fernsehkampagne über die Segnungen von Monopolstrukturen in der amerikanischen Wirtschaft eine Gruppe von professionellen Publikumsforschern an, um die Wirkung der Werbefilme zu überprüfen. [...] Anstatt ein für alle Mal die Gutgläubigkeit des Publikums zu beweisen, zeigen sie, dass die Zuschauer ganz klar wussten, dass sie es mit Werbebotschaften propagandistischen Charakters zu tun hatten» (McCarthy 2005, 124). Namentlich verhielten sich die als naive Zuschauer vorgesehenen Informanten selbst wie Prüfer und spekulierten darüber, wie ein idealtypisch naiver Zuschauer auf diese Filme reagieren würde. Diese Auspiegelung des imaginären Dritten zeigt unter anderem auf, dass die Konstruktion des naiven Zuschauers, auf der die Versuchsanordnung basiert, ihrerseits schon der Logik des imaginären Dritten gehorchte.

ende Protagonistin, wenn schon nicht aus einer Warte der «allegiance» mit dem Monster, so doch aus einer des «alignment»: Es teilt nicht unbedingt seine moralische, wohl aber seine Wahrnehmungsperspektive (Smith 1995). Der Blick des Publikums ist mithin kein abgewandter, sondern bleibt ganz und gar auf das Bild gerichtet. Die Einstellung der schreienden Protagonistin ist der *money shot* des Horrorthrillers: Wie der Moment der Ejakulation im pornographischen Film bildet sie ein unverzichtbares ikonographisches Element und den Angelpunkt der Darstellung. Wie der *money shot* wird sie nicht so präsentiert, dass es einen Anlass zum Abwenden des Blicks gäbe, und wie beim diesem ist davon auszugehen, dass es dem Publikum weder an der Fähigkeit noch an der Bereitschaft zur Wahrnehmung dieser Einstellung fehlt. Soweit der Sinn des Horrorthrillers tatsächlich darin liegt, die Grenzen der Wahrnehmungsbereitschaft auszutesten, liefert die schreiende Protagonistin den diegetischen, gleichermaßen seh- wie sichtbaren Beweis, dass der Film an die Grenzen des Sehbaren geht, ja diese schon überschritten hat oder noch überschreiten wird.

Die Einstellung ruft aber auch eine Struktur des Erzählens auf, die man von kleinen Kindern kennt. Ein Kind, das einem noch kleineren Kind eine Gespenstergeschichte erzählt, weidet sich nicht einfach an dessen Schrecken. Es zieht seinen Genuss ebenso, oder sogar vor allem, daraus, dass es die Quelle des Schreckens kontrolliert, sich seinerseits aber nicht mehr zu fürchten braucht. Hitchcocks Künstlerstolz im beschriebenen Radiospot hat im Grunde genau diese Struktur. Sein Vergnügen ist nicht boshaft, sondern vermischt mit einer Heiterkeit, die sich aus Erleichterung speist. Er wirkt auf uns nicht arrogant oder als abstoßender Sadist, weil wir sein Vergnügen aus tiefstem Kinderherzen nachvollziehen können. Die Angst der schreienden Protagonistin erinnert an unsere eigene frühere Angst, von der uns noch gegenwärtig ist, wie wir, darin dem Filmtester und Weltenschöpfer Hitchcock verwandt, ihrer schließlich Herr geworden sind, indem wir sie zum Gegenstand einer Erzählung machten, mit der jemand anderes sich erschrecken ließ.

Zur emotionalen Ökonomie, zum geteilten Gefühlshaushalt des Horrorthrillers gehört also auch, dass wir unsere Angst in Form einer Erzählung in Umlauf bringen. Die schlechten Gefühle, denen uns jemand wie Hitchcock aussetzt, gehen mit der Garantie einher, dass wir sie wieder loswerden; denn es gibt schon in der Welt des Films jemanden, der sie noch intensiver erlebt und uns im Vergleich entlastet. Eine solche Entlastung existiert hingegen nicht in jenen Momenten im Kino, die ich als plötzliche Ausfälle gegen die kulturelle Norm beschrieben habe.



