

Anmerkung

1 Der Aufsatz stellt wesentliche Ergebnisse einer Zuschauerstudie vor, die 1986 in Eugene, Oregon stattfand. Sie wurde im Rahmen des von der Stiftung Volkswagenwerk geförderten Forschungsprojekts zum Thema "Soap Operas im amerikanischen Fernsehen" von den ProjektmitarbeiterInnen Gabriele Kreutzner, Ellen Seiter, Eva-Maria Warth und Hans Borchers konzipiert und durchgeführt. Die ausführliche Beschreibung der Studie wurde von Kreutzner, Seiter, Warth, Borchers verfaßt und in dem Aufsatz "'Don't treat us like we're so stupid and naive': Toward an Ethnography of Soap Opera Viewers" (s. Literaturverzeichnis) veröffentlicht. Die folgenden Ausführungen bieten eine deutsche Zusammenfassung zentraler Passagen aus diesem Aufsatz.

Literatur

- Allen, Robert C. (1983): On Reading Soap Operas: A Semiotic Primer. In: E. Ann Kaplan (ed.): *Regarding Television*. Frederick, Md., 97-108.
- Johnson, Leslie (1981): Radio and Everyday Life: The Early Days of Broadcasting in Australia, 1922-1945. In: *Media, Culture and Society* 3.2, 167-178.
- Modleski, Tania (1982): *Loving with a Vengeance: Mass-Produced Fantasies for Women*. Hamden, Ct. 1982.
- Morley, David (1980): *The "Nationwide" Audience: Structure and Decoding*. London.
- Morley, David (1981): 'The Nationwide Audience'— A Critical Postscript. In: *Screen Education* 39, 3-15.
- Morley, David (1986): *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. London.
- Radway, Janice (1984): *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature*. Chapel Hill, London.
- Seiter, Ellen, Hans Borchers, Gabriele Kreutzner, Eva-Maria Warth (1991): 'Don't treat us like we're so stupid and naive': Toward an Ethnography of Soap Opera Viewers. In: E. Seiter, H. Borchers, G. Kreutzner, E.-M. Warth (eds.): *Remote Control: Television, Audiences, & Cultural Power*. 2. Aufl. London, New York, 223-247.

Die Produktivität der Aneignung - Zur Soziologie medialer Fankulturen

Rainer Winter

1. Einleitung

Wenn man sich mit der Aneignung von Medien beschäftigt, ist man zunächst darüber überrascht, daß dieses Thema trotz einer Fülle von Literatur und Forschungsergebnissen zur Massenkommunikation erst seit kurzem behandelt wird. Dies hat verschiedene Gründe, sowohl wissenschaftsinterne als auch -externe. Die für unseren Zusammenhang wichtigste Ursache ist, daß vielen Medientheorien und Forschungen zur Wirkung bzw. Nutzung von Medien gemeinsam ist, daß sie über keine Theorie der Kultur verfügen, die diese handlungstheoretisch, d.h. aus der Perspektive der Individuen und Gruppen, die Medien nutzen, konzeptualisiert und deren Interaktion mit der symbolischen Dimension der Medien in den Mittelpunkt rückt. Nur so kann nämlich nach unserem Verständnis die kommunikative Aneignung von Medien soziologisch angemessen untersucht werden.

So krankt z.B. die neobehavioristisch orientierte Wirkungsforschung an einem verengten Wirkungsbegriff, der, orientiert am Paradigma der Massengesellschaft, davon ausgeht, eine atomisierte Masse von Rezipienten sei wehrlos einer "Außenleitung" durch Medien unterworfen (vgl. Joußen 1990).¹ Die Konzentration auf die Macht der Medien und die implizite Unterstellung eines Rezipienten als Marionette führen dazu, daß die kulturelle Einbettung der Medienaneignung nicht berücksichtigt wird. Die kommunikativen Prozesse der Medienaneignung spielen auch keine Rolle in der Theorie der Kulturindustrie (1947/1969) von Adorno und Horkheimer, das wohl bis heute einflußreichste Beispiel für eine negative Einschätzung der Rolle der Massenmedien und ihres Einflusses auf die Kultur in der modernen Gesellschaft. Primär an der Analyse der Kulturprodukte orientiert, unterläuft Horkheimer und Adorno der Trugschluß, von deren Eigenschaften und den damit verbundenen Absichten ließen sich deren Wirkungen auf die Rezipienten ableiten,² die, so ihre Auffassung, das ihnen versprochene Vergnügen mit einer Manipulation ihres Bewußtseins und wegen der standardisierten Warenproduktion kultureller Formen mit der Verkümmern ihrer Einbildungskraft, ihres unabhängigen Denkens und dem Verlust ihrer Individualität begleichen müssen. Da die Theorie der Kulturindustrie zudem über kein Modell der Dekodierung verfügt, blendet sie die symbolische Alltagspraxis der Zuschauer von vornherein aus. Sie kann nicht erfassen, wie die medial vermittelten symbolischen Formen in den Welten der Rezipienten als Texte mit je spezifischen Bedeutungen konstituiert werden.

Die pessimistische Diagnose von Horkheimer und Adorno, die unter der totalitären Bedrohung durch den Faschismus entstanden ist, findet heute ihre Fortsetzung in der postmodernen Kulturtheorie von Jean Baudrillard (vgl. 1978, 1987), der die kulturelle Transformation nach dem Zweiten Weltkrieg analysiert. Auch seine Medientheorie ist unterkomplex angelegt. McLuhan folgend, vertritt er einen technologischen Determinismus (vgl. Kellner 1989). Fixiert auf die schillernde Welt der Kulturwaren, schließt er, wie Horkheimer und Adorno, von diesen unmittelbar auf ihre Wirkungen und warnt vor den postmodernen Entdifferenzierungen von Ökonomie und Kultur, von Produktion und Konsum, von Tiefe und Oberfläche. Den Individuen gesteht Baudrillard im großen und ganzen nur die Rolle von "Trivialmaschinen" zu, die nicht mehr hinter den Schleier der durch die Medien erzeugten Simulation und Hyperrealität blicken können (vgl. Winter 1992a). In all diesen Theorien werden mehr oder minder deterministische Zusammenhänge zwischen Medien und Gesellschaft unterstellt, die Aneignung von Medien und ihre Einbettung in die Alltags- oder Populärkultur wird, wenn überhaupt, dann nur sehr eingeschränkt wahrgenommen. In einer soziologischen Perspektive ist es jedoch gerade erforderlich, die "Kultur-Bedeutsamkeit" von Medien im Alltag zum Thema zu machen.³ Im folgenden werden wir deshalb eine kultursoziologische Fundierung der Aneignung von Medien vorschlagen und in Umrissen skizzieren. Anschließend werden wir am Beispiel einer ethnographischen Studie zu einer Fankultur spezifische Aneignungspraktiken näher beschreiben und zeigen, daß die Fans aktiv und produktiv mit Medien umgehen.

