

*Erscheint in: Der Deutschunterricht 2/2002,  
Linguistische Medienanalyse (Hg. Peter Schlobinski).*

Jannis Androutsopoulos

## Fanzines und Facetten der linguistischen Printmedienanalyse

### **Abstract**

Vier Ansätze der linguistischen Printmedienanalyse werden am Beispiel von Fanzines (unkommerziellen Fan-Magazinen) dargestellt: Die *Medienethnografie* untersucht Produktions- und Rezeptionszusammenhänge von Medientexten; die *Textsortenanalyse* untersucht die Realisierung konventioneller Darstellungsformen; die *Variationsanalyse* vergleicht ausgewählte Sprachmerkmale in zwei oder mehreren Trägermedien; die *Diskursanalyse* untersucht den (verbalen bzw. visuellen) Niederschlag spezifischer Ideologien in Medientexten. Aufgrund ihrer soziokulturellen Situierung und sprachlichen Gestaltung eignen sich Fanzines besonders gut, um diese vier Ansätze und Beziehungen zwischen ihnen zu veranschaulichen. Ethnografisch betrachtet sind sie lokal verwurzelte, wenig professionalisierte Medien, deren Produktion von klaren Handlungszielen geleitet ist. Auf Textsortenebene enthalten sie unkonventionelle Realisierungen traditioneller Textsorten. Die Position einzelner Hefte in der Fanzine-Landschaft schlägt sich in subtilen sprachlichen Unterschieden nieder. Beim Fanzine typischen Collage-Layout wird durch das Zusammenspiel von sprachlichen, typografischen und visuellen Mitteln eine subkulturelle Ideologie und Ästhetik vermittelt.

### **Einleitung**

Die linguistische Medienanalyse hat sich in den letzten Jahren zu einem Sammelbecken unterschiedlicher Ansätze und Methoden entwickelt. Allen gemeinsam ist der Fokus auf Beziehungen zwischen Text und Kontext (Bucher 1999). Nicht die sprachliche Struktur an und für sich ist ihr Gegenstand, sondern die Art und Weise, wie bestimmte Rahmenbedingungen der untersuchten Trägermedien die Wahl sprachlicher Mittel in Text- und Gesprächssorten prägen. Die nachfolgende Formulierung von Holly / Püschel (1993) bezieht sich zwar auf das Fernsehen, ist aber m.E. auch auf Zeitungen und Zeitschriften übertragbar:

Das Kunststück genuin linguistischer Beschäftigung mit Massenkommunikation und speziell mit Fernsehkommunikation besteht darin, im integrativen Ansatz zu entfalten, wie sich die institutionellen, d.h. politisch-sozialen und ökonomischen Rahmenbedingungen und die medialen, d.h. technisch-inszenatorischen Bedingungen im fernsehspezifischen Sprachgebrauch niederschlagen oder Fernsehkommunikation konstituieren." (Holly / Püschel 1993: 144)

Eines der Ausgangspunkte linguistischer Medienanalyse ist, dass Sprachgebrauch in Printmedien variiert. Dies wird offensichtlich, wenn man z.B. die Darstellung desselben Ereignisses in verschiedenen Medien oder den Duktus verschiedener Ressorts einer Zeitung überprüft. Genauso wenig wie *die Mediensprache* (im Sinne einer Fachsprache oder eigenständigen Varietät)<sup>1</sup> gibt es *die Sprache* der Printmedien. Ausdrücke wie

---

<sup>1</sup> Vgl. Kress (1986: 395-6), Bucher (1999: 214).

"Sprache der Zeitschriften" (McLoughlin 2000) bezeichnen vielmehr ein komplexes Feld des Sprachgebrauchs mit gemeinsamen Rahmenbedingungen, aber ganz unterschiedlichen Nischen und Erscheinungsformen.

Sprachvariation in Printmedien lässt sich durch unterschiedliche Parameter systematisch beschreiben. Sicherlich gibt es dabei so etwas wie ein "house style" (Cameron 1996), d.h. das sprachliche Profil einzelner Medien, ja einzelner Journalisten. Doch eine systematische Übersicht verspricht vor allem das Sozialprofil eines Printmediums, seine Marktposition und Zielgruppe. Die Produzenten gestalten ihre Texte auf der Basis bestimmter Annahmen über den idealtypischen Rezipienten ihres Mediums und der Sprache, die ihm entspricht. Diese Beziehung zwischen Zielgruppe und Sprache eines Mediums erfasst der Begriff des "audience design" (Bell 1991). In den Worten von Cameron (1996), die Sprache einer Zeitung

*"is designed so that a particular group of imagined readers and, just as importantly, advertisers, can comfortably identify with it. Like accent in speech, style in a newspaper is a marker of identity and social differentiation."* (Cameron 1996: 320)

Die sprachlich markierte soziale Differenzierung von Medien wird in der Forschung unterschiedlich modelliert. Eine Möglichkeit stellen die beiden klassischen Achsen – die vertikale mit den Polen "oben" und "unten" für die soziale Schichtung, die horizontale mit den Polen "links" und "rechts" für die politische Orientierung. Die Stellung eines Mediums in diesem Koordinatensystem ist seine Ideologie oder ideologische Positionierung.<sup>2</sup> In neueren Ansätzen wird dieses Raster abgelöst von einer Vielzahl von Lebensstil-Gemeinschaften, die durch konstitutive Interessen, Freizeit- und Konsumverhalten und eben auch einen spezifischen Medienkonsum gekennzeichnet sind.<sup>3</sup> Einzelne Medien fokussieren solche Gemeinschaften sprachlich, thematisch und ideologisch, sie spiegeln ihre Werte und Überzeugungen, ihre Alltagspraktiken, ästhetischen Selektionen sowie Segmente aus ihrer Sprache wider. Beispielsweise wird immer wieder festgestellt, dass Jugendmedien bestimmte Aspekte jugendlicher Sprachgebrauchs reproduzieren, ohne mit der direkten Kommunikation Jugendlicher identisch zu sein.<sup>4</sup>

### **Ansätze der linguistischen Medienanalyse und der Fall Punk-Fanzines**

Eine m.E. wichtige Aufgabe der linguistischen Medienanalyse besteht darin, Beziehungen zwischen der Sprach- bzw. Textgestaltung und der sozial-ideologischen Positionierung eines Mediums zu untersuchen. Die methodische Vielfalt der gegenwärtigen linguistischen Medienanalyse ermöglicht es, solche Beziehungen auf mehreren Betrachtungsebenen aufzuspüren. In diesem Beitrag werden vier Forschungsansätze besprochen:<sup>5</sup>

---

<sup>2</sup> Vgl. van Dijk (1998: 24f.).

<sup>3</sup> Zum aktuellen Lebensstil-Ansatz in der Medienforschung vgl. Hartmann / Neuwöhner (1999).

<sup>4</sup> Vgl. u.a. Talbot (1992), McLoughlin (2000), Androutsopoulos (2000a).

<sup>5</sup> Weitere hier nicht angesprochene Ansätze sind etwa die Verständlichkeitsforschung oder funktionale Analysen einzelner Sprachstrukturen (vgl. im Überblick Bucher 1999).