1 «Another perceptive and discerning movie goer»: Janet Leigh in *PSYCHO*

II

Eingangs hatte ich an der Selbstverstümmelung der Protagonistin in *ANTICHRIST* die Singularität des Moments hervorgehoben. Es handelt sich um eine Szene, von der viele Journalisten – etwa Roger Ebert, der filmhistorisch versierte Kritiker der *Chicago-Sun Times* – bei der Premiere in Cannes sagten, dass man so etwas im Kino noch nie gesehen habe. Die Reaktionen waren erwartungsgemäß gespalten. Manche Kritiker versuchten ihrer Entrüstung Ausdruck zu verleihen, indem sie den Film als «torture porn» bezeichneten, womit wohl gesagt sein sollte, dass ein Film, welcher eine Genitalverstümmelung in Großaufnahme zeigt, im Wettbewerb des wichtigsten Festivals der Welt nichts zu suchen habe (vgl. Singh 2009).⁸ Etwas moderater ist die Lesart, die *ANTICHRIST* als Arthouse-Ausläufer des gewalttätigen Slasher-Subgenres versteht, das in der zweiten Hälfte der Nullerjahre von James Wans *SAW* (USA 2004) oder Eli Roths *HOSTEL* (USA 2005) begründet wurde.

Solche Genreattributionen zielen offenbar auf eine Domestizierung dessen, was an von Triers Film beunruhigend bleibt. Dagegen gilt

8 Marcus Stiglegger weist den Begriff «torture porn» mit dem Hinweis zurück, dass es sich um einen «weltweit kolportierte[n] und nie wirklich definierte[n] Kampfbegriff einer konservativen Presse» handle (2010, 16f). Das trifft insbesondere in diesem Fall zu, erschien der Artikel doch im konservativen britischen *Daily Telegraph*. Der Titel des Artikels spricht von «von Trier's «torture porn» film *ANTICHRIST*». Der zusammenfassende Einstiegsabschnitt des Artikels wiederum spricht von «critics», die den Film als «torture porn» bezeichnen. Der Artikel besteht hauptsächlich aus solchen Zitaten, darunter eines von Roger Ebert. Doch keiner der Kritiker verwendet den Ausdruck.

es zunächst festzuhalten, dass die weibliche Hauptfigur in *ANTICHRIST* nicht Objekt und Opfer, sondern Urheberin der körperlichen Verletzung ist. Ihre nächste Verwandte im Genrefilm wäre das «final girl» des Slashers, die Unberührte, die das Monster am Ende besiegt; doch die Protagonistin von *ANTICHRIST* ist weder unberührt, noch gibt es in dem Film ein mordendes Monster (vgl. Clover 1992). Ferner sind die Verletzungen nicht das Telos der Handlung. «I don't get the torture porn films,» sagt etwa George A. Romero über die Filme von Wan und Roth, «they are lacking metaphor» (zit.n. Onstad 2008). Mit Kracauer gilt es hier nach dem «inneren Leben in den Elementen des äußeren» zu fragen (Kracauer 1995 [1947], 13). So kommt die Selbstverstümmelung der Protagonistin keineswegs unvermittelt. Sie ist eine Konsequenz des Vorausgegangenen, ein wahnsinniger Akt zwar, aber aus der Erzählung heraus folgerichtig: ein Akt der Selbstkasteiung – die Frau schneidet sich buchstäblich ab von dem Begehren, dem sie die Schuld



2 ...Not the final girl: Selbstverstümmelung in Nahaufnahme in *ANTICHRIST*

am Tod ihres Kindes gibt. Was den Rahmen des Genrefilms sprengt, ist die Tatsache, dass es für die schlechten Gefühle weder Entlastung durch Vergleich gibt, wie sie dort so zuverlässig angeboten wird, noch die Genugtuung, die man aus dem Tod des Monsters ziehen kann. Die moralische Meta-Emotion, welche die schlechten Gefühle rechtfertigt, die sich an den Gewaltakt knüpfen, und so die Gefühlsbilanz ins Positive wendet, wird uns am Ende von *ANTICHRIST* verwehrt. Auch wenn die Figur ihren Akt als gerechte Strafe für den Moment der sexuellen Erfüllung verstehen mag, so bleibt diese Logik letztlich unzugänglich. Wer die Szene sieht oder eben nicht sieht, weil er oder sie den Blick abwendet, kann nicht darauf vertrauen, der schlechten Gefühle noch im Laufe und mit den Angeboten der Erzählung Herr zu werden. Die negative Empfindung über das, was sich auf der Leinwand zeigt, wird so stark, dass man ihr nur Herr zu werden vermag, indem man die Blickbeziehung unterbricht.

