

THE BOSS OF IT ALL

Beobachtungen zur Anthropologie der Filmkomödie

Lorenz Engell

DER FOLGENDE AUFSATZ liest Lars von Triers Filmkomödie *THE BOSS OF IT ALL* (Direktøren for det hele, Dänemark 2006) als Entfaltung einer einfachen Überlegung zur Medienanthropologie der Komödie: Damit der Mensch überhaupt Anthropologie betreiben kann, muss er eine Beobachtungsposition zu sich selbst einnehmen können. Eben diese Position verschaffen ihm Medien. Dabei tragen sich die Medien in die Beobachtung und das Beobachtete sowie in den Beobachter ein. Dadurch kommt es zu einer Übertragung von Funktionen zwischen Mensch und Medium: Das Medium nimmt ebenso notwendig anthropoide (oder gar anthropische) Züge an wie der Mensch mediale Funktionen übernimmt.¹ Dies kann man, so behauptet der untersuchte Film, an einem Genre beobachten, das erstens traditionell der Einnahme einer Außensicht des Menschen auf sich selbst dient und zweitens den paradigmatischen Falls eines Genres bildet, das zugleich ein Medium ist, nämlich eben an der Komödie, und hier speziell der Filmkomödie.²

-
- ¹ Das »Anthropische Prinzip«, demzufolge das Universum nur existieren kann, insofern es einen Beobachter ermöglicht, für den es existiert, gilt auch in Sonderheit für den Film, dessen Welt nach Cavell eine immer schon gesehene Welt ist und die deshalb einen Betrachter enthalten bzw. produzieren oder zumindest ermöglichen muss. Während die Kosmologie jedoch annimmt, dass es sich bei diesem Beobachter um den Menschen handelt, wird diese Beobachtungs-, Zentrierungs- und Distanzierungsfunktion im Film übertragbar auch auf nichtmenschliche Beobachter, namentlich, so Deleuze, auf die bewegte Kamera. Vgl. Brandon Carter: *Large Number Coincidences and the Anthropic Principle in Cosmology*, Dordrecht 1974, S. 291 ff.; John D. Barrow und Frank J. Tipler: *The Anthropic Cosmological Principle*, Oxford 1988; Stanley Cavell: *The World Viewed*, Cambridge/London 1979, S. 72 f; S. 126–133; S. 183 ff.; Gilles Deleuze: *Das Zeitbild* (= Kino, Bd. 2), Frankfurt/M. 1991, S. 14–26. Zur philosophischen Kritik des anthropischen Prinzips siehe Wolfgang Welsch: *Immer nur der Mensch? Entwürfe zu einer anderen Anthropologie*, Berlin 2011, S. 171–185.
- ² Stanley Cavell: *Die Tatsache des Fernsehens*, in: Ralf Adelmann u. a. (Hg.): *Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft*, Konstanz 2001, S. 44–74.

1.

Seit seiner Entstehung hat das Kino als Haus des Films exemplarisch Anteil gehabt an der medialen Verfertigung des Menschen als dadurch kinematographischem Menschen, an der medialen Reflexion auf das dadurch kinematographische Menschsein, an der immer schon stattgehabten Interrelation zwischen Mensch und Medium und an der wechselseitigen Übertragung und Zuschreibung von Funktionen, Relationen und Operationen zwischen ihnen. Mensch und Medium konnten und können wir im Kino auf exemplarische Weise bei der Arbeit zusehen. Und dies gleich zweimal, nämlich einmal im Kino in der Relation zwischen dem Film und den Zuschauern, zum anderen aber noch einmal im Film selbst, der seinerseits solche Relationen und Operationen zwischen Menschen und Medien – insbesondere nicht nur im Hinblick auf Medien überhaupt, sondern auch im Hinblick auf das Medium, das er selbst ist – beobachtet, reflektiert und steuert und dabei dennoch von ihnen zugleich bestimmt wird.

Eine besondere Form dieser Beobachtung ist das komische Genre, in dem diese Doppelseitigkeit ausgespielt wird. Der Grund für gerade diese Engführung einer kinematographischen Anthropologie auf das Komische im Film und die Filmkomödie ist ein dreifacher. Zum einen gilt die Annahme, dass im Komischen und in seiner Organisationsform, der Komödie, eine ausgezeichnete anthropogene und zugleich anthropopoietische Funktion erbracht wird, dadurch nämlich, dass in der Komödie der Mensch zu sich selbst in ein Verhältnis gebracht wird.³ Im Verhältnis zu sich selbst zu stehen ist nach klassischem Verständnis eine der Auszeichnungen des spezifisch menschlichen Daseins.⁴ Die Komödie vermittelt und erzeugt dieses Selbstverhältnis, und zwar, indem sie es an sich selbst ebenfalls hervorbringt, also auch, vermittelt über den Menschen, in ein solches Verhältnis eintritt. Das Komische beschränkt sich dabei nicht auf die bloß formale Selbstreflexion, nicht auf die reine, abstrakte oder formale Intelligibilität, sondern bezieht zusätzliche Dimensionen etwa des Sensiblen und Physischen mit ein.⁵ Dies, die Einbeziehung der Physis in das Selbstverhältnis des Menschen bzw. des Mediums, führt uns zum zweiten Grund, uns hier auf das Komische zu konzentrieren, denn die physische Einbindung des Menschen und des Komischen findet ihre flagranteste Form im Lachen; und das Lachen ist seinerseits, wie das Weinen, ob zu Recht oder zu Unrecht, als ein spezifisch anthropogenes Verhalten verstanden worden.⁶ Zugleich

³ Simon Critchley: *Über Humor*, Wien 2004, S. 63 ff., S. 74 ff.

⁴ Vgl. nur Heideggers Bestimmung des Daseins als eines Seins, dem es in seinem Sein um sein Sein geht: Martin Heidegger: *Sein und Zeit* (1927), Tübingen 1979, S. 191 f.

⁵ Critchley: *Über Humor* (wie Anm. 3), S. 54–66.