2. Kultur, Alltag und Medien

Innerhalb der Soziologie und Ethnologie gibt es verschiedene Konzeptionen von Kultur.⁴ Für unsere Zwecke scheint die symbolische Konzeption von Kultur die geeignetste zu sein, die am kraftvollsten in den Arbeiten von Clifford Geertz (1973; 1983) entfaltet ist. Geertz analysiert den symbolischen Charakter des sozialen Lebens, der in der sozialen Interaktion zum Ausdruck kommt. Unter Kultur versteht er die komplexen Sinnmuster, die sich in symbolischen Formen verkörpern, zu denen er Handlungen, Äußerungen und sinnhafte Objekte aller Art zählt, mittels derer Individuen miteinander kommunizieren und ihre Erfahrungen, Vorstellungen und Ideen teilen. Die Aufgabe der Medienforschung läßt sich im Anschluß an Geertz bestimmen als die ethnographische Erschließung und Interpretation der symbolischen Formen der Medienkommunikation, d.h. sowohl der medialen Texte als auch der Praktiken im Umgang mit ihnen.

Dabei ist zu beachten, daß sich in komplexen Gesellschaften anders als in den einfachen Gesellschaften, mit denen sich Geertz in erster Linie beschäftigt, in den symbolischen Formen oft vielfältige Wirklichkeiten verkörpern. Die Kultur ist nie einheitlich und singular, sondern immer plural, dezentriert, heterogen und in ständigem Wandel begriffen.

Um eine reduktionistische Sichtweise zu vermeiden, ist es daher sinnvoll, die Aneignungsformen von Medien in verschiedenen kulturellen Kontexten zu untersuchen. Denn wie alle symbolischen Formen treten auch Medien immer in strukturierten Kon-

texten auf, die unterschiedliche Machtverhältnisse, soziale Ungleichheiten, vielfältige Sinnzuschreibungen, Interessen etc. umfassen. Der Sinn eines medialen Textes ist diesem nicht inhärent und muß quasi nur entnommen werden, sondern er wird immer kontextuell in der Interaktion mit dem Text geschaffen. Die Aneignungspraktiken legen ihm auf vielfältige und oft widersprüchliche Weise Bedeutung bei. Innerhalb der Medienforschung wurde diese kulturelle Dimension der Medienkommunikation in den letzten Jahren vor allem durch die British Cultural Studies herausgearbeitet. Während Stuart Halls frühes Encoding/Decoding-Modell (Hall 1973) mit seiner Theorie der Vorzugslesart ebenso wie dessen empirische Überprüfung durch David Morley in seiner Studie "Nationwide" (Morley 1980) noch hauptsächlich am medialen Text orientiert war, rückten in den letzten Jahren innerhalb dieser Forschungstradition die Aneignungspraktiken der Zuschauer in den Mittelpunkt. So hat Morley selbst in "Family Television" (1986) herausgearbeitet, daß nicht die "Vorzugslesart" eines Textes, also dessen Präferenzstruktur, für seine Nutzung entscheidend ist. Vielmehr produzieren die Zuschauer im Umgang mit dem Fernsehen Bedeutungen und Vergnügen, die für sie oder die soziale Gruppe, die am Prozeß der Aneignung beteiligt ist, relevant sind. John Fiske (1988) hat diesen Ansatz radikalisiert, wenn er betont, daß nicht der Text Macht über den Zuschauer ausübt, sondern daß der Zuschauer und seine Relevanzkriterien immer bereits vor dem Text da sind. Die Aneignung eines kulturellen Produkts erfolgt immer aus einer spezifischen sozial (kontextuell) vermittelten Sicht, dem jeweiligen Lebenshintergrund der Zuschauer. Dabei kommt, das zeigen die Studien der British Cultural Studies, ästhetischen und kreativen Prozessen eine wichtige Bedeutung zu.⁵

Zuerst hat dies Michel de Certeau, auf den sich Fiske und viele Autoren der British Cultural Studies berufen, in seinem Buch "L'invention du quotidien 1: arts de faire" (1980/1990) herausgearbeitet. Gestützt auf empirische Untersuchungen zum Verbraucherverhalten und auf Studien zur Heterologie, der Wissenschaft vom Anderen, entwarf er eine Theorie der Aneignung, die die Alltagspraktiken und Handlungen der Konsumenten zum Thema hat. Wie Baudrillard geht de Certeau davon aus, daß die Systeme der Produktion, in unserem Fall die Kulturindustrie, sowohl das codierte System der Kulturwaren als auch das Feld, auf dem die Konsumenten agieren, vorgeben. Dies impliziert jedoch nicht, daß die Konsumenten jede Eigenständigkeit, Flexibilität und Widerständigkeit verloren haben. So kam de Certeau bei seinen Forschungen zu dem Ergebnis, daß die Analyse der symbolischen Dimension von Kulturwaren, z.B. von Kinofilmen oder Fernsehsendungen, nichts über ihren Gebrauch durch den Konsumenten aussagt. Deshalb ist es wichtig zu erforschen, was der Verbraucher mit den Bildern während des Konsums (und danach) fabriziert. "La 'fabrication' à décélérer est une production, une poïétique, - mais cachée, parce qu'elle se dissémine dans les régions définies et occupées par les systèmes de la production (télévisée, urbanistique, commerciale etc.)" (De Certeau 1990, XXXVII).