Die Szene gleicht darin zwei anderen, die ebenfalls die Grenzen zwischen Wahrnehmungsfähigkeit und Wahrnehmungsbereitschaft

austesten: der Szene am Anfang von *UN CHIEN ANDALOU*, in der ein Rasiermesser durch ein Auge fährt, und der Szene am Ende von *PINK FLAMINGOS*, in der Divine ein Stück Hundescheiße frisst. Auf den Schrecken, den Buñuel hervorruft, ist immer noch Verlass, und es gibt, zumindest in meiner Erfahrung, kein Publikum, das auf das Zerschneiden des Auges nicht mit Entsetzen reagiert. Auch das Wissen darum, dass hier ein Kuhauge zerschnitten wird, lindert die Wirkung der Stelle nicht; das negative Gefühl ist so stark, dass man den Blick von der



2 Augenangst:
UN CHIEN ANDALOU



3 Organmangel
kompensiert:
PINK FLAMINGOS

Leinwand abwendet. In vergleichbarer Weise gilt dies auch für Waters' *PINK FLAMINGOS*. Man kann darüber spekulieren, ob gerade das Wissen darum, dass Divine in der Tat einen frischen Hundehaufen verzehrt – von dem man auch sieht, wo er herkommt, und der noch in der gleichen Einstellung gegessen wird –, die Szene so abstoßend macht. Die Kamera dokumentiert den Vorgang so, wie ein Porno die Penetration zeigt und dokumentiert. Es gibt für beides kein Substitut in der profilmischen Welt. Beides sind Indices nicht nur im Sinne einer Spur, son-

dern im Sinne von: Das ist so geschehen, und es musste so geschehen, damit es so gezeigt werden kann.⁹

Unterscheiden kann man die drei Szenen natürlich hinsichtlich der affektiven Reaktionen oder auch der Basisemotionen, die sie hervorrufen. Im Fall von ANTICHRIST ist es eine empathische Schmerzempfindung oder, wohl genauer, eine Reaktion, die an der Schwelle zum Nachvollzug des Schmerzes abbricht – stimmt man Wittgenstein zu, dass Schmerz eine private Empfindung ist, die sich der Benennung und Mitteilung letztlich entzieht (2003 [1953], 281ff). Bei UN CHIEN ANDALOU schlägt ebenfalls eine empathische Schmerzreaktion an der Schwelle zum Nachvollzug in Schrecken um. Und bei Waters schließlich ist es Ekel. Eine noch klarere Unterscheidung lässt sich zwischen den drei Szenen aus psychoanalytischer Sicht treffen. Der Schrecken, in den die empathische Reaktion bei ANTICHRIST umschlägt, wäre nach der Kategorientafel einer psychoanalytischen Affekttheorie ein Fall von Kastrationsangst, wenn auch einer – wie eingangs skizziert – über die Geschlechtergrenzen hinweg verschobenen. Bei Buñuel wäre es im Sinne von Freuds Deutung von E.T.A. Hoffmanns *Der Sandmann* ein Fall von Augenangst, was allerdings wiederum eine verschobene Form der Kastrationsangst ist (vgl. Freud 1947 [1919]). Bei Waters schließlich mischt sich in den Ekel, den man auch als affektiven Aspekt eines kulturellen Tabus verstehen kann (vgl. Miller 1998), eine regressive Lust am Spiel mit Körperausscheidungen. Nach Freud ist die Ausscheidung eine Verlusterfahrung und die Einverleibung durch das Kind, wo sie denn vorkommt, eine Wiederherstellung der ursprünglichen Ganzheit (Freud 2010 [1905]). Triebkraft dieser Wieder-Einverleibung ist ein primärer Narzissmus, hinter dem sich wiederum die Angst vor dem Organverlust verbirgt, also die Kastrationsangst. Wenn in PINK FLAMINGOS nun ein Transvestit Hundescheiße isst, haben wir es aus psychoanalytischer Sicht in doppeltem Sinne mit einer Performance von Organverlust und Kompensation zu tun. Der Transvestit bietet uns das Spektakel der symbolischen Selbstentmannung; er spielt, wenn man so will, vor aller Augen ein Fort-da-Spiel mit dem eigenen Penis. Und wenn er sich das Kotstück einverleibt, ein Objekt von phallischer Gestalt, dann kompensiert er – allerdings mit einem Ausfall gegen die kulturelle Norm – seinen gespielten Organmangel.