- (a) Die *Medienethnografie* fokussiert Produktions- und Rezeptionszusammenhänge von Medientexten;
- (b) die *Textsortenanalyse* untersucht die Realisierung konventioneller Darstellungsformen;
- (c) die *Variationsanalyse* vergleicht ausgewählte Sprachmerkmale in zwei oder mehreren Trägermedien;
- (d) die *Diskursanalyse* untersucht den (verbalen bzw. visuellen) Niederschlag spezifischer Ideologien in Medientexten.

Davon sind die Ansätze (b) und (c) linguistisch im engeren Sinn, da sie den verbalen Code von seinem semiotischen Umfeld auf der gedruckten Seite trennen. Die Ansätze (a) und (d) sind ganzheitlich ausgerichtet, sie untersuchen Medientexte als Bestandteile umfassenderer Zusammenhänge.

Diese vier Ansätze werden im folgenden an Beispielen aus deutschen Punk-Fanzines veranschaulicht. Damit unterscheidet sich dieser Beitrag vom üblichen Vorgehen in der Literatur, Beispiele aus möglichst bekannten Medien zu verwenden. Fanzines sind in jeder Hinsicht eine Randerscheinung des Printmediensystems:<sup>6</sup> marktwirtschaftlich unbedeutend, thematisch peripher, ästhetisch umstritten. Gerade daraus resultiert m.E. ihr Wert für die Medienlinguistik. Fanzine-Produzenten sind experimentierfreudig und indifferent gegenüber etablierten Normen. Ihre Hefte durchbrechen Konventionen des publizistischen Mainstreams und lassen uns eben dadurch diese Konventionen erkennen. Ethnografisch betrachtet (Ansatz a) sind Fanzines lokal verwurzelte und wenig professionalisierte Medien, deren Produktion von klaren Handlungszielen geleitet ist. Auf Textsortenebene (b) kann man in Fanzines "unkonventionelle" Realisierungen tradiert Textsorten beobachten, dabei zeigen sich quantitativ erschließbare Unterschiede in der sprachlichen Gestaltung (c). Schließlich sieht man am Fanzine typischen Collage-Layout, wie das Zusammenspiel von sprachlichen, typografischen und visuellen Mitteln eine bestimmte Ideologie zum Ausdruck bringt (d). Insgesamt zeigt der Fall Fanzines aufs Deutlichste, wie bestimmte situative Bedingungen ihre "Spuren" auf mehreren Textebenen hinterlassen.

Der Beitrag ist so organisiert, dass die vier Ansätze durch kurze theoretische Skizzen vorgestellt und anschließend durch ausführlichere Beispiele aus dem Fanzine-Feld veranschaulicht werden.

## **Medienethnografie**

Der medienethnografische Ansatz geht der linguistischen Analyse voraus bzw. liefert ihr pragmatisch-situative Rahmeninformationen. Anhand von Beobachtungen, Interviews und Dokumenten (einschließlich der Medienbeiträge selbst) beschreibt man auf qualitative, d.h. Einzelfall bezogene und verstehende Weise, sich um das eigentliche

---

<sup>6</sup> Einen nützlichen Überblick über das Printmediensystem in Deutschland gibt Röper (1994), Fanzines tauchen dort natürlich nicht auf. Einen qualitativen Überblick über Musikmagazine und Fanzines bietet Büsser (1997), neuere Arbeiten über Fanzines unterschiedlicher Art sind Neumann (1997, 1999), Schlobinski/Fiene (2000) und Junker (2001).

Medienprodukt abspielende Produktions- und Rezeptionsprozesse. Fairclough (1995) fasst beide Aspekte mit dem Begriff "Diskurspraxis" zusammen und betrachtet die Analyse von Diskurspraktiken als erforderliche Ergänzung der Textanalyse im engeren Sinne.

Ethnografische Produktionsforschung im Bereich der Printmedien bezieht sich z.B. auf Bedingungen und Umstände journalistischer Arbeit, die Beschaffung und Selektion von Information, die Strategien und Konzepte, die zur Adoption eines spezifischen Sprachstils führen. Beispielsweise berichtet Bell (1991) über die mehrschichtige Konstitution von Zeitungsnachrichten und über Praktiken der Umformulierung von standardisierten Agenturmeldungen. Umgekehrt zeigt die Rezeptionsforschung, wie der journalistische Diskurs bzw. ein bestimmter Sprachstil von seinen intendierten Rezipienten wahrgenommen wird, und wie Medienrezeption mit anderen Alltagsaktivitäten verzahnt ist. Scollon (1998) z.B. berichtet über die Relevanz verschiedener Medien für die aktuelle Information seiner Probanden und hebt hervor, dass Medienangebote häufig nur den Hintergrund für die eigentlich relevanten Interaktionen zwischen den Beteiligten liefern.

### **«Sei kreativ & fang an zu denken»**

In der Fanzine-Forschung stammen ethnografische Daten sowohl aus Interviews (vgl. Kleiber 1997) als auch aus den Medienbeiträgen selbst, indem diese systematisch auf Information über den Produktions- und Rezeptionskontext abgesucht werden. Die dadurch gewonnenen Informationen beleuchten die definierenden Eigenschaften von Fanzines nach Lau (1992: 159):

"Von und für Fans hergestelltes Magazine einer Musikrichtung (z.B. Mod, Punk, Hardcore, Skin) oder Sportart (z.B. Fußball, Skateboard). Meist geringe Auflagen (mit 2000 Exemplaren gehört man zu den Szeneriesen); größtenteils unregelmäßige Erscheinungsweise; Format, Druckqualität, Umfang und inhaltliche Schwerpunkte uneinheitlich; nicht über normale Zeitschriftenverteiler erhältlich; frühe Ausgaben einiger Zines (Kurzform für F.s) entweder unauffindbar oder unerschwinglich."

Zentrales Kennzeichen der Fanzine-Produktion ist ihr un- bzw. semiprofessioneller Charakter. Die (Mit-)Arbeit an einem Fanzine ist ein Hobby oder allenfalls eine berufsbegleitende Tätigkeit, die parallel zu anderen jugendkulturellen Aktivitäten verläuft.<sup>7</sup> Dabei werden konventionelle Produktionsprozesse vielfach umgangen. Das typische Fanzine wird zu Hause am PC oder im Collageverfahren hergestellt, dann fotokopiert und geheftet – folglich ist sein Erscheinungsbild alles andere als 'qualitativ'. Fanzines werden fast ausschließlich von privat veröffentlicht und nutzen Fanzine übliche Distributionswege wie Direktverkauf und Abos (Kleiber 1997). Ihre durchschnittliche Auflage liegt bei einigen Hundert Exemplaren pro Ausgabe, die durchschnittliche Erscheinungshäufigkeit bei drei bis vier Ausgaben pro Jahr. Die

---

<sup>7</sup> Fanzinemacher arbeiten z.B. in Plattenläden, sind Musiker, lokale Veranstalter, führen kleine Labels oder Vertriebe usw. Sie sind größtenteils männlich, ihr Alter liegt zwischen dem 18. und dem 35. Lebensjahr.

meisten Fanzines sind kurzlebig und nur wenige schaffen mehr als zehn Ausgaben, wobei finanzielle Schwierigkeiten einer der Hauptgründe für das Einstellen des Erscheinens sind. Ein Impressums-Spruch wie: "ICH BIN DER PAPST" erscheint dann, wann ich Bock habe demonstriert nicht nur die Freiheit des Fanzine-Machers vom Zwang der periodischen Erscheinung, sondern auch seine ständige Ungewissheit über die Zukunft seines Hobbys.