Die Konsumenten können die Produktion von Kulturwaren nicht kontrollieren und auch nicht das wirtschaftliche System ändern, allerdings können sie Umgangsweisen mit den vorgegebenen Produkten entwickeln, die von der herrschenden ökonomischen Ordnung bzw. der Kulturindustrie nicht vorgesehen waren. Foucault (1976) hat gezeigt, wie ein Raster der Überwachung, eine "Mikrophysik der Macht", die heutige

Gesellschaft kontrolliert und organisiert. De Certeau ist jedoch der Auffassung, daß Foucault die Effizienz der Macht/Wissendispositive überschätzt hat. Er hält folgende-Fragen für wichtig: "Quelles procédures populaires (elles aussi minuscules et quotidiennes) jouent avec les mécanismes de la discipline et ne s'y conforment que pour les tourner; enfin quelles manières de faire forment la contrepartie, du côté des consommateurs (ou 'dominés'?), des procédés muets qui organisent la mise en ordre sociopolitique" (De Certeau 1990, XL). Auf diese Weise möchte de Certeau die oft im Verborgenen bleibende "créativité dispersée, tactique et bricoleuse des groupes ou des individus pris désormais dans les filets de la surveillance" (De Certeau 1990, XL) offenlegen.

Er konzentriert sich auf die lokalen Widerstandsformen gegen die "Mikrophysik der Macht", die den Konsum nicht beherrscht im Sinne älterer Machtkonzeptionen, sondern die im Alltag zerstreut, indirekt und flüchtig wirkt, aber überall anwesend ist. Mittels defensiver oder aggressiver Praktiken und Listen eignen sich die Verbraucher den durch Disziplinen organisierten Raum wieder an. Dabei transformieren, konvertieren und "pervertieren" sie Produkte, indem sie Bedeutungen hervorbringen, die von den Produzenten nicht vorgesehen waren. Für de Certeau ist der Alltag daher potentiell Schauplatz eines "kulturellen Guerillakampfes",⁶ in dem die Formen und Inhalte der herrschenden soziokulturellen Produktion kunstfertig, d.h. kombinierend und verwertend, angeeignet werden. Am Beispiel von Medienfans werden wir im folgenden diese populäre Kreativität und Phantasie, die kontextuell in Aneignungspraktiken verankert ist, näher darstellen.

3. Aneignungspraktiken in der Kultur der Horrorfans

3.1 Das Bild vom Fan

Medienfans haben im allgemeinen eine schlechte Presse. Journalisten präsentieren sie gerne als obsessive, "lobotomisierte" Anhänger der Massenkultur, die alles kaufen und konsumieren, was mit ihrem von der Kulturindustrie gesteuerten Interesse zusammenhängt, sie widmen ihre Freizeit oder gar ihr Leben gesellschaftlich für wertlos gehaltenen Kulturgütern. So sind sie z.B. von einem Popstar so stark begeistert, daß ihr übriges Leben für sie kaum noch Bedeutung hat. In der Folge können sie nicht mehr zwischen ihrer eigenen und der erträumten Existenz unterscheiden bzw. Realität und Fiktion auseinanderhalten. Weiterhin werden Fans für Einzelgänger, für infantil, für intellektuell und emotional unreif gehalten. Wie das Massenpublikum im allgemeinen werden sie zudem feminisiert und desexualisiert (vgl. Huyssen 1986). Ihr "abweichendes Verhalten" kann sie auch zu einer potentiellen Bedrohung der sozialen Ordnung machen. So gelten Heavy-Metal-Fans oder die Fans von Horrorfilmen allein wegen ihres Themas als gefährlich.

Auch in der sozialwissenschaftlichen Literatur wird das Fandom in der Regel als Pathologie begriffen (vgl. Jensen 1992). Der Fan ist ein von der Kulturindustrie gesteuerter potentieller Fanatiker, dessen Verhalten überwacht und kontrolliert werden muß. Bestenfalls wird das Fandom als eine psychologische Kompensation verstanden.

So stellen Horton und Wohl (1956) fest, daß die "para-soziale Interaktion" des Fernsehens für sozial deprivierte Gruppen ein Substitut für fehlende authentische zwischenmenschliche Beziehungen darstellen kann. Die bisher vorliegenden ethnographischen Untersuchungen zu Fankulturen zeigen jedoch, daß sich diese Vorurteile größtenteils nicht halten lassen.⁷ Für Medienfans ist wohl charakteristisch, daß sie enthusiastisch sind und exzessiv ihrer Leidenschaft nachgehen. Trotzdem sind sie keine hirnlosen Konsumenten, die nicht mehr zwischen Fiktion und Realität unterscheiden können. Im Gegenteil, sie gehen aktiver und bewußter mit medialen Produkten um als der durchschnittliche Rezipient.

Filme, Fernsehsendungen oder Musikvideos sind für die Fans keine Kunstwerke, wie es beispielsweise ein Ballett oder eine Oper für einen Theaterbesucher sind. Dies zeigt sich an ihren Aneignungspraktiken, die äußerst undiszipliniert sind. Im Sinne de Certeaus "wildern" sie in den medialen Texten und "stehlen" die für sie relevanten Aspekte. Sie suchen nach Anschlußmöglichkeiten für eigene Aktivitäten. Am Beispiel einer ethnographischen Untersuchung zur Welt der Horrorfans werden wir im folgenden einige Praktiken und Produktivitätsformen näher beschreiben.⁸