⁶ Hellmuth Plessner: *Lachen und Weinen. Eine Untersuchung nach den Grenzen menschlichen Verhaltens*, Arnheim 1941; Henri Bergson: *Das Lachen. Ein Essay über die Bedeu-*

jedoch, und das ist der dritte Grund, ist die Verschränkung von Sensiblem und Intelligiblem, von Materialität und Immaterialität, von Körper – nicht nur als biologischer, sondern dominant auch als technischer und überhaupt artefaktueller Körper – und Reflexion (oder gar: Denken) der Hauptuntersuchungsgegenstand der Medientheorie und in Sonderheit der Medienphilosophie. Da sich diese Verschränkung im Komischen also besonders artikuliert und da sie dabei einen ausgewiesenen anthropopoietischen Charakter annimmt, ist das Komische ein besonders aufschlussreiches medienanthropologisches Thema.⁷

Dieser letzte Punkt, der Umstand nämlich, dass die anthropologische Relevanz des Komischen zugleich seine Medienrelevanz ist, kann noch weiter ausgebaut werden. Das Komische, damit es sich ereignen und wirksam werden kann, muss sich verkörpern, es muss auftreten. Genau dazu benötigt es ein Medium, in dem es sich realisieren kann, in dem etwa komische Situationen entstehen und sich entwickeln können. Das Komische erfüllt also einmal eine mediale Funktion, insofern es den Menschen und zugleich auch das Medium zueinander und dadurch je zu sich selbst ins Verhältnis setzt; zum anderen ist es, als Verschränkung von Materialität und Immaterialität, selbst eine mediale Form, und zum dritten, da es auftreten und sich verkörpern muss, ist es stets medienbedingt und kann außerhalb des Raums, den ein Medium aufspannt, nicht wirksam werden. Eines dieser Bedingungsgefüge des Komischen im Sinne des letztgenannten Punktes nun ist die Komödie, also ein medialer Ort, an dem das Auftreten des Komischen wahrscheinlich und sogar wirksam wird.

Dieser Zusammenhang lenkt unsere besondere medienanthropologische Aufmerksamkeit auf die Filmkomödie als ein Medium der Organisation und Realisierung des Komischen und damit als wie immer rekursives Medium, das den Menschen wie auch das Medium in den Stand setzt, sich zu ihrer wechselseitigen und gemeinsamen Verwobenheit zu verhalten. Daher gehen die folgenden Überlegungen aus vom Genre der Komödie, der Filmkomödie nämlich, als einer spezifischen Organisations- und Materialisationsweise des Komischen. Die selbstverfertigte und über das Medium vermittelte Distanznahme zu sich selbst im Komischen wird in der Filmkomödie nicht nur erzeugt, sondern sie wird so aufgeführt, dass Mensch und Medium einander hervorbringen und dabei Funktionen und Eigenschaften miteinander austauschen, aneinander delegieren und in Wechselwirkung bringen. In der Funktionsweise dieses Genres, in der Menschen- und Medieneigenschaften sich überlagern und einander überformen, so wird der

tung des Komischen (1900), Darmstadt 1988, S. 14; Alfred Stern: Philosophie des Lachens und des Weinens, Wien 1980, S. 48 ff.

⁷ Siehe dazu auch Lorenz Engell: Unter Aufsicht. Medium und Philosophie in Woody Allens Filmkomödie ANNIE HALL, in: Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung 2/2010, S. 149–167.

Argumentationsgang zeigen, artikuliert sich also eine gleichsam anthropoide Medialität wie eine mediale Anthropozität. So behauptet es jedenfalls Lars von Triers Film *THE BOSS OF IT ALL*, der seinerseits dem Genre der Komödie nicht nur zuzurechnen ist, sondern es zur Disposition stellt und insofern an sich selbst vorführt, dass das Genre der Komödie in seine Beziehungen zu Menschen – Betrachter wie Figuren – einrückt und das Menschsein unter die Bedingungen des kinematographischen Komischen setzt, die es, darin paradigmatisch medial, selbst darstellt.

Die Filmkomödie bietet sich dabei auch als eine Alternative zur Geschichte der anthropologischen Kränkungen an. Diese Kränkungen haben bekanntlich sämtlich mit Medien – und zwar solchen der (Selbst-)Beobachtung des Menschen – zu tun, die sich, wie eingangs gesagt, in die Beobachtung, in das Beobachtete und in den Beobachter eingetragen haben. Das Fernrohr war es, das den beobachtenden Menschen und sein Habitat aus dem Mittelpunkt des Universums rückte und die kopernikanische Revolution vollendete; das Diagramm rückte ihn in die zoologische Ordnung ein, das psychoanalytische Dispositiv aus Couch, Sessel und Notizblock war es, welches das Ich seiner Herrschaft im eigenen Hause benahm, und der Rechner konfrontierte den Menschen damit, dass wesentliche seiner (intellektuellen) Fähigkeiten von einem Artefakt erbracht werden können.⁸ Diesen Kränkungen könnte sich auch der Film als eine kleinere Form anreihen, indem er etwa, wie in der Metapher vom »Kino-Auge« ausgedrückt, bestimmte Wahrnehmungsfunktionen vom Menschen ablöst und technisch-apparativ nachbildet.⁹ In der Komödie jedoch wird diese Kränkung, indem sie freigelegt wird, ihrerseits dem Spott des Gekränkten preisgegeben, wird so gewendet, dass sie zum Lachen des Gekränkten Anlass gibt und darin die Kränkung in einen Abstand zu sich selbst bringt. Beispielhaft zeigt sich das schon im Stummfilm. Nicht nur macht die Slapstickkomödie sich schon früh über die Einbindung des Menschen in die Dingwelt lustig. Sie verspottet gern auch ihre eigenen Zuschauer, wenn sie sie als Medienunkundige darstellt, die sich eben nicht in das Medium einzubinden verstehen.¹⁰

⁸ Sigmund Freud: Eine Schwierigkeit der Psychoanalyse (1917), in: Gesammelte Werke, Bd. XII, Frankfurt/M. 1999, S. 6f.; Joseph Vogl: Medien-Werden: Galileis Fernrohr, in: Archiv für Mediengeschichte 1 (2001), S. 15–123; Friedrich Kittler: Film Grammophon Typewriter, Berlin 1986.

⁹ Dziga Vertov: Kinoglanz (1924), in: Franz-Josef Albersmeier (Hg.): Texte zur Theorie des Films, Stuttgart 1979, S. 39–41.

¹⁰ Der Urtyp dieser Art früher Komödie ist T. A. Edisons *UNCLE JOSH AT THE MOVIE PICTURE SHOW* (1902) mit der Etablierung des »Rube«, des medienunkundigen Rüfels; vgl. dazu Wanda Strauven: Early cinema's touchable screens From Uncle Josh to Ali Barbouyou, in: *NECSUS 2* (2012), unter: <http://www.necsus-ejms.org/early-cinemas-touchable-screens-from-uncle-josh-to-ali-barbouyou/>