Aufgrund ihrer Auflage und Vertriebsweise erreichen Fanzines nur "Gruppenöffentlichkeiten". Bis auf wenige Ausnahmen scheinen viele (wenn nicht die meisten) Leser dem Freundes- und Bekanntenkreis der Macher anzugehören. Die Öffentlichkeit ist hier die Szene, nach ihr richtet sich folglich das "audience design" der Schreiber.

Unter inhaltlich-thematischer Perspektive befassen sich Fanzines mit selbstständig organisierten, in der Regel unkommerziellen kulturellen Aktivitäten von der Basis. Oft fungieren sie als lokale Foren für neue und unbekannte Musikgruppen – daher auch der häufige Appellslogan: *Support your local scene*. Es werden in ihnen Sachverhalte dargelegt, die eine breite Öffentlichkeit kaum erreichen. Bands und Musikstile, die den meisten Jugendlichen unbekannt sind, stellen in Fanzines derart feste Begriffe dar, dass sie z.B. als Bezugspunkt für die stilistische Einordnung noch unbekannterer Bands dienen. Diese thematische Spezialisierung geht in Hardcore-/Punk-Fanzines mit einer kritischen Haltung oder Ablehnung bestehender gesellschaftlicher Verhältnisse einher, was sich u.a. in der Ablehnung von CDs und Unterstützung von Vinylplatten, der Kritik an überteuerten Konzerten und Tonträgern, einer entschiedenen pro-vegetarischen Haltung usw. ausdrückt.<sup>8</sup>

Weder der finanzielle Gewinn noch der Erhalt von kostenlosen Tonträgern ist ein Beweggrund, um ein Fanzine zu machen. Die Beteiligten selbst äußern sich z.B. so: *Wir machen dieses Heft aus Spaß und bestimmt nicht wegen der blöden Promo-Platten*. Wird ein Beweggrund genannt, dann das Prinzip des Do-It-Yourself, die eigenständige Kulturproduktion und Eigenkreativität. Das Herumbasteln an Fanzines steht im Gegensatz zu einem der dominanten Kultur unterstellten, passiven Kulturkonsum. Ein einschlägiges Zitat lautet:

Es ist der pure Idealismus, der jemanden dazu bringt, ein Fanzine zu machen; ich sehe jedenfalls keinen anderen Grund. Mensch hofft, dass die konsumierende Masse doch nicht so konsumierend ist und wenigstens einzelne Menschen anfangen zu verändern, anfangen ein Heft zu machen... Sei kreativ & fang an zu denken.

Die Arbeit an einem Fanzine führt schnell zum Kontakt mit Gleichgesinnten. Die *deutsche zine-scene* ist als überregionales Netzwerk der unmittelbaren und medialen Kommunikation zu verstehen. Die Knoten des Netzwerks, die einzelnen Medienproduzenten, unternehmen gemeinsame Projekte, z.B. eine *Fanzine-Connection* zum gemeinsamen Vertrieb, und organisieren Freizeitaktivitäten wie z.B. Fußball-Turniere. Die Hefte besprechen sich gegenseitig und schreiben sich Leserbriefe, alle duzen sich und sprechen sich mit Vornamen an. Innerhalb des Netzwerks hat jedes Fanzine ein eigenes Profil, so als wäre es ein Gruppenmitglied. Bei Gelegenheit wird

---

<sup>8</sup> Das Material stammt aus den frühen 1990er Jahren, vgl. Androutsopoulos (1999).

das Wissen über andere Mitglieder abgerufen und als Vergleichspunkt eingesetzt. Plattenkritiken und andere Textsorten bieten in diesem Zusammenhang ein Mittel zur Beziehungsgestaltung. So z.B. wird in einem Bremer Fanzine eine österreichische Band vollständig auf stilisiertes "Österreichisch" besprochen. Der Witz richtet sich an ein befreundetes Wiener Fanzine, der textabschließende Spruch lautet: *Servus Tiberiju* (Herausgeber des Wiener Heftes), *I hoff, dies Rezi koanst eimol lesen, wo der Rest immer in HOCHDEUTSCH ist.*

### Textsortenanalyse

Einen ersten Zugriff auf Sprache in Printmedien bietet die Methode der Textsortenanalyse. Eine Textsorte wird generell verstanden als Zusammenhang zwischen einer komplexen Texthandlung (sprachexterne Dimension) und einem komplexen Textmuster (sprachstrukturelle Dimension). Die Texthandlung definiert die soziale Funktion des Textes, das Textmuster repräsentiert die konventionelle Organisation des prototypischen Textexemplars. Die empirische Analyse geht typischerweise von den außersprachlichen (pragmatisch-situativen) zu den formal-strukturellen Eigenschaften der Textsorte über.<sup>9</sup>

Als außersprachliche Eigenschaften gelten die kommunikative Funktion der Textsorte, die Eigenschaften der Kommunikationsform sowie bestimmte Faktoren der Redekonstellation (Handlungsbereich, Partnerprofile und –beziehungen). Mehrere allgemeine Merkmale von Pressekommunikation gelten natürlich auch für Fanzines: Es handelt sich um geschriebene, monologische, massenmediale Kommunikation. An einzelnen Punkten muss jedoch stärker differenziert werden. Eine Besonderheit von Fanzines ist z.B. der nicht (vollkommen) anonyme Rezipientenkreis, was Begriffe wie "Gruppenöffentlichkeit" oder "eingeschränkte Öffentlichkeit" angemessen zum Ausdruck bringen.

Die sprachstrukturelle Analyse spaltet sich in mehrere Ebenen oder Schritte auf. Dazu gehören: (a) die Makrostruktur (oder Textmuster), wobei nach handlungsfunktionalen und strukturellen Kriterien eine Anzahl von Teiltexten und ihre typische Abfolge herausgearbeitet werden; (b) die thematische Entfaltung, z.B. vorwiegend deskriptiv für Besprechungen, narrativ für Nachrichten und Reportagen; (c) verschiedene Modalitäten, z.B. Ausmaß an Subjektivität, Ironie u.a.; (d) die thematische und grammatische Kohärenz; (e) mikrostrukturelle Eigenschaften, z.B. typischer Wortschatz, klassische rhetorische Mittel u.a. Durch Analysen dieser Art wird für jede Textsorte ein mehrschichtiges strukturelles Profil erstellt, das in der kommunikativen Funktion der Textsorte verankert ist. Es zeigt sich immer wieder,

"daß es zwar typische elementare Sequenzmuster für die einzelnen Textsorten gibt, deren Anordnung und Auswahl für die konkrete Realisierung eines Beitrags aber relativ offen ist. Für die Zuordnung eines Beitrags zu einer Textsorte kann deshalb nicht Strukturgleichheit das entscheidende Kriterium sein, sondern eine Art Familienähnlichkeit, die auch unscharfe Grenzbereiche und Übergangsformen zuläßt." (Bucher 1999, 220)

---

<sup>9</sup> Den neusten Diskussionsstand bieten Beiträge in Adamzik (2000) und Brinker u.a. (2000).

Ein Ertrag dieses Ansatzes ist die Inventarisierung der typischen Komponenten eines Printmediums. Welche Textsorten ein Medium enthält, ist kennzeichnend für die soziale Ideologie des Mediums, das angenommene Rezipientenprofil und die angestrebte Beziehung zum Rezipienten (vgl. Kress 1986). Die Textsortenanalyse ist auch ein Ausgangspunkt für detailliertere linguistische Fragen, so werden Phänomene wie z.B. Subjektivität, Themenentwicklung, Tempusgebrauch, Metaphorik u.a. stets mit Bezug auf spezifische Textsorten abgegrenzt und untersucht.