Damit haben wir eine mögliche Typologie und Genese der schlechten Gefühle skizziert, die von den drei beschriebenen Szenen ausge-

9 Für eine Darstellung des Indexikalitätskonzepts unter dem Aspekt des Hinweisens vgl. Lefebvre 2007.

löst werden, und eine Erklärung dafür, weshalb sie so unerträglich sind: Akzeptiert man die Grundannahmen der Psychoanalyse, dann handelt es sich jeweils um Spielarten der Kastrationsangst. Wie es möglich ist, dass diese schlechten Gefühle nicht nur Männern zugänglich sind, also keineswegs so geschlechterspezifisch zu sein scheinen wie die Kastrationsangst bei Freud, sei fürs erste dahingestellt; eine Analyse müsste bei einem performativen Verständnis von Geschlecht und bei Divines Geschlechterperformance ansetzen und auch die Rolle der Protagonistin in *ANTICHRIST* noch genauer in den Blick nehmen. Mich interessiert hier aber weniger, woher die schlechten Gefühle kommen, sondern wozu sie dienen: worin ihr – dramaturgischer oder künstlerischer – Sinn liegt.

III

Die eingangs formulierte These lautete, dass die Szene in *ANTICHRIST* eine Bestimmung des Films als Kunstform liefert, deren affektive Deklination die intensive negative Gefühlsregung sei, die den Betrachter dazu bringt, seinen Blick abzuwenden.¹⁰ Ein Kunstwerk, so könnte man im Duktus der Systemtheorie sagen, konstituiert sich durch eine doppelte Unterscheidung: durch seine Unterscheidung von dem, was nicht Kunst ist (oder durch die Unterscheidung von System und Umwelt, was in diesem Fall der Unterscheidung von Kunst und Nicht-Kunst entspricht), und durch seine Unterscheidung von allen anderen Werken der Kunst, durch den Nachweis seiner Einzigartigkeit und Neuheit, bezogen auf den Moment seiner Entstehung. Erst wenn das Kunstwerk sich von seiner Umwelt unterscheidet, wird es als solches erkennbar; erst wenn es sich von allen anderen Kunstwerken unterscheidet, also keine bloße Wiederholung und kein Plagiat ist, verdient es unsere Aufmerksamkeit und gewinnt einen Wert.

Das Kriterium der Neuheit erfüllen alle drei Szenen in einem emphatischen Sinne. Genrefilme bieten Erlebnisprogramme an, die in ihren Grundzügen standardisiert und routinisiert sind, auch wenn sie, wie alle Kulturangebote, von einer Dialektik der Wiederholung und Innovation leben (vgl. Hediger/Vonderau 2009). Die drei Szenen hingegen sind singular. Sie kennen innerhalb ihrer Filme nichts Vergleichbares; sie kennen, wie Roger Ebert schon für *ANTICHRIST* bestätigt, kei-

¹⁰ Man könnte auch behaupten, dass die Stelle in *PINK FLAMINGOS* eine Poetik des «art is shit» inszeniert, die im Anschluss an den Dadaismus Kunstwerk und Körperauscheidung eng miteinander in Beziehung setzt (Howard 1990).

ne Vorläufer,¹¹ und sie haben keine Nachahmer gefunden. Nicht ohne Stolz weist John Waters darauf hin, dass niemand die Hundescheiße-Szene imitiert habe: Es gebe ja auch keinen Grund dafür. Doch auf diese Grundlosigkeit kommt es gerade an.