3.2 Die Sozialwelt der Horrorfans und ihr Kommunikationsnetz

Wenn die Sozialwelt⁹ der Horrorfans für einen Außenstehenden auch "unsichtbar" bleibt, so wird sich der Ethnograph ihrer Existenz spätestens dann bewußt, wenn er das erste Fanzine¹⁰ in Händen hält oder eine Club-Convention besuchen konnte. Der soziale Zusammenhang der Fans ist eine aktive Konstruktion, die durch kognitiv geteilte Perspektiven getragen wird und auf einem gemeinsam aufgebauten Kommunikationsnetz beruht. Die Sozialwelt wird durch die koordinierten Aktivitäten der Fans konstituiert, die sowohl die Welt als auch die Bedeutung der sozialen Objekte und Ereignisse erst hervorbringen. Die wichtigste Aktivität ist die Aneignung von Horrorfilmen, die eine Vielzahl von Praktiken umfaßt. Die Rezeption wird durch das Lesen von sekundären Texten¹¹ wie kommerziellen Zeitschriften, Büchern, Fanzines, das Schreiben von eigenen Texten (tertiäre Texte), die Teilnahme an Fantreffen, das Sammeln und Tauschen von Filmen und anderen Aktivitäten ergänzt. Sehr wichtig ist auch, daß die Filme mehrfach geschaut werden, insbesondere wenn es Filme sind, die innerhalb der Gemeinschaft für wertvoll gehalten werden. Weiterhin läßt sich die Sozialwelt der Fans als eine sehr ausgedehnte, aber eher lockere Form der sozialen Organisation begreifen. So hat z.B. ein von mir untersuchter "Horror- und Fantasy-Fanclub" Mitglieder aus der ganzen Bundesrepublik Deutschland. Weitere befragte Fans haben Kontakt zu Gleichgesinnten in vielen europäischen Ländern, in den USA, in Peru und sogar in Rußland. Schwedische Fans stehen mit Fans in Skandinavien und in Italien in Verbindung.¹² Das seit beinahe fünfzehn Jahren in Buchform erscheinende "Fandom-Directory" sammelt neben den Adressen von Fans überall aus der Welt Angaben über ihre speziellen Interessen und ihre Haupttätigkeiten in der Sozialwelt. Darunter sind sehr viele Horrorfans. Die Beispiele weisen darauf hin, daß die Sozialwelt ihre Existenz der Kommunikation und dem Engagement der beteiligten Fans verdankt.

Entscheidende Bedeutung für die überlokale Kommunikation kommt den Fanzines zu. Die im Zeitschriftenhandel erhältlichen Kino- und Videozeitschriften werden von den meisten Fans nicht regelmäßig gelesen, da sie nur selten und nach Ansicht der Fans zudem oft unsachlich und inkompetent über Horrorfilme berichten. Letzteres gilt auch für den größten Teil der auf Deutsch erhältlichen Bücher über Horrorfilme. Dagegen werden die Fanzines von Fans für Fans gemacht. Sie sind alle nicht im Zeitschriftenhandel erhältlich und nur über den Versand zu beziehen. Bei meinen Nachforschungen stieß ich auf fast vierzig Fanzines. Fanzines enthalten Berichte, Kritiken, Kommentare über neue und alte Filme sowie Fernsehserien, über Filmstars, über Regisseure, über geschnittene und indizierte Filme etc. Weiterhin enthalten sie von den Fans selbst geschriebene Geschichten und Comics. Sie berichten über Clubtreffen, Ereignisse in der Szene und enthalten Leserbriefe sowie Kleinanzeigen. Wenn ein Fan Zugang zu Fanzines hat, weist dies auf eine tiefe Integration in die Sozialwelt hin, da die Fanzines in erster Linie Insiderinformationen enthalten. Sie tragen zur Herausbildung gemeinsamer Perspektiven bei.

Die Beobachtungen und Interviews zeigen, daß das Interesse nach Informationen und Kontakten groß ist. So lassen sich über Fanzines auch Fans finden, die die Filme besitzen, die man selbst gerne hätte, weil sie in Videotheken nur geschnitten erhältlich oder aus dem Verkehr gezogen worden sind. Aber auch die von der Handlung her oft rätselhaft und offen bleibenden Filme sowie die "special effects" erzeugen ein Interesse nach Zusatzinformationen.

So erzählen viele Fans, daß ihnen Zeitschriften, Bücher und Artikel von anderen Fans einen anderen Zugang zu Horrorfilmen und damit auch eine geschärfte Wahrnehmung und Interpretation vermittelt hätten. Man verleiht z.B. der technischen Realisierung von "special effects" eine Bedeutung, unabhängig von ihrer Funktion innerhalb der Filmhandlung, oder betrachtet Horrorfilme nicht mehr als reine Blutorgie, wie dies Außenstehende tun, sondern kann auch ihren ästhetischen Stellenwert innerhalb des Genres beurteilen. Weiterhin haben sich einige der Mitglieder des von mir untersuchten Fanclubs über Anzeigen in Zeitschriften kennengelernt. Dies hat zu längerfristigen Kontakten und in einigen Fällen zu Freundschaften geführt, die über das Interesse an Filmen hinausgehen. Eine Bindung und eine Integration in die Sozialwelt erfolgt so hauptsächlich über die Medien.

Trotzdem ist die Horror-Sozialwelt eine relativ offene "kulturelle Arena" (vgl. Shibutani 1955). Ihre Grenzen werden nicht durch territoriale Grenzlinien, formale Zugehörigkeit oder bürokratische Rollen bestimmt, sondern allein über die Selektion und kognitive Identifikation mit der Sozialwelt. Für deren Fortbestehen ist in erster Linie die Produktion und Zirkulation von Sinn entscheidend.

3.3 Die Produktivität und Kreativität der Fans

Wir bezeichnen die Produktion von Bedeutungen, die oft mit Vergnügen verbunden ist, und die Formen, in denen sie sich abspielt, als eine kulturelle Ökonomie. Wie de Certeau festgestellt hat, bleibt diese im Bereich des Konsums gewöhnlich verborgen, da sie sich im Schatten der Kulturindustrie abspielt. So wird sie weder in der spekula-

tiv orientierten Medientheorie noch in der auf die Identifizierung von Wirkungen bedachten empirischen Forschung zum Thema.