**«Wie beschreibt man das? Hm, keine Ahnung.»**

Jede prototypische Textsorte gestattet Freiraum für abweichende Realisierungen. Wie sich diese Abweichungen gestalten, ist von der sozialen Rahmung der jeweiligen Realisierung abhängig. Die Realisierung einer Textsorte variiert mit dem soziokulturellen Profil der Kommunikationspartner. Die hier exemplarisch herangezogene Textsorte ist die Plattenkritik (in den Fanzines auch Besprechung, Review oder Rezi genannt). In der Literatur wird Besprechungen die doppelte Hauptfunktion des Informierens und Bewertens zugeschrieben, außerdem eine sekundäre appellative Funktion, d.h. das Empfehlen des Besprechungsgegenstandes bzw. das Abraten davon. Ihre Makrostruktur gilt als relativ konventionalisiert und weitgehend erwartbar, die tatsächliche Erscheinung und Abfolge der Teilstexte ist variabel.<sup>10</sup>

Die prototypische Plattenkritik in den untersuchten Punk-Fanzines hat eine Durchschnittslänge von 100 Wörtern und besteht aus insgesamt sieben Teilstexten, die eine dreifache Schachtelstruktur bilden. Die äußere "Schale" bilden der Kopftext (mit dem Titel und anderen Daten des Tonträgers) und der Schwanztext (mit Kontaktadresse, Namen des Besprechers und gelegentlich einer Benotung). Der eigentliche Textkörper besteht aus Rahmen und Kern. Den Rahmen bilden eine Texteröffnung mit unterschiedlichem Inhalt und ein Abschlussteil mit einer Kaufempfehlung bzw. Gesamteinschätzung des Tonträgers. Der Kern umfasst die Handlungen der Stileinordnung und Beschreibung/Bewertung. Dieses abstrakte, generalisierte Schema wird nicht bei jedem Textexemplar aktualisiert, was die Realisierung aller Teilstexte und ihre lineare Abfolge anbetrifft. Die Beispiele (1) und (2) lassen die modellhafte Makrostruktur jedoch relativ gut erkennen.

Textbeispiel [1]

[ERÖFFNUNG] ZERO LINE are BUD BRIGADE, steht auf dem Info. Ich kannte diese und jene nicht - bis jetzt. [STILEINORDNUNG] Die Band aus Duisburg spielt 'ne Mischung aus Hardcore und Metal, würd' ich sagen - also nicht gerade meinen Lieblingssound. [BESCHREIBUNG] Beim ersten mal anhören der sechs Songs nach dem Aufwachen so gegen High Noon war ich auch

---

<sup>10</sup> Für einen Literaturüberblick vgl. Androutsopoulos (1999).

nicht so begeistert. Aber dann! Nach dem Frühstücksjolly beim genaueren anhören waren sie einfach mitreißend. Das Intro bei "Slow down" ist für mich schlichtweg genial. Die Lyrics sind in englisch - aber nicht allzu schwer zu übersetzen - und okay. [GESAMTEINSCHÄTZUNG] Mehr davon.

### Textbeispiel [2]

[ERÖFFNENDE BEWERTUNG] Da fiel mir doch fast 'n Ohr ab, als ich das Tape dieser paderborner Band hörte. [STILEINORDNUNG] Sehr geiler Midtempo PUNK, so etwas wie 81-82er Englandzeux, mal mit 'n bissel Rock, HC, Pop, Reggae, ja sogar Country, und gerade das macht die Band so bemerkenswert: [BESCHREIBUNG + BEWERTUNG] mit sehr guter Sängerin, die mich stellenweise öfter an the Kick aus der Schweiz erinnert, jeweils gegen Ende der A+B Seiten werden sie etwas zu lahm und seicht. [GESAMTEINSCHÄTZUNG] Sonst aber wirklich gut.

Plattenkritiken in Fanzines haben bestimmte auffallende Eigenschaften, die von Besprechungen in anderen Medien abwesend sind. Während die äußere "Schale" von Besprechungen normalerweise invariant bleibt, wird sie hier abgeändert und "entformalisiert". Einzelne Komponenten des Kopftextes wie z.B. der Plattentitel oder die Kontaktadresse, werden manchmal kommentiert oder parodiert; im Schwanztext werden das Kürzel des Besprechers oder die Bewertungsnoten parodiert oder durch intertextuelle Referenzen angereichert.<sup>11</sup> Die Komponenten des inneren Rahmens (Eröffnung, Kaufempfehlung, Gesamteinschätzung) sind pragmatisch bedeutsame Textteile mit expressiv-phatischer Ausrichtung. Sie vermitteln Stellungnahmen und nicht pure Information. Daher eignen sie sich als Erscheinungsstellen für Sprachmittel der Expressivität und Dialogizität. Expressivität zeigt sich vor allem in der Gesamteinschätzung, die sich sprechsprachlicher syntaktischer Muster und informellen bis gruppenspezifischen Wortschatzes bedient. Dialogizität zeigt sich im hohen Anteil dialogischer Kommunikation (rund ein Drittel der untersuchten Texte enthalten dialogische Pronomen) und in einer Palette von informellen, Solidarität stiftenden Anreden (vgl. Androutsopoulos 1999).

Im Textkern fällt die Gestaltung der Stileinordnung auf. Hier wird der Tonträger oder einzelne Songs einer musikalischen Stilrichtung zugeordnet. Dieser Teiltext erscheint in 84% der untersuchten Besprechungen und verfügt über eine Vielzahl von semantischen Mustern und syntaktisch-phraseologischen Gestaltungsmitteln. Ein markantes Muster ist das "Stilrezept", wobei die besprochene Musik als Mischung verschiedener Zutaten präsentiert wird. Als Zutaten werden Band- und Stilnamen eingesetzt, das Ergebnis liest sich zum Beispiel so: *Nimm eine Portion Black Sabbath und noch jeweils einen kräftigen Schuß der noch älteren Heavy Metal Bands, schütte das Ganze in einem Topf laut brodelnder Psych-Säure und würze es etwas mit dem heute gängigen Grunge, rühre*

<sup>11</sup> Ein Beispiel: In einer Besprechung von Ska-Musik verändert der Schreiber sein übliches Kürzel, *StErn*, zu *Rude StErn*. Dies ist eine Kreuzung aus dem Kürzel und der traditionellen Bezeichnung für Ska-Fans, *rude boys*. Bezeichnenderweise ist das Verhältnis zwischen dem Musikstil der besprochenen Platte (*ska*) und der entsprechenden sozialen Kategorie (*rude boys*) nicht im Text selbst genannt, sondern gehört zum vorausgesetzten gemeinsam geteilten Wissen der Macher-Leser-Gemeinschaft.