Alle drei Szenen verweigern – auf unterschiedliche Weise zwar, aber jeweils konsequent – jede Auflösung oder affektive Rechtfertigung der traumatischen Situation. Man muss den Wahn der Hauptfigur nachvollziehen, um zu verstehen, wie es zu der Selbstverstümmelung in *ANTICHRIST* kommen kann, aber aus der Situation selbst gibt es keinen Ausweg, und das gilt ebenso für die anderen beiden Szenen. Sie schaffen mit den Mitteln des Films eine Situation, in der die Kunst an ihr Ende kommt: indem der Betrachter aus der ästhetischen Haltung herausgedrängt und die Beziehung des Blicks zum Bild suspendiert wird, die für den Film als Kunstform konstitutiv ist. Paradoxerweise gewinnen alle drei Szenen gerade dadurch ein Nachleben, über sich selbst, das Ende des Films und den Rahmen der Kunst hinaus.

Von Arthur Danto stammt die These, dass die Geschichte der Kunst sich in dem Moment vollendet, in dem die Unterscheidung zwischen Kunst und Nicht-Kunst dem Objekt nicht mehr inhärent ist, sondern

11 Man könnte diese Behauptung mit dem Hinweis auf Michael Hanekes *LA PIANISTE* (A/F 2001) relativieren, in dem Isabelle Huppert sich mit einer Rasierklinge selbst bearbeitet, und John Waters These abschwächen, in dem man auf Pasolinis *SALÒ* (I 1975) verweist. In Hanekes Film fehlt allerdings die Großaufnahme, während es bei Pasolini nicht undenkbar, aber höchst unwahrscheinlich ist, dass er Waters' Film, der drei Jahre früher realisiert wurde gesehen hat und sich davon hat inspirieren lassen. Wohl eher auch nicht als Zitat von oder Referenz auf *PINK FLAMINGOS* zu verstehen ist ein Video mit dem Titel *2 GIRLS 1 CUP*, das jüngst zum Ausgangspunkt eines sogenannten «meme» wurde, einer Serie von Folgevideos auf youtube. Das Ausgangsvideo zeigt zwei junge Frauen bei höchst ekelerregenden Aktivitäten, so etwa beim gemeinsamen Lecken eines Eisbechers voll Scheiße (wobei festzuhalten ist, dass Bazins Regel des «montage interdit» nicht respektiert wird: Zwischen der Einstellung der Defekation und der Einstellung des Delektierens am Scheißbecher liegt ein Schnitt; es könnte sich um ein Prop handeln). Die Folgevideos bestehen aus «reaction shots», Einstellungen, die zeigen, wie Menschen, die sich dieses Video anschauen, darauf reagieren. Dazu zählt unter anderem ein Video, das die Reaktion einer Gruppe von Soldaten der Schweizer Armee zeigt. Das «meme» exemplifiziert geradezu die oben skizzierte Logik des Tests, des geteilten Gefühlshaushalts und der vergleichenden Gefühlbilanz. Der Blick der Kamera ist dabei der Blick des Testers, die dominierende Meta-Emotion die entlastende Freude am Erschrecken der anderen. Von den hier besprochenen Szenen unterscheidet das Video und das daraus folgende «meme» auch dadurch, dass die Eröffnungseinstellung die beiden jungen Frauen zwar beim Küssen zeigt und damit für die Folge einen Porno suggeriert, dass die Aufnahmen aber dennoch nicht eine bestehende ästhetische Rezeptionshaltung aufbrechen. Vielmehr setzt das Video die Logik des Tests befreit von jedem künstlerischen oder narrativen Beiwerk ins Werk.