In einer demgegenüber genau umgekehrten Weise wird dieser Zusammenhang auch in *THE BOSS OF IT ALL* verhandelt. Dieser Film thematisiert die Figur des Menschen, indem er sie in ihrer Einbindung in Medien und Medienprozesse ridiculisiert. Er stellt sie regelrecht bloß, und zwar zunächst unter dem Aspekt der Selbstermächtigung, des Schöpfertums, des Eigentums und der Verfügungsgewalt und demjenigen ihrer Gegenfaktoren, des Gemachtseins, der Enteignung und der Verfügbarkeit. Weiter unterstellt er dieses in seinen Augen lächerliche Spannungsverhältnis einem Regime der Medien, speziell dem Regime des Films bzw. der Komödie als Filmgattung. Kompliziert wie konsequent daran ist, dass das Medium dieser Ridikulisierung, nämlich eben *THE BOSS OF IT ALL*, selbst zweifellos eine Komödie ist. Die Komödie verfertigt hier also selbst das, was sie lächerlich macht, den medienverstrickten Menschen; mindestens aber nimmt sie ihn in Anspruch. Von Trier bemüht sich zwar sehr darum, dem Anspruch des Mediums an den Menschen zu entgehen, etwa, indem er die Figur des menschlichen Filmautors in seinen Film einfügt, der sich jedoch, wie wir noch sehen werden, von seinem Film zurückzieht, allerdings ohne Erfolg. Die Medienbindung des Autormenschen ist unentrinnbar. Nicht der Mensch verfertigt sich demnach mithilfe des Mediums, sondern das Medium tut dies unter Inanspruchnahme des Menschen, genauer: eines Menschen, nämlich eines kinematographischen Menschen, der sich als Autor, als Zuschauer oder als Figur gleichermaßen einstellen kann. Daraus schlägt die Komödie nicht nur den komischen Effekt, um den es ihr geht. Damit sind zugleich zwei traditionell wichtige Bestimmungsstücke des Menschseins auf das Medium der Filmkomödie übergegangen, nämlich zum einen das Moment der Selbstverfertigung, zum anderen aber das der Selbstdistanzierung, wie es in der Komödie geübt wird und dem Prinzip der Selbstreflexion zur Seite tritt.¹¹

2.

THE BOSS OF IT ALL erzählt vom absurd verlaufenden Verkauf einer bizarren kleinen dänischen IT-Firma an einen isländischen Investor. Die Firma lebt von den Tantiemen eines Produkts namens »Brooker Five«, offenbar ein Computerprogramm, also im weitesten Sinne ein mediales Produkt, dessen Produkt wiederum diese Firma ist, die es vermarktet. Vom »Brooker Five« erfahren wir nie, worum es sich dabei handelt und was er leistet, und auch nicht, wer das Programm erfunden oder erzeugt hat: Alle Angestellten gleichermaßen sind offenbar auch Mitinhaber der Rechte am »Brooker Five«. Durch den Verkauf der Firma jedoch versucht einer der Angestellten, der Prokurist Raun, die anderen auszutricksen.

¹¹ Critchley: Über Humor (wie Anm. 3), S. 74 ff; Engell: Unter Aufsicht (wie Anm. 7).

Er unternimmt diesen Versuch mithilfe eines von ihm erfundenen fiktiven Chefs der Firma, dem sich alle unterordnen, den Raun aber steuert. Die Fiktion eines anonym bleibenden, in den USA lebenden Chefs hatte der Prokurist offenbar schon seit langem als Deckfigur aufgebaut, genauer: als (mensenförmiges) Medium für seine hinter dem Rücken der anderen allmählich aufgebauten Vollmachten. Raun hat sogar einen umfangreichen und individualisierten E-Mail-Verkehr zwischen den einzelnen Partnern und dem fiktiven Chef inszeniert. Zum Zweck des Verkaufs jedoch muss der Chef – das fordert der Käufer – in personam anreisen. Den fiktiven Chef lässt Raun daher von einem Schauspieler verkörpern und unterwirft ihn also einer weiteren Mediatisierung, erneut durch einen Menschen. Der Schauspieler, den Raun engagiert, vertritt auch ausdrücklich eine dazu passende Auffassung des Schauspiels: Er selber habe sich als reine Verkörperung, so meditiert er, der Figur völlig unterzuordnen, ihr also als Medium zu dienen.

Nun steht aber der Schauspieler, der den Chef darstellen soll, vor dem Erfordernis, einerseits zwar den Chef zu geben, andererseits dabei aber den völlig verschiedenen und widersprüchlichen Erwartungen zu genügen, die die Angestellten, durch die E-Mail-Korrespondenz der Vergangenheit veranlasst, jeweils von ihm haben.¹² Erschwerend kommt hinzu, dass er sie nicht kennt und die Charaktere – genau wie wir, die Zuschauer, denen gegenüber er keinen Informationsvorsprung besitzt – nur nach und nach aus ihrem Verhalten und ihren Bemerkungen erschließen kann. Etwa hat er einer der Angestellten per E-Mail ein Heiratsversprechen gegeben; einer anderen gegenüber aber sich als Homosexueller ausgegeben. Auch vom Produkt, vom Geschäft und von den Firmenusancen weiß er praktisch nichts. So hat der Chef einerseits das Unerwartete zu tun, Entscheidungen zu treffen und das Verhalten der Angestellten zu steuern, ist aber andererseits den Anweisungen Rauns und den Erwartungen derer, die er steuern soll, sowie dem – sehr seltsamen – Umgangs- und Arbeitsstil der Firma ausgeliefert.

Die Figur des Chefs ist aber nicht nur ein (dreifaches) Medium, nämlich das von Raun verfertigte und genutzte Werkzeug seiner Täuschungsabsicht zum einen, dessen Verkörperung durch den Schauspieler zum zweiten und die multiple Projektion der getäuschten Mitarbeiter zum Dritten. Er ist zugleich auch seinerseits ein Medienprodukt, dessen Haupteigenschaft die völlige Unvereinbarkeit seiner Eigenschaften ist. Sie leitet sich ab aus der Funktionsweise des individuellen, fernschriftlichen und instantanen technischen Mediums, mit dessen Hilfe er geschaffen wurde, der E-Mail. Erst beim Medienwechsel hin zur theaterhaften

¹² Medial bedingt gilt damit für den Schauspieler das Gegenteil dessen, was Denis Diderot in seinen Überlegungen zum Paradox vom Schauspieler entfaltet: dass er die Erwartungen der Zuschauer dann am besten erfüllt, wenn er sie ignoriert. Vgl. Denis Diderot: *Paradoxes sur le comédien* (1773/1830), Paris 1996.

Verkörperung und Aufführung der Figur im Präsenzraum wird dies jedoch als Widerspruch wirksam und sichtbar. Dezentrierung und Rezentrierung der (menschlichen) Figur, über verschiedene Medien der schrifthaften De-Präsentierung und der verkörpernden Präsenz bewerkstelligt, laufen hier gegeneinander. Die (menschliche) Figur ist also, so legt es Lars von Triers Film an, nicht nur ein Medium und ein Medienprodukt, sondern sie ist dies jeweils auf mehrfache Weise. Ihr Spielraum eröffnet sich erst in der – vor allem widersprüchlichen – Überkreuzung verschiedener Medienfunktionen, die sie erfüllt, und verschiedener Medien, in denen sie verfertigt wird.