*ständig.* Ebenfalls auffallend ist die metakommunikative Thematisierung der Stileinordnung. Die Schreiber nennen dabei ihre Schwierigkeiten bei der Stileinordnung und relativieren dadurch ihre Expertenrolle. So heißt es etwa: *Wie beschreibt man das? Kabaret-Punk? Hm, keine Ahnung.* Gelegentlich wird die Erfüllung der Teilhandlung komplett verweigert und der Leser aufgefordert, sein eigenes Urteil zu bilden: *naja macht was ihr wollt - hierfür gibts kein rezept!!*

Wie weit die zulässigen Abweichungen in der Vertextung gehen können, demonstriert das Beispiel (3). Die Eröffnung drückt Überraschung aus und macht die bewertende Einstellung des Schreibers vom Anfang an deutlich. Es folgt die Stileinordnung und eine unernste Kaufempfehlung. Der Schreiber verlässt den Rahmen der Besprechungshandlung, spielt mit der Mehrdeutigkeit des Verbs *zugreifen* und richtet eine rituellen Beschimpfung an die Leser. Es folgt eine ausgesprochen subjektiv formulierte negative Bewertung und eine Aufforderung an die Leser, ihre eigene Meinung zu bilden. Solche spielerisch-unorthodoxe Realisierungen des Textmusters finden sich, mehr oder weniger häufig, in allen untersuchten Fanzines, von kommerziellen jugendorientierten Musikmagazinen sind sie hingegen weitestgehend abwesend.

### Textbeispiel [3]

[ERÖFFNUNG] was iss'n das???!! [STILEINORDNUNG] auweia - gitaren rock oder besser pop mit geigen und gesofte. irgendwie so schmusebaladen würd ich denken, [EMPFEHLUNG] was für schwer verliebte... also ihr verliebten dieser erde greift zu... (zur cd ihr säue!!!) und... so weiter und sofort. [BEWERTUNG] nee im ernst das ist nix für mich selbst zum einschlafen zu öde. schnell weg damit. [EMPFEHLUNG] aber vielleicht hört ihr ja selber mal rein und bildet euch eure meinung - not me!

Ein wichtiges Kennzeichen des Fanzine typischen Besprechungsstils ist die Orientierung der Schreiber an konzeptioneller Mündlichkeit (Koch / Oesterreicher 1994), die sich auf syntaktischer, lexikalischer, orthografischer Ebene zeigt. Das häufigste Satzmuster in den Textbeispielen (1) und (2) ist der einfache Kopulasatz. Komplexe Phrasen und Unterordnungen sind kaum festzustellen, dafür mehrere Ellipsen. Im Wortschatz findet man viele bewertende Ausdrücke (*okay, genial, gut, sehr geil, mehr davon, mir fällt ein Ohr ab*) sowie beschreibende und klassifizierende Ausdrücke aus dem Musikjargon, vgl. *Hardcore/HC, Midtempo-Punk, Englandzeux* u.a. Schreibweisen wie '*ne Mischung, 'n Ohr, würd' ich, 'n bisserl* bilden informelle Sprechsprache ab und kommen zum Teil so oft vor, dass sie mit Methoden der Variationsanalyse untersucht werden können.

### Variationsanalyse

Der zweite Ansatz untersucht Zusammenhänge zwischen sprachlichen Merkmalen und außersprachlichen Faktoren. Untersuchungen dieser Art operieren im Rahmen des "audience design"-Ansatzes, gehen also von einer regelhaften, motivierten Beziehung

zwischen Sprache und Zielgruppe aus.<sup>12</sup> Typisch ist der Vergleich einer morphologischen oder syntaktischen Kategorie in zwei oder mehreren Printmedien bzw. in mehreren Ressorts eines Mediums. Beispielsweise untersucht Bell (1991) den Wegfall von Artikeln in englischen Schlagzeilen, Jucker (1992) untersucht die Komplexität der Nominalphrase in mehreren Ressorts britischer Zeitungen. Beide kommen zum Ergebnis, dass die Häufigkeit der untersuchten Sprachmittel mit der sozialen Differenzierung des Printmedienmarktes wie mit der thematischen Differenzierung innerhalb derselben Zeitung zusammenhängen.

Bestimmte Variationsmuster können auch als Ausprägung allgemeiner soziolinguistischer Tendenzen verstanden werden. In diesem Sinne unterscheidet Cameron (1996) fünf Polaritäten als Ausgangspunkt einer vergleichenden Sprachanalyse von (britischer) Pressesprache:

- a) Die Unterscheidung "Information vs. Affekt" bezieht sich auf Darstellungsverfahren und zeigt sich z.B. im Ausmaß eines emotionalen, metaphorischen Wortschatzes.
- b) Die Unterscheidung "formaler vs. kolloquialer Sprachstil" betrifft syntaktische und lexikalische Strukturen und ist mit dem Kontinuum zwischen konzeptioneller Mündlichkeit und Schriftlichkeit verwandt.
- c) Die Unterscheidung "Status vs. Solidarität" zeigt sich z.B. im Gebrauch von Namen und Anreden.
- d) Die Unterscheidung "Tradition vs. Modernität" bezieht sich auf die Beibehaltung traditioneller Regeln bzw. die Übernahme sprachlicher Innovationen in der Rechtschreibung, im Wortschatz usw.
- e) Die Unterscheidung "Ethnozentrismus vs. Internationalismus" betrifft die vom Medium adoptierte Weltanschauung und zeigt sich etwa in der Benennung fremder Staaten und Städter ("Peking" z.B. wäre ethnozentrisch, "Beijing" nationalistisch).

Die fünf Polaritäten lassen sich operationalisieren, können also in Kriterien für konkrete Analysen umgewandelt werden, insbesondere (b) und (d) eignen sich als Ausgangspunkte für quantitative Untersuchungen. Wie Cameron (1996) hervorhebt, sind die fünf Polaritäten miteinander verbunden und bilden regelmäßige Muster des Zusammentretens auf dem britischen Zeitungsmarkt. So tendiert der Stil so genannter populärer Zeitungen zu den Polen "affektorientiert", "umgangssprachlich" und "Solidarität", unter so genannten qualitativen Zeitungen orientiert sich der Sprachgebrauch in den konservativeren Blättern nach "Status", "Tradition" und "Ethnozentrismus".

Variationsanalysen von Printmedien führen im großen und ganzen zum Schluss, dass die geordnete sprachliche Variation, welche die Soziolinguistik für direkte Kommunikation aufgezeigt hat, auch für Aspekte der Mediensprache zutrifft. Unklar bleibt jedoch, ob die von der Forschung ermittelten statistischen Differenzen auch für

---

<sup>12</sup> Jucker (1992) zeigt, dass mehrere Untersuchungen von Mediensprache im Hinblick auf ihre Konzeption, Fragestellungen und Daten mit dem Konzept des "audience design" vereinbar sind.

die beteiligten Journalisten bzw. Lesern relevant sind. Jucker (1992: 253-4) vermutet, dass die von ihm untersuchten syntaktischen Variablen die Wahrnehmung des typischen Lesers weniger prägen als Merkmale auf anderen Ebenen. Beispielsweise ist die Vorliebe einer Zeitung für informellen oder gebildeten Wortschatz ein hoch auffallender Anzeiger ideologischer Orientierung, eignet sich jedoch kaum für statistische Analysen.