nur mehr in einer Setzung des Künstlers/der Künstlerin besteht – siehe Duchamps *Ready Mades* und vor allem Warhols Brillo-Seifenkisten (vgl. Danto 1997). Im Sinne von Dantos Geschichtsphilosophie der Kunst hat das Kino immer schon nach dem Ende der Kunst oder am Punkt ihrer Vollendung angesetzt, insofern seine größte und zugleich gefährlichste Leistung darin besteht, dass es den Unterschied zwischen Bild und Wirklichkeit unwesentlich werden lässt. Der Gründungsmythos des Kinos, laut dem das Publikum vor der Projektion des herannahenden Zuges floh, weil es das Bild mit dem Zug selbst verwechselte, handelt davon. Und ebenso etwa die neomarxistische und semio-psychoanalytische Filmtheorie der 1970er Jahre, die am Leitfaden von Emile Benvenistes Unterscheidung von *histoire* und *discours* behauptet, das klassische Kino sei «transparent» und ein Beispiel von «histoire», von Rede ohne Ursprung (vgl. Benveniste 1966; Metz 2000 [1975/1977], 73–78). Das Kino wäre demnach eine Darstellungsform, die systematisch den Unterschied zwischen sich und dem, was es nicht ist, zwischen Kunst und Umwelt, vertuscht und gerade daraus seine ideologische Wirksamkeit bezieht: aus dem, was in der Filmtheorie mit Althusser «Positionierung» genannt wurde, d.h. die Produktion einer Subjektivität, die durch einen Akt der «Interpellation» des prä-ideologischen Subjekts durch die Ideologie hervorgebracht wird und sich fugenlos in die vom Film entworfene Welt eingliedert (vgl. Althusser 2010 [1970]; Hall 1985; Carroll 1996).

Aus allen Träumen der Unterschiedslosigkeit, ob sie nun als Element der ästhetischen Erfahrung oder von der Theorie geträumt werden, reißen die drei genannten Szenen ihre Betrachter heraus: An die Stelle der fugenlosen Eingliederung der «Positionierung» stellen sie die Austreibung des Blicks aus dem Bild.

Die moderne Kunst bewahrt ihre Autonomie durch Unzugänglichkeit: Sie versieht sich mit einem «ästhetischen Unbewussten» (Rancière 2005 [2001]), und sie zu verstehen erfordert Auslegungsarbeit. Keine der drei Szenen ist unzugänglich. Vielmehr behauptet sich der Film als Kunst hier gerade durch einen Angriff auf die Grundlage jeder hermeneutischen Beziehung. Der Sinn dieser Szenen liegt darin, dass der Betrachter das Interesse an der Freilegung von Sinn zumindest vorübergehend verliert. Das, was sich hier in der Sichtbarkeit sich zuträgt, wirft uns zurück auf unsere eigene Inwendigkeit: Nicht auf eine psychologische Innerlichkeit, sondern auf die leibliche Inwendigkeit des empathisch gefühlten Schmerzes und des jeder gedanklichen Rahmung vorgängigen Ekels. Diese doppelte Wendung, die Abwendung des Blicks vom Bild und die Hinwendung zur eigenen Inwen-

digkeit, wirft eine Frage des Glaubens auf, oder vielmehr: löst eine Glaubenskrise aus. Gilles Deleuze sieht die Funktion des Kinos in einer säkularisierten Welt und zumal nach der zivilisatorischen Katastrophe des Zweiten Weltkriegs und des Holocaust bekanntlich darin, «dass das Kino nicht die Welt filmt, sondern den Glauben an die Welt, unser einziges Band». «Uns den Glauben an die Welt zurück zu geben,» so Deleuze weiter, «das ist das moderne Macht des Kinos» (Deleuze 1997, 224). Schon vor Deleuze aber gehört der Gedanke, dass das Kino den Glauben an die Welt und damit einen Glauben in der Welt wieder herstellt, zu den leitenden Intuitionen der Filmtheorie: so errettet der Film die äußere Wirklichkeit (Kracauer 1985), erlöst durch die Mumifizierung der Zeit die Welt (Bazin 2004)¹² und überwindet den Skeptizismus (Cavell 1971). In den drei behandelten Szenen steht das Band dieses Glaubens auf dem Spiel. Von Triers Film trägt den Titel *ANTICHRIST* unter anderem deshalb, weil das Leiden der Hauptfigur uns nicht erlöst: Das Kino mag unseren Glauben an die Welt filmen, aber dieser Glauben rechtfertigt diese Welt und das Leiden nicht, das in ihr Sichtbarkeit gewinnt. Selbst für das Fressen von Hundescheiße gilt das noch, diese singuläre Geste der Abjektion des Selbst. Die Abwendung des Blicks, die Austreibung des Blicks aus dem Bild, stellt den Glauben auf die Probe.