Der Schauspieler, eigentlich seiner Selbstaussage nach ein weitgehend transparentes Medium, gesteuert von Raun wie von denen, die er irreführen soll, erweist sich aber genau in diesem Wechselspiel zwischen dezentrierender Vielzahl der Projektionen und rezentrierender Verkörperung, das seine Handlungsrahmen aufspannt, als schwer steuerbar. Er entwickelt, wie dies für Medien kennzeichnend ist, zunehmend opake Züge der Undurchschaubarkeit – mindestens für jene, die ihn führen wollen und die er führen soll, aber auch für sich selbst.¹³ Mehr und mehr arbeitet er, das transparente Medium, das willenlose Werkzeug, mit an der Figur, die er verkörpern soll, und je mehr sie ihm gehorcht, desto mehr gehorcht er zugleich ihr. Vorübergehend entmachtet er Raun, indem er mit den Angestellten fraternisiert, schließt aber gerade dadurch den Graben zwischen Raun und den anderen Angestellten und findet sich selbst als Ausgeschlossenen, als Chef nämlich, wieder. Schließlich werden alle, auch Raun, von ihm seinerseits ausgespielt, und der Verkauf, den dann am Schluss eigentlich überhaupt niemand mehr will, kommt doch noch zum Nachteil aller, ausgenommen den Käufern, zu Stande.

Die speziell medienanthropologische Leitfrage, hier im Rahmen kinematographischer Verhältnisse gestellt, die aber über den Film hinaus Geltung beanspruchen können, ist diejenige nach der Verfertigung des Menschen durch Medien und als Medium, nach der medialen Anthropopoiesis. Sie zielt charakteristischerweise nicht mehr einfach auf das Menschsein als solches, auch nicht in einem biologischen und evolutionären Sinne auf die Menschwerdung und auch nicht auf die Selbstverfertigung des Menschen, sondern auf die Gemachtheit und das ständige Gemachtwerden des Menschen als Allopoiesis. Ihre Aufmerksamkeit gilt dabei speziell der Funktion der Medien – im konkreten Fall, mit dem wir es hier zu tun haben: den Funktionen des Films – als »Anthropotechniken«, womit nicht nur Hardware gemeint ist, sondern auch ein großes Feld von Operationen, die menschsetzend eingesetzt werden können, wie Ein- und Ausgrenzung, Verdich-

¹³ Zur Opazität und Transparenz des Films siehe Deleuze: *Das Zeitbild* (wie Anm. 1), S. 95 ff.

tung, Richtung, Kopplung und allerlei Verfahren der Optimierung und Übung.¹⁴ Genau das deutet, wie wir gesehen haben, Lars von Triers Film zumindest an, indem er die medientechnischen Herkünfte sowie die Erwartungen und Projektionen, aus denen der Chef der Firma hier erwächst, thematisiert. Unter dem Aspekt seiner Einübung in die Funktion, die er ausübt, geschieht dies allerdings eben nicht, wie nach Sloterdijk zu erwarten wäre, im Zuge einer Selbstverfertigung, sondern im Zuge eines Gemacht-Werdens.

3.

Traditionelle Bestimmungen sahen im Menschen stets Grund, Ursache und Zentrum seiner selbst, Träger aller seiner Praktiken, Verursacher seiner Technologien, Künste und Diskurse und Urmodell aller Autopoiesis.¹⁵ Die Berücksichtigung der medialen Lage dagegen macht den Menschen zum Effekt und zum Epiphänomen von Dispositiven, Technologien, Verfahren, Praktiken und Diskursen.¹⁶ Der Unterschied dieser beiden Positionsnahmen lässt sich auch jenseits der kinematographischen Anthropologie, die *THE BOSS OF IT ALL* hier entfaltet, anhand verschiedener in der Theorieproduktion verfolgter Varianten der Film-anthropologie sehr klar beobachten. Eine erste Möglichkeit kinematographischer Anthropologie wäre nämlich die klassisch-repräsentationalistische Variante, die den Menschen, die menschliche Figur, als handelndes und erdulndes Zentrum in den Mittelpunkt des Films stellt. Sie fragt danach, wie und was der Mensch im Film eigentlich sei, wie und als was er dargestellt und nachfolgend den Zuschauern vorgemacht und ihnen aus- und aufgeprägt wird. Gesucht werden dabei Aussagen und Ansichten über das Wesen des Menschen. Der Mensch im Film kann etwa als das gewalttätige und mordende Wesen erscheinen, wie in Stanley Kubricks *2001: A SPACE ODYSSEY* (*2001: ODYSSEE IM WELTRAUM*, USA 1968), oder als das Natur in Kultur verwandelnde Wesen, wie im Western, oder als das wissende und erkennende Wesen, wie im Kriminalfilm, oder eben – wie in unserem Fall – als das lachende (oder komische) Wesen, wie in der Komödie.¹⁷ In dieser Weise

14 Vgl. Peter Sloterdijk: *Du mußt dein Leben ändern. Über Anthropotechnik*, Frankfurt/M. 2010.

15 Siehe dazu Lorenz Engell: *Dasein als Selbstsystematisierung. Systemdenken bei Heidegger und Tendenzen der neueren Systemtheorie*, in: *grundlagenstudien aus kybernetik und geisteswissenschaft (grkg) / Humankybernetik* 28/3 (1987), S. 109–118.

16 Vgl. Gert Theile (Hg.): *Anthropometrie. Zur Vorgeschichte des Menschen nach Maß*, München 2005.

17 Zu Stanley Kubricks *2001: A SPACE ODYSSEY* siehe Hartmut Böhme: *Von Affen und Menschen: Zur Urgeschichte des Mordes*, in: Dirk Matejovski, Dietmar Kamper und Gerd-C.

gelangt man dann etwa zur Frage nach den »Menschenbildern« des Films oder verschiedener Filmgenres.¹⁸

Eine andere Variante derselben, den Menschen und auf den Menschen zentrierenden Sichtweise setzt nicht bei der Filmfigur, sondern filmkulturell bei der Figur des Filmemachers an, beim Filmregisseur. Sie begreift den Film als eigenmächtige Äußerung eines Filmautors.¹⁹ Der Filmemacher ist dann – in der Tradition des abendländischen Künstlersubjekts – als exemplarische, herausgehobene und gesteigerte Figur des Menschseins insofern begriffen, als er als Herr über die schöpferischen Prozesse des Filmemachens angesehen wird, als kreatives Zentrum, dessen Werk und Selbstausdruck der Film sei. Die Autorentheorie des Films und die herausragende Bedeutung, mit der die Figur des Regisseurs als schöpferische Persönlichkeit (im Konflikt eben mit den Apparaturen und Agenturen des Films) in der Filmkultur ausgestattet wurde, legen davon Zeugnis ab. Genau darauf nun bezieht sich die Off-Stimme in unserem Beispiel, die sich selbst als »Der Unterzeichnete« bezeichnet und mit dem Gewicht des Filmschöpfers auftritt, der zu seinem Publikum spricht.