### **«ich weiß mein deutsch is auch misärabäll»**

Je nach Untersuchungsanlage lassen sich in der Variationsanalyse sowohl Fanzines mit kommerzielle Musikmagazine als auch einzelne Fanzines miteinander vergleichen. Im letzteren Fall bietet sich als Vergleichsbasis die unterschiedliche subkulturelle Orientierung einzelner Magazine an. Manche Fanzines gelten als mehr "underground" und andere als mehr "mainstream", und es stellt sich die Frage, mit welchen sprachlichen Phänomenen diese Unterscheidung einher geht.<sup>13</sup> Ein geeignetes außersprachliches Kriterium stellt das Magazinformat dar, genauer gesagt die Unterscheidung zwischen dem A4- und dem A5-Format. Ganz allgemein gilt das A5-Format als mehr "underground" und dem ursprünglichen Punk-Geist treu. Grafisch gesehen kommen A5-Hefte dem Prototyp des handgebastelten Fanzines näher. Bundesweit verbreitete Fanzines sind im A4-Format, auflageschwächere und unprofessionellere hingegen im A5-Format. Auch der Anzeigenanteil ist im allgemeinen höher in den A4-Fanzines. Gelegentliche Kommentare der Beteiligten lassen erkennen, dass ein puristisches Fanzine-Verständnis die A4-Hefte nicht als "echte" Fanzines gelten lassen, da sie ein kommerzielleres Format adoptieren.<sup>14</sup>

Ein sprachliches Phänomen, das sich mit dieser Unterscheidung in Verbindung bringen lässt, ist die Abbildung sprechsprachlicher Phänomene durch die Schreibweise. Eine Phrase wie *Ne Pladde ham se auch gemacht*, die gleich vier nicht-normgemäße Schreibungen enthält,<sup>15</sup> ist in den Punk-Fanzines nichts ungewöhnliches. Das Spektrum solcher Schreibweisen reicht von sehr verbreiteten Formen, die man in jedem Printmedium finden kann (z.B. *gibt's*) bis hin zu seltenen, die sich über Fanzines hinaus nur in Comics bzw. in der Schriftlichkeit des Internets finden (z.B. *inner* für *in der*). Die Annahme ist, dass bei den Fanzines im A5-Format die Tendenz zur konzeptionellen Mündlichkeit und folglich auch die Häufigkeit solcher Schreibungen ausgeprägter ist.

Im einzelnen wurden drei Phänomene ausgewählt: (a) Reduktion des unbestimmten Artikels, z.B. *eine > ne, einen > nen*; (b) Elision des finalen *-e* beim Verb, z.B. *habe > hab*; (c) Verschmelzung zwischen Verb und nachgendem Pronomen *es*, z.B. *gibt es > gibt's, finde es > find's*. Ihr Vorkommen wurde untersucht in einem Sample von 270 Besprechungen mit einem Gesamtwortumfang von ca. 23.000 Wörtern, die in gleichen Anteilen je fünf A4- und A5-Fanzines entnommen wurden.

<sup>13</sup> Vgl. im einzelnen Androutsopoulos (2000b).

<sup>14</sup> Vgl. auch Beiträge in Neumann (1997).

<sup>15</sup> Das sind die Reduktion *eine > ne*, die regionalsprachliche Schreibung von *Pladde*, die Assimilation beim Verb *haben > ham* und die Reduktion *sie > se*.

Tabelle 1. Drei Mündlichkeitsmarker in A4- und A5-Fanzines (Angaben in %)

Merkmal	A4-Fanzines	A5-Fanzines
Reduktion unbestimmter Artikel	11	29
Elision des finalen <i>-e</i>	32	59
Verb- <i>es</i> -Verschmelzung	73	80

Die Ergebnisse (Tabelle 1) zeigen, dass die Häufigkeit der ausgewählten Phänomene durchgehend höher in A5-Fanzines ist. Der Unterschied variiert mit der schriftsprachlichen Normferne der einzelnen Merkmale, ist also minimal bei der allgemein verbreiteten Verschmelzung vom Typ *gibt's* und maximal bei der Artikelreduktion vom Typ *'ne*. Der Zusammenhang zwischen Schreibweise und subkultureller Orientierung wird auch von der Tatsache gestützt, dass noch seltener und normfernere Schreibweisen vom Typ *inner* ('in der') oder *vonner* ('von der') fast ausschließlich in den A5-Fanzines auftauchen. In anderen Worten, je subkultureller orientiert ein Fanzine, desto mehr normferne Schreibweisen wird es erwartungsgemäß enthalten. Ob diese Korrelation den Beteiligten bewusst ist, muss dahingestellt werden. Fakt ist, dass Fanzine-Schreiber die Möglichkeit haben, mit visuellen Repräsentationen von Sprache zu experimentieren in einer Weise, die in institutionellen Zusammenhängen (Schule, Universität, Arbeitsplatz) nicht zulässig ist.

### 'Critical linguistics' und Diskursanalyse

Der Zusammenhang zwischen sprachlicher Variation und ideologischer Positionierung in Printmedien bildet den Schwerpunkt einer Forschungsrichtung, die in den 1970er und 1980er Jahren unter der Bezeichnung "critical linguistics" entwickelt wurde. Ihre Verfechter (vgl. Fowler 1991, Kress 1986) nähern sich dem Verhältnis zwischen Sprache und Ideologie aus zwei Seiten an. Einerseits geht man davon aus, dass die sprachliche Struktur selbst ideologische Positionierungen enthält, was vor allem im Hinblick auf so genannte sexistische Sprachstrukturen diskutiert wurde. Andererseits werden ideologische Positionen durch den Sprachgebrauch reproduziert. Aufgrund der Produktionsbedingungen des journalistischen Diskurses kann die Repräsentation von Realität in den Medien nicht ideologisch neutral sein, demzufolge ist auch Sprache in Medien nicht frei von Evaluationen und ideologischen Stellungnahmen. Die Verbindung des Sprachgebrauchs mit spezifischen politischen und ökonomischen Interessen ist dem normalen oder "typischen" Leser jedoch nicht bewusst. Durch die Verbindung grammatischer und ideologischer Analyse wird gezeigt, dass scheinbar unbedeutende Details der sprachlichen Formulierung zur Reproduktion sozialer Stereotype bzw. Verschleierung politischer Verantwortung beitragen können.<sup>16</sup> Dazu

---

<sup>16</sup> Ein inzwischen berühmtes Beispiel, die Schlagzeile einer britischen Zeitung *Rioting blacks shot dead by police*, enthält nach der kritischen linguistischen Analyse zwei ideologische geladene Sprachwahlen: den Passivgebrauch und das Wort *rioting* (statt z.B. *protesting* oder *demonstrating*). Das Wort *rioting* lässt an eine unberechenbare Meute denken und legitimiert dadurch die Handlungen der Polizei. Durch

wurde ein Katalog sprachlicher Mittel erarbeitet, die ideologisch fungieren können – in der Syntax, im Wortschatz, in der Verwendung von Namen und Anreden u.a. (vgl. Fowler 1991, van Dijk 1998). Als problematisch hat sich jedoch die Annahme erwiesen, die Strukturanalyse von Medientexten könne auch über ihre Wirkung Auskunft geben. In der Nachfolgediskussion wurde betont, dass die Interpretation einer Nachricht vielfach von der Biografie und sozialen Stellung des Rezipienten abhängt (vgl. Boyd-Barrett 1994: 29).