Die Kritik an der Kulturindustrie behauptete, dass die guten Gefühle im Kino immer schon falsche Gefühle seien. Der Umkehrschluss müsste demnach lauten, dass die schlechten Gefühle die echten sind. Hier markieren sie zumindest eine Grenze – die Grenze der Kunst, eine Grenze, für die auch gelten kann, was Michel de Certeau über die Grenzen schreibt, mit denen die Historiografie ihre Gegenstände von dem unterscheidet, was nicht ihr Gegenstand ist, also die Vergangenheit von der Gegenwart, das Bild von der Schrift, den Wahnsinn von der Vernunft, das Faktische vom Möglichen: «C'est sous cette figure que le réel réapparaît à l'intérieur de la science» (de Certeau 1975, 69) – in der Gestalt der Grenze taucht das Reale im Inneren der Wissenschaft wieder auf. Und wie in der Wissenschaft so auch in der Kunst.

¹² Vgl. dazu auch Hediger 2009.

Literatur

- Althusser, Louis (2010) *Ideologie und ideologische Staatsapparate* [frz. 1970]. Hamburg: VSA Verlag, 2010
- Benveniste, Emile (1966) *Problèmes de linguistique générale*. Paris: Gallimard.
- Bazin, André (2004) Ontologie des photographischen Bildes. In: *Was ist Film?* Berlin: Alexander Verlag, S. 21–27.
- Bohrer, Karl Heinz (1981) *Plötzlichkeit*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Carroll, Noël (1996) Prospects for Film Theory: A Personal Assessment. In: *Post-Theory. Reconstructing Film Studies*. Hg. v. David Bordwell & Noël Carroll. Madison: Wisconsin University Press, S. 37–67.
- Cavell, Stanley (1971) *The World Viewed. Reflections on the Ontology of Film*. New York: Viking Press.
- de Certeau, Michel (1975) *L'écriture de l'histoire*. Paris: Gallimard.
- Clover, Carol J. (1992) *Men, Women, and Chainsaws. Gender in the Modern Horror Film*. Princeton: Princeton UP.
- Danto, Arthur C. (1997) *After the End of Art. Contemporary Art and the Pale of History*. Princeton: Princeton UP.
- Deleuze, Gilles (1997) *Das Zeit-Bild. Kino 2*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Ellison, Glenn/Fudenberg, Drew (1995) Word-of-Mouth Communication and Social Learning. In: *The Quarterly Journal of Economics* 110,1, S. 93–125.
- Freud, Sigmund (2010) *Drei Abhandlungen zur Sexualtheorie* [1905]. Stuttgart: Reclam.
- (1947) Das Unheimliche [1919]. In: *Gesammelte Werke* Bd. 12. Frankfurt a.M.: Fischer, S. 227–268.
- Godard, Jean-Luc (2006) *Histoire(s) du cinéma*. Paris: Gallimard.
- Gottman, J.M./Katz, L.F./Hooven, C. (1997) *Meta-emotion: How Families Communicate Emotionally*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Hall, Stuart (1985) Signification, Representation, Ideology: Althusser and the Post-structuralist Debates. In: *Critical Studies in Mass Communication* 2,2, S. 91–114.
- Hediger, Vinzenz (1998) Montage der nachträglichen Angst. Vom Schreiben und Umschreiben der Geschichte im Kino. In: *Cinema* 43, S. 47–61.
- (2009) Das Wunder des Realismus. Transsubstantiation als medientheoretische Kategorie bei André Bazin. In: *Montage AV* 18/1, S. 75–107.
- /Vonderau, Patrick (2009) Landkarten des Vergnügens. In: *Demnächst in Ihrem Kino. Grundlagen der Filmwerbung und Filmvermarktung* (2. Aufl.). Hg. v. Vinzenz Hediger & Patrick Vonderau. Marburg: Schüren, S. 240–248.
- Howard, Seymour (1990) Duchamp, Dalí, Tzara, and Dadaist Coprophilia. In: *Source. Notes in the History of Art* 10,1, S. 26–35.