Daher hat Fiske (1992, 30) vorgeschlagen, von einer "shadow cultural economy" zu sprechen. In Auseinandersetzung mit den Produkten der Kulturindustrie schaffen die Fans eine eigene Kultur. Obwohl die Horrorfans sich mit Produkten der Kulturindustrie auseinandersetzen, sind sie also keineswegs "kulturlos", wie es in der Kulturkritik von Coleridge bis Adorno für die Anhänger der Massenkultur immer wieder behauptet wurde. Im Gegenteil: ihre Aneignungspraktiken zeugen wie die von anderen Rezipienten und Fans von einem ausgeprägten Urteilsvermögen. Horrorfans schätzen beispielsweise Filme mit einem offenen Ende oder einer geheimnisvollen Handlung, weil sie "die Phantasie anregen". Sie brechen Aspekte aus den Filmen heraus, wenn sie diese zu Wissensgegenständen machen oder wenn sie sich in Gesprächen oder Artikeln mit "special-effects" oder Licht-Dunkel-Verhältnissen beschäftigen.¹³ Der postmoderne Horrorfilm kommt ihnen dabei entgegen, weil in ihm selbst das Spektakel und die Figuralität¹⁴ über die Handlung dominieren und daher die Filme oft einen fragmentarischen Charakter aufweisen. Bei der Beurteilung der Filme steht keineswegs der Regisseur, der "Auteur", im Mittelpunkt, wie dies in der professionellen Filmkritik im Feuilleton der Fall ist. Ein Teil der Fans interessiert sich gar nicht für die Regisseure. Andere Fans dagegen haben ein enormes Faktenwissen über Horrorregisseure erworben, das Teil ihres populärkulturellen Kapitals ist, jedoch nicht zwangsläufig zum Einnehmen der Autorenperspektive in der Bewertung von Filmen führen muß. Der Regisseur ist gewöhnlich ein Kriterium neben anderen. Lediglich die Fans, die über ein großes "kulturelles Kapital" im Sinne Bourdieus (1982) verfügen, präferieren in ihrer Bewertung die Autorenperspektive und versuchen, die stilistische Signatur eines Regisseurs zu identifizieren.

In ihrer Bewertung von Filmen orientieren sich die Horrorfans eher an dem "Genre-Rahmen",¹⁵ den sie im Laufe ihres Umgangs mit Horrorfilmen erworben haben. Das Horrorgenre, wie es von der Fangemeinschaft in ihrem Diskurs konstruiert wird, stellt in gewisser Weise einen Metatext (vgl. Jenkins 1992, 98) dar, mit dem die Fans neue Filme interpretieren und ästhetisch bewerten. In vielen Diskussionen der Fans (z.B. über die Splatterfilme) werden diese metatextuellen Konstrukte, die der Einordnung eines Filmes in das Genre und der Bestimmung seines Beitrages zu diesem dienen, deutlich. So schneiden z.B. Splatterfilme nur dann gut ab, wenn sich ihre Handlung mit inhaltlich ähnlichen, früheren Filmen, die keine hyperrealistischen Gewaltein-szenierungen enthalten, messen lassen kann. Denn ein "wahrer Fan" besitzt ein Gespür für die Kontinuität und Ziele des Genres. Daher unterscheidet er streng zwischen reinen Gewaltfilmen und spannenden Filmen, die die Tradition des Horrorfilms erfolgreich fortsetzen.

Ferner sind die Horrorfans der Auffassung, daß jeder Fan in der Beurteilung von medialen Texten ein "Experte" ist, da er ein großes textuelles Wissen über das Genre und dessen Regeln besitzt. Die Fans halten jede Interpretation für subjektiv,¹⁶ auch die der etablierten Filmkritiker und -wissenschaftler. Daher lehnen sie Kritiker ab, die ihnen die "wahre und tiefere Bedeutung" eines Films enthüllen wollen.

Bei der Institutionalisierung der Fankritik spielen die Gespräche über Filme und ihre Machart sowie der Klatsch über Regisseure und Schauspieler eine wichtige Rolle.

Die Fanggemeinschaft kann als eine interpretative Gemeinschaft verstanden werden, in der divergierende Interpretationen und Bewertungen von Horrorfilmen vorgeschlagen werden, zirkulieren und diskutiert werden. Die Fans sind sich auch jederzeit dessen bewußt, daß sie es bei den Filmen nicht mit einer Repräsentation der Realität zu tun haben, sondern mit einer artifiziellen Konstruktion.

Auf dieser Diskriminationsfähigkeit baut die Produktivität¹⁷ der Fans auf. Die damit verbundenen Praktiken entstehen im Schnittpunkt zwischen den von der Kulturindustrie produzierten Waren (Horrorfilme, Bücher, kommerzielle Fanzeitschriften etc.) und der alltäglichen Erfahrung der Fans. Im folgenden werden wir die textuelle Produktivität näher beschreiben.

Wenn man die von den Horrorfans produzierten Texte genauer betrachtet und sie mit den von anderen Medienfans vergleicht, lassen sich sowohl Gemeinsamkeiten als auch Unterschiede feststellen, was vor allem mit der textuellen Struktur der neueren Horrorfilme zusammenhängt. Postmoderne Horrorfilme sind textuell offener¹⁸ als klassische Spielfilme. Allerdings bieten sie nur in Ansätzen die Möglichkeiten, die z.B. Fernsehserien allein durch ihre Serialität und Unabgeschlossenheit schaffen (vgl. Holly 1992).¹⁹

Jenkins (1992, 162 ff.) hat bei den Fans von Fernsehserien im angloamerikanischen Raum insgesamt zehn "ways to rewrite a television show" identifizieren können. Auch in den Texten der Horrorfans geht es weniger darum, den primären Text zu reproduzieren, als darum, ihn zu verändern, zu überarbeiten, zu ergänzen und weiter zu entwickeln. Dabei entfernen sich die Horrorfans mehr von den Originalen, als dies die Fans von Fernsehserien tun. Die Filme sind meist nur der Anlaß und der Hintergrund für die Produktion eigener Texte. Die Analyse der Fanzines und anderer tertiärer Texte (z.B. Bücher, Videos etc.) läßt eine Unterscheidung zwischen folgenden Praktiken des Gebrauchs und der Umfunktionierung zu:

1) Interpretation und Fortsetzung: Die Fans interpretieren und bewerten Filme, indem sie Beziehungen zum Genre herstellen. Dabei zeigen sie auch auf, welche andere Entwicklung, ausgehend von der Ausgangskonstellation, der Film hätte nehmen können bzw. welcher andere Schluß vorstellbar gewesen wäre. Sie schreiben auch darüber, welche mögliche Fortsetzung ein Film haben könnte bzw. darüber, daß die Produzenten sich die Fortsetzung besser sparen sollten. Bei Filmen mit einem offenen Ende bzw. mit mysteriösen, nur angedeuteten oder unklaren Ereignissen geben sie mittels ihres Wissens Interpretationshilfen oder spekulieren über die Filme und ihre möglichen Fortsetzungen. Auf diese Weise füllen sie die Lücken in den medialen Texten auf.