Die Weiterentwicklung der "critical linguistics" in den 1990er Jahren ist als "critical discourse analysis" (CDA) bekannt (vgl. van Dijk 1998, Fairclough 1995, Wodak et al. 1998). Die CDA vertritt eine interdisziplinäre Perspektive und ergänzt Produktanalysen durch die Analyse von Diskurspraktiken. Gegenstand ist nicht die Sprache an sich, sondern die Art und Weise, wie eine bestimmte Ideologie oder ein gesellschaftlicher Prozess durch Medienbeiträge konstituiert wird.<sup>17</sup> Diese Perspektive ermöglicht es, auch para- und nonverbale Elemente von Medientexten genauer zu untersuchen. Während die "critical linguistics" die Einschränkung auf rein verbale Texte als methodologische Notwendigkeit akzeptiert (Fowler 1991) ist die Multimodalität von Mediendiskursen für die CDA ein programmatischer Ausgangspunkt (Fairclough 1995). Ein Musterbeispiel für diesen Ansatz bieten Kress / van Leeuwen (1998) mit ihrer Analyse von Zeitungslayout. Die Hauptfunktion des Layouts ist es, Kohärenz zwischen den zahlreichen verbalen und visuellen Elementen auf der Zeitungsseite zu stiften (vgl. auch Bucher 1996). Die Position der Elemente auf der Seite spiegelt ihre redaktionelle Gewichtung wider. Zeitungen mit unterschiedlichem Sozialprofil organisieren ihre Repräsentationen von Wirklichkeit anders, dabei sind Layout-Unterschiede sowohl in einem Land als auch im Landesvergleich festzustellen. Freilich ist dieser Ansatz nicht mehr linguistisch im engen Sinne. Vielmehr geht es darum, ausgehend von Linguistik und Semiotik Methoden zu entwickeln, um die Gestalt von Medientexten ganzheitlich zu beschreiben.

### **«Das Wohlfühl-Magazin für die Frau ab vierzig»**

Die Verwendung dieses Spruchs als Werbeslogan für ein Fanzine, dessen Leserschaft hauptsächlich aus männlichen Jugendlichen besteht, veranschaulicht ein wichtiges rhetorisches Verfahren von Jugendkulturen generell: das verfremdende Zitieren. Unter dieser Bezeichnung beschreibt Schlobinski (1989) bestimmte Formen von Zitation in Gesprächen Jugendlicher. Es werden dabei "Muster zitiert und in Form von Sprachspielen verfremdet, die der negierten dominanten Kultur entlehnt sind" (1989:14). Dadurch demonstrieren die beteiligten Jugendlichen ihre Geringschätzung kleinbürgerlicher Fernsehkultur und ihre eigene kulturelle Unabhängigkeit.

Verfahren verfremdender Bezugnahme finden sich auch in den untersuchten Fanzines, und zwar sowohl verbale wie der oben genannte Spruch als auch visuelle wie z.B.

die Passivkonstruktion erscheint der Agens *police* am Satzende und nicht am -anfang, wo er auffallender wäre (vgl. Fairclough 1995: 96f.).

<sup>17</sup> Ein neueres Beispiel kritischer Analyse journalistischen Diskurses ist die Studie von Wodak u.a. (1998) zur Konstitution nationaler Identität in der österreichischen Presse (vgl. S. 292-314).

Verfremdungen von Markenlogos und das Collage-Layout (Androutsopoulos 1997, Triggs 1995). In beiden Fällen werden verschiedene soziale "Stimmen" ihren ursprünglichen Zusammenhängen entnommen und neu zusammen gesetzt, so dass sie neue Bedeutungen gewinnen. Das soll nun an zwei Beispielen für Collage-Layout in Punk-Fanzines veranschaulicht werden (Abbildungen 1 und 2).

Abbildung 1. Doppelseite aus "Röhr Zu" Nr. 4.



Collage-Layout bedeutet Asymmetrie. Der Seitenhintergrund besteht aus Fotos, Zeitungsschnipseln, Comics usw., deren Thematik recht makaber sein kann – in einer Besprechung heißt es diesbezüglich: *lustige Zeitungsschnipsel* ("Gehörnter Ehemann tötete Frau und kochte sie"). Die eigenen Texte werden geschnitten und auf diesen Hintergrund platziert, anschließend wird das Ganze zusammen kopiert. Für die Beteiligten hat dieses Verfahren eine positiv bewertete (Anti-)Ästhetik, man spricht z.B. von *kultig-chaotische[m] Layout*. Es gibt klare Vorstellungen darüber, wann ein Fanzine typisches Layout vorliegt, das Fehlen eines Collage-Hintergrunds wird negativ bewertet.

Das Collage-Verfahren ist mehr als nur pubertärer Spaß. Der "Sinn" des Spiels sind die komischen Effekte, die durch die Gegenüberstellung unvereinbarer, ja widersprüchlicher Stimmen erzeugt werden (Triggs 1995: 84). Der eigene redaktionelle Text verliert seine Autonomie und Abgeschlossenheit und wird eingebettet in ein visuell kreiertes "Stimmengeflecht".<sup>18</sup> Um ein solches Geflecht systematischer zu betrachten, kann man seine Komponenten auf folgende Fragen überprüfen: Welcher Textsorte gehört der eigentliche redaktionelle Text an, und welche ist seine Thematik? Welche ist die Herkunft bzw. Urheberschaft der verschiedenen Collage-Komponenten? In welche räumliche Beziehung werden sie in die Collage gestellt, und welche

<sup>18</sup> So übersetze ich den Ausdruck "tissue of voices", womit Talbot (1992) die unterschiedlichen sozialen Rollen in einem Jugendmagazin beschreibt.

Bedeutungsverschiebungen entstehen dadurch? Wie verhalten sich die Schnipsel zum redaktionellen Text?

Abbildung 2. Inhaltsverzeichnis von "Wasted Paper" Nr. 7.



In unseren Beispielen geht es um einen Konzertbericht (Abbildung 1) und das Inhaltsverzeichnis des Heftes (Abbildung 2). Die redaktionellen Texte sind in beiden Fällen durch die unterschiedliche Schriftart, in Abbildung 1 auch durch die schräge Platzierung erkennbar. Zwischen ihnen und den übrigen Collage-Bestandteilen entstehen verschiedenartige semantische Beziehungen. In Abbildung 1 zum Beispiel passt die Überschrift *Unsere Spiele* zum Thema des redaktionellen Textes und kann daher auch als dessen Überschrift verstanden werden. In Abbildung 2 (unten) können Phrasen wie *Pädagogisch nicht schlecht* oder *Grauenhaft spannend* als Selbstbewertungen bzw. Fremdurteile über das Fanzine gelesen werden, die Phrase *im schönen Münsterland* (rechts) signalisiert die regionale Herkunft des Machers. Ein klarer Fall verfremdender Bezugnahme ist die almodische Tanzreklame *Wir lernen tanzen* in Abbildung 1 (rechts), deren Angaben durch das handgeschriebene Wort *Pogo* überdeckt wird. Man sieht, wie der Fanzine-Macher eine fremde Stimme (die Tanzreklame) nimmt und sie im Sinne seiner eigenen Interessen (Punk typischer Tanzstil *Pogo*) verfremdet. In Abbildung 2 wird das Collage-Verfahren in einem mehr politisch-ideologischen Sinne eingesetzt, viele Schnipseln sind so ausgewählt, dass sie spezifische historische Ereignisse hervorrufen und Grundannahmen politischer und sozialer Ordnung provozieren.

In diesen und ähnlichen Fällen nimmt der Fanzine-Leser nicht nur den redaktionellen Text wahr, sondern auch die Collage-Bestandteile und ihre Wechselbeziehungen mit dem redaktionellen Text: "The seemingly random chaotic placement of text and image creates an odd dynamic where readers are forced to engage themselves more actively than in conventional texts so as to decipher the message" (Triggs 1995: 87). Daher ist m.E. die Layout-Analyse als wichtige Komponente eines integrativen Ansatzes in der Printmedienanalyse anzusehen.