Durch gerade diese Selbstbezeichnung stellt sich die Stimme des Autors übrigens auch neben seine Hauptfigur, den Schauspieler. Er wird nämlich eigens mit einer Zeichnungsberechtigung für den Firmenverkauf ausgestattet. Seine wichtigste und dramatisch groß ausgespielte Geste ist diejenige, mit der er die Verkaufsurkunde – zunächst – nicht unterzeichnet. Wenn er sie ganz am Schluss doch noch unterschreibt, so geschieht dies dagegen in geschäftsmäßiger Genauigkeit. Wir haben also Anlass zu der Annahme, dass der Filmschöpfer und die Hauptfigur einander spiegeln. Das Medium-Werden des Schauspielers analogisiert dasjenige des Filmschöpfers, der sich den Genreregeln und den Mechanismen kinematographischer Konvention entzieht. Das wird bestätigt, wenn man den Grund bedenkt, der den Schauspieler schließlich dazu treibt, die Firma an den Isländer zu verkaufen: seine Eitelkeit. Das plötzlich und wutentbrannt enthüllte Interesse des Isländers an den Schauspielkünsten und namentlich am Absurden Theater, dessen Anhänger der Schauspieler ist, rückt diesen endlich ins rechte Licht, und er wechselt geschmeichelt die Seiten. Seine Eitelkeit aber ist diejenige des Filmautors, der sich nicht nur ungefragt als Stimme in seinen Film drängt, sondern dabei auch

Weniger (Hg.): *Mythos Neanderthal. Ursprung und Zeitenwende*, Frankfurt/M. 2001, S.69–85; zum Western siehe Bert Rebhandl: *Der Western als kollektives Übergangsobjekt*, in: Bert Rebhandl (Hg.): *Western. Genre und Geschichte*, Wien 2007, S.9–23.

¹⁸ Zur Übersicht über den Stand der Forschung zum Menschenbild der Medien siehe Jens Eder, Joseph Imorde und Maïke Sarah Reinert (Hg.): *Medialität und Menschenbild*, Berlin 2012.

¹⁹ Vgl. André Bazin: *De la politique des auteurs*, in: *Cahiers du Cinéma* 70 (1957), S. 23 ff.; John Caughie (Hg.): *Theories of Authorship*, London/New York 1981.

seine Geringschätzung der Zuschauer zum Ausdruck bringt – und dabei dennoch von ihnen abhängig bleibt. Interessanterweise jedoch distanziert sich der Autor in diesem Fall auf ironische Weise von seinem Film. Er ridiculisiert sowohl den Film als auch seine Zuschauer: Dieser Film hier habe nichts zu sagen und sei, eben weil er eine Komödie ist, gerade kein Ausdruck einer schöpferischen Persönlichkeit im Sinne des Humanozentrismus, sondern ein mehr oder weniger automatisches genremäßiges Machwerk – ein Medium, das seine Zuschauer zu dem mache, was sie erwarteten.²⁰ Wie der Schauspieler sich im Moment seiner größten Selbstverwirklichung seinem Publikum, dem Isländer, unterstellt, so verfährt auch der Autor: Während er sich einerseits durchaus eitel in die Tradition der Menschenzentrierung stellt, setzt er zugleich damit seinen Film in einen anthropotechnischen Zusammenhang, dem er sich unterstellt und den er benötigt, um sich zur Darstellung bringen zu können.

In Bezug auf den Film in der Filmtheorie wie auch bei Lars von Trier treten jedoch auch andere, nicht repräsentationalistische Fragestellungen auf, die sich von der tradierten Position absetzen. Sie verfahren stärker operationalistisch und anthropopoietisch und fragen beispielsweise, mithilfe welcher medialen, also hier speziell kinematographischen Operationen etwa Menschen von Nichtmenschen im Film unterschieden werden. So ist eine der wichtigsten Leitartikulationen des erzählenden Films diejenige der Einstellungsgrößen und der Kadrierung, die sich unverändert bemisst nach dem menschlichen Körperbau, nach der Vertikal- und Horizontalorientierung des menschlichen Körpers und nach seiner Reichweite und Bewegungsmöglichkeit.²¹ So sind speziell die Totalen und Halbtotale diejenigen Einstellungen, die zunächst den Menschen als ein im Raum bewegliches Wesen vom Unbewegten unterscheiden; sie werden klassischerweise so kadriert, dass sie die Reichweite der Hände und den Raum für den nächsten möglichen Schritt der menschlichen Figur umgreifen. Dann wiederum, im Zusammenschnitt der Einstellungen werden in einem zweiten Schritt die bewegten Dinge von den sie bewegenden Menschen unterschieden, so dass der Mensch nicht nur als beweglich, sondern als bewegend ins Bild gesetzt wird.

²⁰ Diese Auffassung vom Genre als – wie immer reflexiver – Bestätigungsmechanismus entspricht in etwa dem, was Stanley Cavell unter dem Modell des »Genre als Zyklus« fasst und steht entsprechend der bei Cavell dynamisch-lebendig gearbeiteten Auffassung vom »Genre als Medium« entgegen. Vgl. Stanley Cavell: *Die Tatsache des Fernsehens* (wie Anm. 2); vgl. dazu auch den Beitrag von Christiane Voss in diesem Heft.

²¹ Vgl. André Bazin: *Peinture et cinéma* (1954), in: *Qu'est-ce que le cinéma*, Paris 1990, S. 187–192; Gilles Deleuze: *Das Bewegungsbild* (= *Kino*, Bd. 1), Frankfurt/M. 1989, S. 27–43. Siehe auch den Eintrag »Einstellungsgrößen« unter: <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=402>.

Neben derlei Unterscheidungsoperationen sind im Film aber auch solche Operationen wirksam, die Übertragungen und Delegationen von Funktionen und Eigenschaften zwischen Mensch und Nichtmensch und zwischen Mensch und Medium ins Werk setzen, die beide zusammenziehen, aufeinander einwirken oder einander überlagern lassen. In der Medientheorie ist eine solche Anthropologie kanonisch bei Marshall McLuhan entfaltet, der Medien als Externalisierungen und Delegationen menschlicher Fähigkeiten und Funktionen an technische Apparate liest, von denen sich der Mensch dann im Wege der Amputation trennt, zugleich aber mit ihnen narzisstisch verstrickt bleibt.²² Eine präziser auf den Film bezogene Theorie der Übertragung und Vermischung von Mensch und Medium hat Edgar Morin prominent entfaltet.²³ Morin, der mit McLuhan ein zentrales Interesse an dem Narziss-Mythos teilt, löst dabei allerdings, und das ist ein zentraler Punkt, jede Form von Priorisierung zwischen Mensch und Film zugunsten ihres Zusammenspiels auf. Der Mensch des Kinos ist nach Morin weder der schöpferische Filmemacher, noch der abgebildete und gestaltete Mensch auf der Leinwand noch der geprägte und formierte zuschauende Mensch im Kino, sondern etwas Drittes dazwischen. Er entsteht, so Morin, aus dem Zusammenspiel zwischen den realen Menschen im Zuschauerraum und dem imaginären Menschen auf der Leinwand. Diese Relation – Morin spricht vom »halb-imaginären Menschen« – ist aber nicht statisch, sondern dynamisch, ist also eigentlich eine permanent durchlaufende Operation. Der Mensch des Films ist ein stets im Entstehen und Wandel begriffener Mensch, der insbesondere durch Bildwerdung gekennzeichnet ist. Das ist keine Identitätsbeziehung und auch keine der Identifikation, der Mensch ist nicht das Bild, sondern eine Anverwandlung, ein Transformationsgeschehen: Wir schauen im Kino als Menschen dem Menschen beim Bildwerden zu und werden darüber selber als Zuschauer an das Bild herangetragen, das uns seinerseits anschaut, das, so Morin, »die Augen aufschlägt«.²⁴