2) "Wissenschaftliche Analyse": In einem ersten Schritt häufen die Fans "Faktenwissen" über die Filme an, z.B. über die Haupt- und Nebenrollen, den Regisseur, den Inhalt, die "special effects", den Ort der Handlung etc. In einem zweiten Schritt analysieren sie dann die Filme minutiös, klassifizieren die Ereignisse, die Monster etc.²⁰

Dabei wird ein Wissen produziert, das mit dem von Profis jederzeit konkurrieren kann. Zum Beispiel hat ein Fan ein dreibändiges Nachschlagewerk über den Horrorfilm seit 1960 mit dem Titel "Die Angst sitzt neben Dir" geschrieben und im Eigenverlag herausgebracht. Das in Fankreisen sehr beliebte Werk enthält Rezensionen, Bil-

der und Statistiken zu ungefähr 1500 Filmen aller Subgenres. Ferner enthält es Bewertungen der Filme, die den unterschiedlichen Interessen der Fans Rechnung tragen und in Form eines Rating-Systems organisiert sind.

"Hierbei bestimmt die Anzahl der Sterne die Qualität des Streifens an sich, z.B. * = ärgerlich, ***** = herausragend. Die Zahl hinter den Sternen verdeutlicht den Härtegrad des Dargestellten, d.h. die mögliche Goutierbarkeit für normale Zuschauer. Die Skala reicht hierbei von 1 (z.B. leichte und seichte Unterhaltung) bis 10 (Hard-Core-Horror mit Blut- und Gedärme-Happenings). Bei großen Unterschieden zwischen OF und DF bezieht sich die Bewertung auf das Original." (Quelle: Flugblatt zu "Die Angst sitzt neben Dir II").

Auf Club-Conventions halten kundige Fans Vorträge zu den unterschiedlichsten Themen wie z.B. "Die militärische Verwendbarkeit des Phantastischen" oder "Die soziologische Situation des Vampirs". Die Kreativität in diesem Prozeß liegt in der Systematisierung des textuellen Materials, in seinem Vergleich, in seiner Analyse und in der Konstruktion neuer Verbindungen. Ferner ist die Analyse die Voraussetzung für die Produktion von Rezensionen und eigenen Geschichten.

3) Die Kreation: Die Fans schreiben selbst Geschichten, Filmhandlungen, zeichnen Comics und Grafiken, entwerfen Spezialeffekte und Masken, die sich mit denen von Profis vergleichen lassen und mit ihnen konkurrieren, da sie innerhalb des Kommunikationssystems der Sozialwelt weltweit zirkulieren. Zum Beispiel gibt es in Deutschland die Reel Gore Production, hinter der der Fanclub Violent Shitters²⁰ steckt, der selbst Horrorfilme meist mit vielen Spezialeffekten dreht, die auf Conventions laufen und als Video erhältlich sind. In einem Fanzine werden ihre Filme ZOMBIE '90 EXTREME PESTILENCE und ZOMBIE ATTACK unter der Rubrik "Home Made Trash" besprochen und auch als Trash bewertet, d.h. die Leser werden vor allem auf Fehler und logische Inkonsistenzen hingewiesen, die unfreiwillig zu Lachern führen. Trotzdem merkt man der Kritik deutlich die Wertschätzung für die Produktionen an, die von den VIOLENT SHITTERS bereits als "A new lesson in real bad taste" angekündigt wurden. Auch in den USA gibt es solche "no budget features" von Fans. Zum Beispiel wird über die Super 8 - Streifen von Nathan Schiff, der mit vier Jahren durch einen GODZILLA-Film seine Faszination für Monster entdeckt hat, in einem Fanzine geschrieben:

"In der Sparte Spezialeffekte hat er sichtlich dazugelernt, die Kettensägenszenen sind sogar recht ansehlich. Natürlich ist nichts davon auf seinem eigenen Mist gewachsen, denn alles hat man irgendwann schon einmal gesehen. Es sind Filme eines Horror-Enthusiasten, der mit Versatzstücken des Genres arbeitet."

Es gibt aber auch Amateure, denen von den Fans Originalität zugestanden wird. So dreht Jean-Manuel Costa mit "Stop-Motion-Technik"²¹ in der Tradition von Ray Harryhausen Trickfilme, die Monstergeschichten, Themen der griechischen und christlichen Mythologie etc. aufgreifen und sie kreativ in neue Geschichten umsetzen. In DIE

ZÄRTLICHKEIT DER VERFLUCHTEN wird nach einer Atomkatastrophe eine der steinernen Figuren von Notre Dame zum Leben erweckt und muß sich einem Kampf mit dem Tod in Gestalt des Sensenmannes stellen. Zudem veröffentlichen einige Fanzeitschriften wie z.B. "Cinemagic" regelmäßig Artikel und Rubriken für Filmemacher.

Neben den Filmemachern gibt es unter den Fans auch Modellbauer, die Personen, Monster und Objekte aus Filmen als Vorlage verwenden. Zum Beispiel hat ein Fan in jahrelanger Arbeit das Raumschiff aus ALIEN (1979) nachgebaut. Diese Werke sind in der Regel nicht verkäuflich und werden auf Festivals, Conventions und in einschlägigen Läden ausgestellt. In "Cinemagic" findet sich auch ein Artikel, dessen Autor Regeln und Tips für die Beleuchtung und das Fotografieren von Monstern aufstellt. Aufbauend auf Motiven aus phantastischen Filmen hat sich innerhalb der Sozialwelt auch die Subwelt der Risszeichner entwickelt, die ein eigenes Journal herausgeben.