- Kothoff, Helga (1997) Erzählstile von mündlichen Witzen. Zur Erzielung von Komikeffekten durch Dialoginszenierung und die Stilisierung sozialer Typen im Witz. In: *Sprech- und Gesprächsstile*. Hg. v. Margret Selting & Barbara Sandig. Berlin/New York: de Gruyter, S. 123-169.
- Kracauer, Siegfried (1985) *Theorie des Films. Die Errettung der äußeren Wirklichkeit* [engl. 1960]. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- (1995) *Von Caligari zu Hitler. Eine psychologische Geschichte des deutschen Films* [engl. 1947]. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Lefebvre, Martin (2007) The Art of Pointing: On Peirce, Indexicality, and Photographic Images. In: *Photography Theory*. Hg. v. James Elkins. London/New York: Routledge, S. 220-235.
- McCarthy, Anna (2005) Regieren per Fernsehen? TV-Filme im Dienste der Öffentlichkeit und die Archive der Frühzeit des US-amerikanischen Fernsehens. In: *Montage AV* 14,1, S. 116-135.
- Metz, Christian (2000) *Der imaginäre Signifikant. Psychoanalyse und Kino* [frz. 1975/1977]. Münster: Nodus.
- Miller, William Ian (1998) *The Anatomy of Disgust*. Cambridge, MA: Harvard UP.
- Mulvey, Laura (1994) Visuelle Lust und narratives Kino [engl. 1975]. In: *Weiblichkeit als Maskerade*. Hg. v. Liliane Weissberg. Frankfurt a.M.: Fischer, S. 48-65.
- Onstad, Katrina (2008) Horror Auteur is Unfinished with the Undead. In: *New York Times*, 10. Februar 2008. [http://www.nytimes.com/2008/02/10/movies/10onst.html?_r=0] (zuletzt besucht am 31.3.2013).
- Plantinga, Carl (2009) *Moving Viewers: American Film and the Spectator's Experience*. Berkeley: University of California Press.
- Rancière, Jacques (2005) *Das ästhetische Unbewusste* [frz. 2001]. Zürich/Berlin: Diaphanes.
- Robertson, L.S. (1996) Reducing Death on the Road: the Effects of Minimum Safety Standards, Publicized Crash Tests, Seat Belts, and Alcohol. In: *American Journal of Public Health* 86,1, S. 31-34.
- Singh, Anita (2009) Cannes Film Festival 2009: Lars von Trier's «torture porn» film ANTICHRIST shocks. In: *The Daily Telegraph*, 4. Juni 2009. [<http://www.telegraph.co.uk/culture/film/cannes-film-festival/5344374/Cannes-Film-Festival-2009-Lars-Von-Triers-torture-porn-film-Antichrist-shocks.html>] (zuletzt besucht am 31. März 2013).
- Smith, Murray (1995) *Engaging Characters. Fiction, Emotion, and the Cinema*. Oxford: Clarendon.
- Staudinger, Ursula et al. (1996) Selbst, Persönlichkeit und Lebensgestaltung im Alter: Psychologische Widerstandsfähigkeit und Vulnerabilität. In: *Die Berliner Altersstudie*. Hg. v. Ulman Lindenberger et al. Berlin: Akademie, S. 321-350.
- Stiglegger, Marcus (2010) *Terrorkino. Angst/Lust und Körperhorror*. Berlin: Bertz & Fischer.

- Tan, Ed S. (1996) *Emotion and the Structure of Narrative Film: Film as an Emotion Machine*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- deValck, Marijke (2005) The Sound Gag. The Use of Sound for Comic Effect in the Films of Jacques Tati. In: *New Review of Film and Television Studies* 3,2, S. 223-235.
- Williams, Linda (2009) Filmkörper: Gender, Genre und Exzess [engl. 1991]. In: *Montage AV* 18,2, S. 9-30.
- Wittgenstein, Ludwig (2003) *Philosophische Untersuchungen* [1953]. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Wulff, Hans-Jürgen (1999) *Mitteilen und Darstellen. Elemente einer Pragmasemiotik des Films*. Tübingen: Narr.