### **Schlusswort**

Die vier vorgestellten Ansätze lassen sich unabhängig voneinander wie im Verbund anwenden. Eine Parallelanwendung wie die hier dargestellte ist zwar forschungspraktisch aufwändiger, ermöglicht aber eine ganzheitliche Interpretation der untersuchten Medienprodukte, da sie erkennen lässt, dass verschiedenen Ebenen der Bedeutungskonstitution gemeinsame pragmatische Motive zugrunde liegen. Die Art und Weise, wie Triggs den Zweck des Collage-Layouts beschreibt – "to evoke an air of rebellion and exclusivity" (Triggs 1995: 85) – gilt m.E. genauso für die Realisierung von Textsorten, den Umgang mit Schreibweisen und andere mikrostrukturelle Phänomene in Fanzine-Texten. Im Laufe der letzten 20 Jahre hat die Fanzine-Gemeinschaft ein Repertoire von Gestaltungsverfahren entwickelt, um durch Medienkommunikation eigene inhaltliche Schwerpunkte und ästhetische Vorstellungen zu vermitteln, kurz gesagt: um subkulturelle Identitäten auszustalten. Die Übernahme dieser Verfahren durch neue Fanzines signalisiert Identifizierung mit der Gemeinschaft und Kenntnis ihrer Konventionen. Ein mehrschichtiges Analysevorgehen zeigt auf, wie sich dieses Repertoire zusammensetzt und welche Textergebnisse durch seine Anwendung erzielt werden.

### **Literatur**

- Adamzik, Kirsten (2000): Textsorten. Reflexionen und Analysen. Tübingen.  
Stauffenburg.
- Androutsopoulos, Jannis (1997): Intertextualität in jugendkulturellen Textsorten. In:  
Klein, Josef / Fix, Ulla (Hgg.): Textbeziehungen. Linguistische und  
literaturwissenschaftliche Beiträge zur Intertextualität, S. 339-372. Tübingen:  
Stauffenburg.
- Androutsopoulos, Jannis (1999): Die Plattenkritik: eine empirische Textsortenanalyse.  
In: Neumann (Hg.), S. 89-212.
- Androutsopoulos, Jannis (2000a): Jugendmedien sprachwissenschaftlich betrachtet. In:  
merz (medien + erziehung) 44:4, S. 229-235.
- Androutsopoulos, Jannis (2000b): Non-standard spellings in media texts: the case of  
German fanzines. In: Journal of Sociolinguistics 4:4, S. 514-533.
- Bell, Allan (1991): Language of the news media. Oxford: Blackwell.

- Bell, Allan / Garrett, Peter (Hgg.) (1998): Approaches to Media Discourse. Oxford: Blackwell.
- Boyd-Barrett, Oliver (1994): Language and Media. In: Graddol, David / Boyd-Barrett, Oliver (Hgg.): Media texts: Authors and readers, 22-39. Clevedon: Multilingual Matters.
- Brinker, K. u.a. (Hgg.) (2000): Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung, Bd. 1. Berlin, New York.
- Bucher, Hans-Jürgen (1996): Textdesign - Zaubermittel der Verständlichkeit? Die Tageszeitung auf dem Weg zum interaktiven Medium. In: Hess-Lüttich, Ernest W.B. u.a. (Hgg.) Textstrukturen im Medienwandel, S. 31-59. Frankfurt/M.: Peter Lang.
- Bucher, Hans-Jürgen (1999): Sprachwissenschaftliche Methoden der Medienforschung. In: Leonhard, Joachim-Felix u.a. (Hgg.): Medienwissenschaft, Bd. 1, S. 213-231. Berlin u.a.: de Gruyter.
- Cameron, Deborah (1996): Style policy and style politics: a neglected aspect of the language of the news. In: Media, Culture & Society 18: S. 315-333.
- Fairclough, Norman (1995): Media Discourse. London: Edward Arnold.
- Fowler, Roger (1991): Language in the News. London, New York: Routledge.
- Hartmann, Peter H. / Neuwöhner Ulrich (1999): Lebensstilforschung und Publikumssegmentierung. Eine Darstellung der MedienNutzerTypologie (MNT). In: Media Perspektiven 10/99, S. 531-539.
- Holly, Werner / Püschen, Ulrich (1993): Sprache und Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland. In: Biere, Bernd U. / Henne, Helmut (Hgg.) Sprache in den Medien nach 1945, S. 128-157. Tübingen: Niemeyer.
- Jucker, Andreas (1992): Social Stylistics. Berlin, New York: de Gruyter.
- Junker Michael (2001): Fanzines. Eine Untersuchung der Mediengattung der Rollenspiel-Szene. HAL-12, Universität Hannover. (Online: <http://www.fbls.uni-hannover.de/sdls/schlobi/hal/docs/hal-12.htm>)
- Koch, Peter / Oesterreicher, Wulf (1994): Schriftlichkeit und Sprache. In: Günther, Helmut / Ludwig, Otto (Hgg.): Schrift und Schriftlichkeit, Bd. 1., S. 588-604. Berlin, New York: de Gruyter.
- Kress, Gunther (1986): Language in the media: the construction of the domains of public and private. In: Media, Culture & Society 8, S. 395-419.
- Kress, Gunther / van Leeuwen, Theo (1998): Front Pages: (The Critical) Analysis of Newspaper Layout. In Bell / Garrett (Hgg.), S. 186-219.
- Lau, Thomas (1992): Die heiligen Narren. Punk 1976-1986. Berlin, New York: de Gruyter.
- McLoughlin, Linda (2000): The language of magazines. London: Routledge.
- Neumann, Jens (Hg.) (1997): Fanzines. Wissenschaftliche Betrachtungen zum Thema. Mainz: Ventil.

- Neumann, Jens (Hg.) (1999): Fanzines 2. Noch wissenschaftlichere Betrachtungen zum Medium der Subkulturen. Mainz: Ventil.
- Röper, Horst (1994): Das Mediensystem der Bundesrepublik Deutschland. In: Merten, Klaus u.a. (Hgg.): Die Wirklichkeit der Medien, S. 506-543. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schlobinski, Peter (1989): "Frau Meier hat Aids, Herr Tropfmann hat Herpes, was wollen Sie einsetzen?" Exemplarische Analyse eines Sprechstils. In OBST 41, S. 1-34.
- Schlobinski, Peter / Fiene, Florian (2000): Die dritte Halbzeit: Grün-Weiß gegen CFC-Mob. Zur Lexik in Fußballfanzines. In: Muttersprache 3: S. 229-237.
- Scollon, Ron (1998): Mediated Discourse as Social Interaction. London: Longman.
- Talbot, Mary (1992): The construction of gender in a teenage magazine. In: Fairclough, N. (Hg.): Critical language awareness, S. 174-200. London: Longman.
- Triggs, Teal (1995): Alphabet Soup: Reading British Fanzines. In: Visible Language 29:1, S. 72-87.
- van Dijk, Teun A. (1998): Opinions and Ideologies in the Press. In: Bell / Garrett (Hgg.), S. 21-63.
- Wodak, Ruth et al. (1998): Zur diskursiven Konstruktion nationaler Identität. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.