Es gibt demzufolge einen kinematographischen Menschen, der nur im Lichtspielhaus sein Habitat findet, wo er ständig hervorgebracht wird, und dessen Verfertigung man nur dort beiwohnen kann. Eine vergleichbare, jedoch anders gearbeitete, nämlich in der Philosophie des Affekts begründete Fassung des Zusammenspiels von Mensch und Medium im Kino hat Christiane Voss unter dem Begriff des »Leihkörpers« entwickelt als eines dritten Körpers im Kino.²⁵ Für den

²² Marshall McLuhan: *Die magischen Kanäle*, Düsseldorf 1968, S. 57–64.

²³ Vgl. Edgar Morin: *Der Mensch und das Kino*, Stuttgart 1958.

²⁴ Ebd., S. 225–244.

²⁵ Vgl. Christiane Voss: *Filmerfahrung und Illusionsbildung. Der Zuschauer als Leihkörper des Kinos*, in: Gertrud Koch und Christiane Voss (Hg.): *... kraft der Illusion*, München 2006, S. 71–86; Ausführlicher zum Konzept des »Leihkörpers« ist Christiane Voss: *Der Leihkörper. Erkenntnis und Ästhetik der Illusion*, München 2013.

vorliegenden Zusammenhang ist dabei vor allem ihre Untersuchung des Lachens einschlägig, das den Körper des Zuschauers erfasst und dennoch als das Lachen des Films ausgemacht werden kann. Genau darin, im Leihkörperhaften des Lachens der amüsierwilligen Komödienzuschauer, begründet von Trier's Film seine Abwertung des Komödiengenres und seiner Nutzer. Insofern diese Abwertung aber ihrerseits komisch ist, verbleibt sie dennoch im Horizont des Gefüges von Mensch und Medium in ihren wechselseitigen Übertragungen. Und sie holt diese zirkuläre Struktur wiederum ein, indem sie sie auf ihren Protagonisten, den Schauspieler, abbildet, der sich in seinem Versuch, das Mediale seines Tuns unsichtbar zu machen, lächerlich macht.

4.

Für die Übertragung zugeschriebener Funktionen zwischen Mensch und Medium ist im Fall des Films auch der kanonische Gebrauch der Kadrierung und der Einstellungsgröße beispielhaft. Dies ist etwa der Fall bei der Großaufnahme. Die Großaufnahme ist zunächst einmal das Format, in dem das Gesicht des Menschen herausgehoben erscheint, ins Riesenhafte vergrößert, aus dem dimensionalen Handlungsraum der erzählten Welt herausgenommen und für eine Dauer zur Betrachtung freigegeben, die außerhalb des Kinos wohl als unziemlich empfunden werden würde.²⁶ Das Gesicht wird als Sitz oder Maske der Persönlichkeit inszeniert, als Umschlagpunkt der Erduldungs- und Affektionsfähigkeit in die Ausdrucksfähigkeit des Menschen, als Organ der Wahrnehmung, vor allem des Blicks und damit der Subjektivität, wie auch der Intentionalität; im Gesicht spiegelt sich die Befähigung des Menschen zu Reaktion einerseits und Handlung andererseits und ihrer nicht-deterministischen Verknüpfung.²⁷ Dann aber, wenn das Format der Großaufnahme sich auch den nicht menschlichen Dingen zuwendet, den Objekten und Gegenständen, dann kommt es zu einer Übertragung all dieser Begabungen und Potentiale auch auf die Objekte; schon Balázs sprach daher vom »Gesicht der Dinge« im Film.²⁸ Diese Ausweitung kann sich unter Umständen sogar von der Großaufnahme wieder ablösen; ganze Landschaften können in Ge-

²⁶ Béla Balázs: *Der sichtbare Mensch oder Die Kultur des Films* (1924), Frankfurt/M., S. 37–58.

²⁷ Zur Medienanthropologie des Gesichts siehe Petra Löffler und Leander Scholz (Hg.): *Das Gesicht ist eine starke Organisation*, Köln 2004; sowie Petra Löffler: *Affektbilder. Eine Mediengeschichte der Mimik*, Bielefeld 2004.

²⁸ Balázs: *Der sichtbare Mensch* (wie Anm. 26), S. 59–65; Morin: *Der Mensch und das Kino* (wie Anm. 23), S. 76–81.

sichter überblendet werden und umgekehrt.²⁹ Schließlich kann das Filmbild selbst – und nicht nur das Dargestellte – die Funktion der Gesichtlichkeit übernehmen, kann als Einschreibfläche einer diesseits und Ausdrucksorgan einer jenseits seiner liegenden Erduldungs- und Handlungsinstanz fungieren, als Maske eigener Subjektivität und Reflexionsfähigkeit zudem.³⁰

Indem es sich mit dem Gesicht verschränkt, nimmt das Filmbild dann selbst anthropoide Züge an: Das Medium (wird) vermenschlicht. Diese filmästhetische Tradition nun und damit die operationalistische Sicht auf die Medialisierung des Menschen und die Humanisierung des Mediums unterläuft von Triers Film genauso, wie er dies oben mit der klassischen Autorenposition getan hat. So, wie sich der Autor von seinem Film trennt, trennt sich der Film vom Autor und der Idee der personalen Kreativität; auch sie eigentlich ein Ausweis gesteigerten Menschseins. Denn die Kadrierung und der Einstellungswechsel innerhalb der Szene hat hier keinerlei konzeptionelle Basis, sondern folgt einem Zufallsprinzip. Jede Szene wurde in *THE BOSS OF IT ALL* von drei verschiedenen Kameras – sehr ähnlich dem Verfahren im Fernsehstudio – aufgenommen. Die Wahl des Bildausschnitts sowie das Ansteuern der jeweils ausgewählten Kamera (bzw. ihres Standpunkts) wurde durch ein Computerprogramm besorgt auf der Basis eines Zufallsgenerators. Dieses Verfahren nennt von Trier »Automavision«. Damit unterläuft er nicht nur ein weiteres Mal die Idee vom kreativen Filmschöpfer, vom Autor oder der Kameraperson als Zentrum des Films, dessen (Selbst-)Ausdruck dann der Film sei. Auch im Resultat sind sämtliche systematischen Zusammenhänge zwischen Groß- und Totalaufnahme, sämtliche körper- und handlungsbezogenen Kadrierungsformate und sämtliche methodischen Explorationen der Großaufnahme gelöscht. Weder kann sich ein »Gesicht der Dinge« einstellen, noch wird das menschliche Gesicht in irgendeiner Weise spezifisch herausgearbeitet. Die von der Automavision vollzogenen Operationen sind nicht mehr speziell anthropopoietischer Art, sondern schlicht bildgebende Verfahren, völlig gleichgültig gegen das Menschsein oder Nichtmenschsein dessen, was im Bild zu sehen ist.