Eine weitere Subwelt stellen die "Make-up-Fans" dar. So werden in "Fangoria", einer kommerziellen Fanzeitschrift, regelmäßig Einführungskurse in die Kunst des Horror Make-ups angeboten und Wettbewerbe in dieser Disziplin veranstaltet. Zu Berühmtheiten innerhalb der Szene sind die "Ghoul Brothers" geworden, die in der Zwischenzeit als Profis tätig sind.

4) **Umfunktionsierung:** In den Produktionen der Fans werden, wie die Beispiele zeigen, Elemente aus verschiedenen Filmen kombiniert und verändert. Damit verbunden sind auch die Vermischung von Genres, insbesondere die zwischen Science-fiction und Horror. Beliebt unter Fans sind auch Parodien auf Horrorstoffe in der Form von Erzählungen und Comics, die in den Fanzines manchmal auch als Fortsetzungen erscheinen.

Ferner läßt sich eine Refokussierung beobachten. So werden z.B. aus Nebenfiguren Hauptfiguren, ausgesparte oder nur angedeutete Bereiche in Filmen rücken in den Texten der Fans in den Mittelpunkt. Weiterhin kommt es oft zu einer Erotisierung. Insbesondere die Comics und Grafiken haben fast immer eine explizite erotische Komponente, während insbesondere in den klassischen Horrorfilmen diese gewöhnlich nur angedeutet wird.

Wie wir gesehen haben, ist der Horrorfilm in der Welt der Fans kein ästhetisches Objekt, dem Reverenz erwiesen wird, vielmehr wird nach Möglichkeiten gesucht, ihn für eigene Zwecke zu gebrauchen. Die Horrortexte sind erst dann vollendet, wenn Elemente von ihnen Teil von Imaginationen und neuer Texte werden. Deshalb sind die Fans textuelle Wilderer im Sinne de Certeaus. Sie durchforsten Texte, die sie selbst nicht produziert haben und die ihnen nicht gehören, auf der Suche nach Beute. Zum anderen sind sie Bricoleure, die ihre "objets trouvés" für eigene Basteleien verwenden. Ihre Kreativität zeigt sich auch in ihrer Fähigkeit zur Umfunktionsierung und zur assoziativen Fortsetzung von Texten. Insgesamt gesehen subvertiert die Aneignung von Horrorfilmen, eines kulturell gering geschätzten und abgewerteten Materials, herrschende Vorstellungen, Werte und Geschmacksurteile.

4. Schluß

Das Beispiel hat veranschaulicht, daß bei der Erforschung der Aneignung von Medien berücksichtigt werden muß, daß diese nicht nur die Rezeption von Medien umfaßt, sondern eine Vielzahl von Praktiken in verschiedenen Kontexten. Diese stützen sich oft auf erworbenes Wissen und einen geübten Umgang mit medialen Texten, der die Produktion von Sinn und Vergnügen entscheidend bestimmt. Vor diesem Hintergrund wird noch einmal deutlich, wie irreführend es ist, von einem medialen Text allein seine möglichen Wirkungen und die Gebrauchsweisen der Zuschauer ableiten zu wollen.

Anmerkungen

- 1 Vgl. die soziologische Kritik an der Wirkungsforschung von Joußen in seinem Buch "Massen und Kommunikation" (1990).
- 2 Thompson (1990, 104f.) bezeichnet dieses Manko vieler Medientheorien als "fallacy of internalism".
- 3 Vgl. Hörning (1989).
- 4 Vgl. Thompson (1990, 122f.).
- 5 Vgl. z.B. die Studie von Paul Willis et al. (1991) "Jugend-Stile".
- 6 Vgl. hierzu auch Eco (1985).
- 7 Vgl. Eckert et al. (1991); Vogelgesang (1991); Winter (1992); Fiske (1992); Jenkins (1992).
- 8 Für eine ausführliche Darstellung vgl. Winter (1993).
- 9 Der Begriff Sozialwelt stammt aus der Tradition des Symbolischen Interaktionismus (vgl. Becker 1982).
- 10 Ein Fanzine ist eine von Fans für Fans produzierte Zeitschrift, die zum Selbstkostenpreis vertrieben wird.
- 11 Vgl. zur Unterscheidung in primäre, sekundäre und tertiäre Texte Fiske (1987, 108ff.).
- 12 Dies teilte mir Göran Bolin (Universität Stockholm) mit, der eine Untersuchung zur Sozialwelt der Horrorfans in Skandinavien durchführt.
- 13 Diese Fähigkeit zur Diskriminierung haben Borchers et al. (1989) auch bei den Fans von Seifenopern festgestellt. So kommen sie in ihrer ethnographischen Studie zu dem Ergebnis: "What these summaries reveal is the soap opera viewers's ability to discriminate between subjectively attractive and unattractive storylines, and to concentrate on those segments of the text which they find personally most satisfying." (Seiter et al. 1989, 234).
- 14 Figuralität und Spektakel sind wesentliche Kennzeichen des postmodernen Films (vgl. Lash 1990; Winter 1992b, 101ff.).
- 15 In Anlehnung an Goffman (1977) verstehen wir unter einem "Genre-Rahmen" den erworbenen Verständnishintergrund für die in den Filmen eines Genres sich ereignenden Geschehnisse. Er strukturiert die Wahrnehmung und Interpretation von Filmen.
- 16 Diesen Aspekt betonen die Fans immer wieder. So beginnt die Einleitung zum Bewertungssystem eines von einem Fan verfaßtes Handbuch des Horrorfilms folgendermaßen: "Dies ist ein sogenanntes Rating-System, welches auf einen Blick meine Wertschätzung des Films offenlegt (es gilt: im Zweifel für den Angeklagten)." (Werbeprospekt)

- 17 Zu analytischen Zwecken unterscheiden wir im Anschluß an Fiske (1992, 37ff.) zwischen drei Formen von Produktivität, nämlich der semiotischen, der enunziativen und der textuellen Produktivität. Eine ausführliche Darstellung hierzu findet sich in Winter (1993, 260ff.).
- 18 Tudor zeigt in seiner Monographie "Monsters and Mad Scientists" (1989), daß viele Horrorfilme seit den 60er Jahren sich durch eine "open metamorphosis narrative" kennzeichnen lassen. Die textuelle Offenheit wird außerdem durch verschiedene Formen von Intertextualität (Zitate, Parodie, Pastiche etc.) verstärkt (vgl. Winter 1992b, 121ff.).
- 19 Jenkins (1992, 164) führt z.B. an, daß Fans von STAR TREK selbst Geschichten schrieben, als die Serie nicht mehr produziert wurde. Sie schufen eigene Versionen von der Zukunft der Crew der Enterprise. Aus Italien sind mir ähnliche Aktivitäten bekannt. Für Fans von ALIEN NATION war der "cliff-hanger" der Grund für die Produktion eigener Fortsetzungen. Meine eigenen Beobachtungen bei der Ausstrahlung von TWIN PEAKS in Deutschland zeigen, daß intensiv über den weiteren Verlauf der Serie diskutiert wurde. Auch Geschichten sind durchaus denkbar.
- 20 VIOLENT SHITTERS hieß ihr erster Film.
- 21 Die Filme bestehen aus Einzelaufnahmen und haben nur einen Soundtrack.

Literatur

- Baudrillard, Jean (1978): *Agonie des Realen*. Berlin.
- Baudrillard, Jean (1987): *Das Andere Selbst*. Wien.
- Becker, Howard (1982): *Art Worlds*. Berkeley/Los Angeles.
- Bourdieu, Pierre (1982): *Die feinen Unterschiede*. Frankfurt a.M.
- De Certeau, Michel (1990): *L'invention du quotidien I: arts de faire*. Paris (nouvelle édition).
- Eckert, Roland/Vogelgesang, Waldemar/Wetzstein, Thomas A./Winter, Rainer (1991): *Grauen und Lust. Die Inszenierung der Affekte*. Pfaffenweiler.
- Eco, Umberto (1985): *Für eine semiologische Guerilla*. In: Eco, Umberto: *Über Gott und die Welt*. München, 146-156.
- Fiske, John (1987): *Television Culture*. London/New York.
- Fiske, John (1988): *Critical Response: Meaningful moments*. In: *Critical Studies in Mass Communication* 5, 246-251.
- Fiske, John (1992): *The cultural economy of fandom*. In: Lewis (1992) (Hg.), 30-49.
- Foucault, Michel (1976): *Überwachen und Strafen*. Frankfurt a.M.
- Geertz, Clifford (1973): *The Interpretation of Cultures*. New York.
- Geertz, Clifford (1983): *Dichte Beschreibung*. Frankfurt a.M.
- Goffman, Erving (1977): *Rahmen-Analyse*. Frankfurt a.M.
- Hall, Stuart (1980): *Encoding/Decoding*. In: Hall, Stuart et al. (Hg.): *Culture, Media, Language*. London, 128-139 (erstmalig 1973 als Arbeitspapier).
- Hörning, Karl Heinz (1989): *Vom Umgang mit den Dingen - Eine techniksoziologische Zuspitzung*. In: Weingart, Peter (Hg.): *Technik als sozialer Prozeß*. Frankfurt a.M., 90-127.
- Holly, Werner (1992): *Die Offenheit von Fernsehtexten*. Ms.
- Horkheimer, Max/Adorno, Theodor W. (1969): *Dialektik der Aufklärung (Erstausgabe 1947)*. Frankfurt a.M.

- Horton, Donald/Wohl Richard R. (1956): *Mass Communication and Para-Social Interaction: Observation on Intimacy at a Distance*. In: *Psychiatry* 19, 215-229.
- Huysen, Andreas (1986): *Mass Culture as Woman. Modernism's Other*. In: Huysen, Andreas: *After the great Divide*. Bloomington.
- Jenkins, Henry (1992): *Textual Poachers*. London/New York.
- Jenson, Joli (1992): *Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization*. In: Lewis (1992) (Hg.), 9-29.
- Joußen, Wolfgang (1990): *Massen und Kommunikation*. Weinheim.
- Kellner, Doug (1989): *Jean Baudrillard. From Marxism to Postmodernism and Beyond*. Cambridge.
- Lash, Scott (1990): *Sociology of Postmodernism*. London/New York.
- Lewis, Lisa A. (Hg.) (1992): *Adoring Audience*. London/New York.
- Morley, David (1980): *The Nationwide Audience: Structure and Decoding*. London.
- Morley, David (1986): *Family Television*. London.
- Seiter, Ellen/Borchers, Hans/Kreutzner, Gabriele/Warth, Eva-Maria (1989): *"Don't treat us like we're stupid and naive": Towards an ethnography of soap opera viewers*. In: Seiter, E. et al. (Hg.): *Remote Control*. London/New York, 204-222.
- Shibutani, Tomatsui (1955): *Reference Groups as Perspective*. In: *American Journal of Sociology* 60, 562-568.
- Thompson, John B. (1990): *Ideology and Modern Culture*. Cambridge.
- Tudor, Andrew (1989): *Monsters and Mad Scientists. A Cultural History of the Horror Movie*. Oxford.
- Vogelgesang, Waldemar (1991): *Jugendliche Video-Cliquen*. Opladen.
- Willis, Paul et al. (1991): *Jugend-Stile*. Berlin.
- Winter, Rainer (1992a): *Baudrillard, Blade Runner und das Verschwinden der "Masse"*. In: Guggenberger, Bernd/Janson, Dieter/Leser, Joachim (Hg.): *Postmoderne oder das Ende des Suchens?* Eggingen, 14-28.
- Winter, Rainer (1992b): *Filmsoziologie. Eine Einführung in das Verhältnis von Film, Kultur und Gesellschaft*. München.
- Winter, Rainer (1993): *Der produktive Zuschauer. Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozeß*. Diss. Trier.