Eine wiederum andere Möglichkeit operationalistischer Medienanthropologie, die auch speziell im Hinblick auf den Film verfolgt wird, besteht darin, den Menschen als Wissensobjekt oder »epistemisches Objekt« zu begreifen.³¹ Die anthropopoietische Verschränkung von Mensch und Medium wird dann anhand der Produktion des Wissens vom Menschen mithilfe von Medien erschlossen. Dabei

²⁹ Balázs: *Der sichtbare Mensch* (wie Anm. 26), S. 66–70; Morin: *Der Mensch und das Kino* (wie Anm. 23), S. 81–87.

³⁰ Deleuze: *Das Bewegungsbild* (wie Anm. 21), S. 143–151.

³¹ Vgl. Hans Jörg Rheinberger: *Experimentalsysteme und epistemische Dinge. Eine Geschichte der Proteinsynthese im Reagenzglas*, Göttingen 2001.

wird in aller Regel das wissenschaftliche Wissen und seine Produktion in Verfahren der Messung, der Aufzeichnung, der Archivierung usw. gegenüber anderen Wissensformen privilegiert. Der Film käme dann entsprechend als Instrument der wissenschaftlichen Erforschung des Menschen in den Blick, durch die er als Wissensobjekt überhaupt erst generiert wird.³² Der Film gilt dann, wie eine Beobachtungs-, Mess- oder Laboreinrichtung, als Anthropotechnik, als wissenschaftlicher Film, als biologischer, medizinischer oder ethnographischer Film. Man käme dann tatsächlich zu Laborfilmen, aber weitergehend auch z. B. zu Robert Flaherty oder zu Jean Rouch und anderen, bis hin zu den Verästelungen in den Avantgarde- und Experimentalfilm hinein, etwa zu Maya Deren und ihrer Herkunft aus dem ethnographischen Film.³³ Auch hier sind dann Varianten und spezielle Ausprägungen kinematographischer Anthropologie als Teil einer visuellen Anthropologie möglich.³⁴

Dieser gesamte Komplex scheint in *THE BOSS OF IT ALL* keine erkennbare Rolle zu spielen. Doch auch dazu gibt es ein Komplement, das in doppelter Weise umschaltet, nämlich von den Aufzeichnungs- und Herstellungspraktiken des Films als Anthropotechnik zu den Aufführungs- und Projektionspraktiken des Films, hauptsächlich im Kino, und also vom Menschen vor und hinter der Kamera zu denjenigen im Kinosaal. Hier stünde dann die Verfertigung des Menschen als Zuschauer und Betrachter in Rede.³⁵ So käme man etwa an das Kino als Dispositiv, etwa im Sinne einer Zurichtungs- und Disziplinierungsmaschine heran, die bestimmte Vermögen des Menschen – etwa seine visuelle Orientierung, seine Kinästhesie, aber auch seine Sozialität – adressiert, sie ausbaut und möglicherweise auch verabsolutiert. Oder man untersucht medienarchäologisch das dem Medium als Apparatur immer schon eingeschriebene implizite Wissen vom Menschen. Dazu gehörte dann auch, das Verhältnis von Kino und Film zu bedenken: Wie bespielen je verschiedene Filme auf je verschiedene Weise das Kino; und wie spielen sie damit auch je verschiedene Untermöglichkeiten des kinematographischen Menschseins nach vorn? Zu diesen Fragen bezieht *THE BOSS OF IT ALL*, wie kursorisch auch immer, Stellung, mindestens dadurch, dass er seine Zuschauer über die schon erwähnte Off-Stimme eigens adressiert und sie in ihrer Konstitu-

³² Vgl. dazu höchst instruktiv Hannes Rickli (Hg.): *Videogramme. Die Bildwelten biologischer Experimentalsysteme als Kunst- und Theorieobjekt*, Zürich 2011.

³³ Dan Marks: *Ethnography and Ethnographic Film. From Flaherty to Asch and after*, in: *American Anthropologist, New Series* 97/2 (1995), S. 339–347; Ute Holl: *Kino, Trance und Kybernetik*, Berlin 2002.

³⁴ Marcus Banks und Howard Morphy (Hg.): *Rethinking Visual Anthropology*. New Haven/London 1997; Paul Hockings (Hg.): *Principles of Visual Anthropology*, Berlin 2003.

³⁵ Jean Louis Baudry: *Le dispositif: approches métapsychologiques de l'impression de réalité*, in: *Communications* 23 (1975), S. 56–72.

tion als Zuschauer einer Komödie vorführt; und dass er schließlich eine ausdrückliche Zuschauersituation im Bild aufführt, wie wir oben bereits gesehen haben.

5.

Nun sind mit all dem jedoch in von Triers Film keinerlei verbindliche Aussagen über die mediale Funktion und Verfertigung des Menschen schlechthin getroffen. Nicht, dass man den Befund, den wir hier erhoben haben, nicht verallgemeinern könnte. Man könnte etwa auf die theatrale Grundkonfiguration beispielsweise der »triadischen Kollusion« hinweisen und damit vom vorliegenden Beispiel auf alle theaterhaften Darstellungssituationen schließen.³⁶ Mit Erving Goffman könnte man dann auch noch weiter auf gesellschaftliches Rollenverhalten überhaupt abheben.³⁷ Genau darum aber geht es in unserem Film nicht. Die anthropoide Grundkonfiguration, in der der Mensch in und durch Medien verfertigt und darüber selbst zum Medium wird, in der er sich von dem, was und wodurch er steuert, nämlich eben dem Medium, seinerseits steuern lässt, wird hier nicht als *conditio humana* schlechthin ausgegeben. Vielmehr gilt sie zunächst nur in einem speziellen Medium und durch dieses Medium, nämlich durch den Film als Komödie. Bei der beobachteten Figuration handelt es sich vielmehr um eine Bedingung speziell des kinematographischen Menschen und in Sonderheit um den Menschen der Filmkomödie.

Dass mit dem gesamten Aufriss nichts anderes als eine Metonymie des Films selbst in von Triers Film einzieht, macht er auf mindestens dreierlei Weise deutlich: Erstens tauchen allfällig Spiegelbilder und Reflexionen in den Filmbildern auf, nebst zahlreichen Türrahmen und Durchblicken. Derlei Rahmungen und Spiegelungen gehören zum klassischen Bestand der Iterationen des Bildes im Bild und weisen oft auf die Selbstbezüglichkeit des Films hin.³⁸ Tatsächlich spiegelt sich einmal sogar die Filmkamera in einer der Glasscheiben, und zwar genau während eines der Off-Kommentare. Denn zweitens geschieht das Ausweisen unseres Films als Reflexion auf den Film auch ausgesprochen, durch den besagten Off-Text

³⁶ Klaus Lazarowicz: Triadische Kollusion. Über die Beziehung zwischen Autor, Schauspieler und Zuschauer im Theater, in: *Das Theater und sein Publikum* (Veröffentlichungen des Instituts für Publikumsforschung, 5), Wien 1977, S. 44–60; Uri Rapp: *Handeln und Zuschauen. Untersuchungen über den theatersoziologischen Aspekt in der menschlichen Interaktion*, Darmstadt 1973.

³⁷ Erving Goffman: *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag*, München 2003.

³⁸ Bazin: *Peinture et cinéma* (wie Anm. 21), S. 187–192; Willem Jan Otten: *Das Museum des Lichts*, Berlin 1999, S. 71–75.

nämlich. In ihm kommentiert eine Stimme, die sich als diejenige des Filmautors – also des wahren »Boss of it All« – ausgibt, den Film. Sie erklärt uns, dass wir uns als Filmzuschauer und namentlich als Betrachter einer Filmkomödie freiwillig einem medialen Apparat und Regelwerk, dem der Filmkomödie nämlich, unterordnen, um uns nach dessen mehr oder weniger mechanisch absehbarem Verlaufsregister unterhalten, amüsieren und insofern dominieren zu lassen. Die Komödie ist es, die uns lachen macht.

Dies bleibt auch keine bloße Behauptung der Off-Stimme. *THE BOSS OF IT ALL* tritt umgehend den Beweis an, dass dem so ist. So werden zahlreiche Standardverfahren des Filmwitzes aufgenommen. In der Geste des Unterzeichnens beispielsweise haben wir es mit der berühmten Auflösung einer hoch gespannten Erwartung in nichts zu tun.³⁹ Zum komischen Handwerk zählen sodann die diversen Formen der Verächtlichmachung, etwa des kulturell Hochstehenden – hier des Avantgardetheaters, dem der Schauspieler sich verpflichtet fühlt – oder des Fremden – hier des tobsüchtigen und rabiaten Isländers – oder des schlicht Anderen – hier des Homosexuellen –, allerdings auf eine ziemlich triviale Weise.⁴⁰ Weiterhin ist die Vertauschung zu nennen, etwa da, wo, wie gesehen, die Nichtunterzeichnung des Dokuments großartig ausgespielt wird, das final entscheidende Unterschreiben dagegen völlig geschäftsmäßig vonstatten geht.⁴¹ Dazu zählen aber auch spezifisch filmische Formen, wie die visuelle Verwechslung zweier Figuren (der Ex-Frau und der Bürogeliebten), die Annahme einer Tier-Geste durch einen Menschen (die Frau des Schauspielers isst im Zoo Erdnüsse mit der Schale), das Auftauchen einer Figur am falschen Ort (der konspirative Treff im Gartencenter), die Verschiebungen zwischen Bild und Ton (der Isländer spricht unverständliches Isländisch). Mindestens dieses Lachen, so ließe sich der Gedanke weiter tragen, ist also ein Medienprodukt. Insofern das Lachen als ein Anthropologicum in Frage kommt, wäre also, folgte man diesem Gedanken aus *THE BOSS OF IT ALL*, die Mediengemachtheit oder die Medienabhängigkeit des (lachenden) Menschen das eigentliche Thema der Komödie.

Genauer allerdings wäre festzustellen, dass die Zuschauer sich dem Genreapparat der Filmkomödie aussetzen, um etwas an sich vornehmen zu lassen, um nämlich im Lachen die eigene Mediengemachtheit als diejenige der Filmfigur reflektiert zu sehen. Zwischen dem technischen Apparat und dem komischen Regelwerk zum einen und der Unterstellung der Zuschauer unter dieses Dispositiv zum anderen herrschen also dieselben Doppelbedingungen wie hier zwischen dem fikti-

³⁹ Immanuel Kant: *Kritik der Urteilskraft* (1790), in: ders.: *Werke in zehn Bänden*, hrsg. v. Wilhelm Weischedel, Bd. 8, Darmstadt 1957, S. 437.

⁴⁰ Critchley: *Über Humor* (wie Anm. 3), S. 79–91.

⁴¹ Bergson: *Das Lachen* (wie Anm. 6), S. 66 ff.

ven Chef und seinen Untergebenen. Und drittens schließlich endet der Film mit einer tatsächlich als solcher ausgeführten Zuschauersituation, einem im Besprechungsraum improvisierten Theaterdispositiv mit Zuschauersitzen und Vorhang. Hier geben der Isländer und die übrigen Anwesenden dem Schauspieler endlich Gelegenheit, seine eigentliche Paraderolle, den Schornsteinfeger in dem absurden Stück *Die Stadt ohne Schornsteine*, vorzuführen. Hier wird der Schauspieler, indem er nichts sagt (der Monolog ist stumm) und sich nicht bewegt, dann abschließend sogar zu einer Art gänzlich unspezifischem Nullmedium, das potentiell alle anderen Medien, also eine Ahnung reiner Medialität enthält und die drei Grundfunktionen des Medialen des Films, nämlich die Transparenz, die Opazität und die Reflexivität, vorführt.⁴² *THE BOSS OF IT ALL* erklärt uns gleich drei Mal, dass er die Relation zwischen dem zuschauenden Menschen im Kino und dessen Projektion auf die bzw. auf der Leinwand beobachtet. Er zeigt uns dabei, dass wiederum diese Beobachtung nur möglich ist, wenn die Zuschauer ihrerseits zu Medien werden, wenn sie sich – so behauptet es *THE BOSS OF IT ALL* – als Projektionen des Mediums zugleich auch dessen apparativen und diskursiven Anordnungen unterstellen. Und damit er dies zeigen kann, muss er als Film zugleich anthropoide (bzw. anthropische) Züge an- und in sich aufnehmen, muss zu sich selbst – auf dem Weg über das Komische nämlich – ins Verhältnis treten.

⁴² »Nullmedium« ist hier im Sinne des Bartheschen »Dégré zero« der Schrift und des Schreibens gemeint, nicht aber in dem Sinn, den Hans Magnus Enzensberger anhand des Fernsehens freigelegt hat; Vgl. Roland Barthes: *Le degré zéro de l'écriture*, Paris 1953; Hans Magnus Enzensberger: *Die vollkommene Leere. Das Nullmedium oder Warum alle Klagen über das Fernsehen gegenstandslos sind*, in: *DER SPIEGEL* 20/1988, S. 234–244.