

Johannes Mahlknecht: Writing on the Edge: Paratexts of Narrative Cinema

Heidelberg: Winter 2015 (Film and Television Studies, Bd.3), 179 S., ISBN 9783825364748, EUR 42,-

(Zugl. Dissertationsschrift an der Universität Innsbruck, 2012)

Fragen nach der Bedeutung von Paratexten für den Text, den sie referenzieren, sind nicht neu. Wie viel Einfluss nehmen sie auf dessen Rezeption? Wessen Interessen dienen sie? Auch in Johannes Mahlknechts Dissertation bilden diese Fragestellungen den Ausgangspunkt; insbesondere interessiert er sich für die Vereinbarkeit der produktionsseitigen, werblichen Funktion eines Paratextes („to advertise a product“ [S.10]) und seiner rezeptionsleitenden, narrativen Funktion („to tell a story“ [ebd.]). Damit fügt sich das Buch in eine ganze Reihe von Publikationen zu filmischen Paratexten ein – unter anderem Alexander Böhnkes Monografie

Paratexte des Films (Bielefeld: transcript, 2007), Andrzej Gwóźdz' Sammelband *Film als Baustelle* (Marburg: Schüren, 2009) und Jonathan Grays *Show Sold Separately* (New York: New York UP, 2010), die auch Referenzpunkte für Mahlknechts Arbeit sind.

Erwartungsgemäß beginnt der Autor mit einer kurzen Rekapitulation von Gérard Genettes Paratexttheorie. Im Zuge dessen lehnt er die Unterscheidung zwischen autoriellen und publikatorischen Paratexten für den Film ab und nimmt die autorisierende Instanz des Studios als ‚Autor‘ an – eine problematische Zuschreibung, weil sie das mehrdimensionale

Konzept von Autorschaft doch stark vereinfacht, wie Mahlknecht selbst zugibt (vgl. S.11). Mit dieser Vorüberlegung und der Auswahl der Analysegegenstände wird jedoch der Fokus der Arbeit klar umrissen: Es geht um jene vom Studio autorisierten schriftlichen Paratexte, die den Spielfilm als Produkt ausweisen und der audiovisuellen Fiktion entgegenstehen (vgl. S.15), gleichzeitig aber bis zu einem gewissen Grad einen narrativen Gehalt haben und zum Verständnis des Films beitragen können (vgl. S.14). Mahlknechts Forschungsinteresse liegt auf ihrer historischen Transformation und den ökonomischen wie narrativen Funktionen der Paratexte.

Neue theoretische Erkenntnisse bietet Mahlknechts Studie nicht, verweilt die Dissertation doch hierfür zu eng an Genettes Definition. Dafür erschließt Mahlknecht aber mit den stark determinierten oder standardisierten Randerscheinungen eines Films (Studiologo, Leitspruch des Films, Filmtitel, Darsteller-Credits, Ausschlussklausel [„All events are fictitious“ o.ä.], Abspann, Werbe-Slogan des Filmposters [*tagline*], Romanfassung eines Films [*novelization*]) neue Analysegegenstände, bei denen unterschiedliche Ergebnisse herauszustellen sind:

In einigen Fällen gelingt die beiläufige Vermittlung historischer Rahmenbedingungen und produktionslogischer Hintergründe, die wesentlich zur spezifischen Ausformung dieser Elemente beitragen, so etwa das Logo des Filmstudios, dessen Deutungshoheit sich für den ihm jeweils in der Vorführung nachfolgenden Film seit dem Ende

des Studiosystems minimiert hat (vgl. S.18ff.), oder bei der Repräsentation der Schauspielernamen im Vor- oder Abspann sowie auf Filmpostern, auf denen Reihenfolge und Schriftgröße nach wie vor durch die Prominenz der Beteiligten bestimmt werden (vgl. S.67ff.).

Bei anderen Paratexten führt Mahlknecht ästhetische Kategorien ein. So unterscheidet er den Leitspruch eines Films hinsichtlich seiner thematischen Weisungskraft („Explicit Motto“ [S.40] und „Implicit Motto“ [S.46]) und seiner Einbindung in die Diegese („Extradiegetic Motto“ [S.40], „The Hybrid“ [S.41], „Diegetic Motto“ [S.44]), während er beim Abspann ‚harte‘ Zwischentitel („The End“ [S.79]) gegenüber ‚sanfteren‘ Formen des Ausstiegs aus der Diegese diskutiert („Superimposition of End Credits“ [S.81], „Diegetic Fade to Black“ [S.82]). Hinsichtlich der Tagline des Filmposters werden die Unterscheidung nach dem Bezugspunkt (Story, Genre, Stars, Qualität und technische Innovation [vgl. S.109]) und der rhetorischen Figur (vgl. S.125ff.) als Analysewerkzeuge angeboten.

In manchen Fällen wiederum diskutiert Mahlknecht die minimale Relevanz des Paratexts für den Inhalt des Films. Anhand unterschiedlicher Wahrheits- oder Fiktionalitätsbehauptungen von Ausschlussklauseln skizziert er die ambivalente Beziehung des Spielfilms zur Realität (vgl. S.103). Ferner problematisiert er die Romanfassung eines Films als rein werbliches Produkt, dessen mangelnde Eigenständigkeit und widrige Produktionsbedingungen seine kontinuierliche

Degradierung fördern. Dadurch fände der Film zwar ein erweitertes Publikumsinteresse, die Romanfassung jedoch produziere weder als literarisches Werk noch als transmediale Verlängerung der filmischen Geschichte einen signifikanten Mehrwert.

An diese durchaus fruchtbare Diskussion schließt ein Exkurs zu den Vorläufern der Romanfassung von Filmen an. Die ausführlichen Plot Erzählungen (*fictionization*) und Fotostories in frühen Fanmagazinen der 1910er Jahre werden unter dem Aspekt der Remediation im Hinblick auf ihre komplettierende Funktion für das damals neue Medium Film untersucht (vgl. S.151ff.). Das eigenständige Kapitel wirkt durch die Thematisierung dieser historischen Form des Epitexts ‚Fanmagazin‘ etwas abgekoppelt vom Rest des Buches, obgleich sich eine direkte Gegenüberstellung von Fan-

magazinen und Romanfassungen hinsichtlich Funktion und Status oder aber eine Darlegung der ästhetischen Entwicklung von Kino-Fanmagazinen angeboten hätte.

Im Zuge seiner Analysen stellt Mahlknecht immer wieder Reibungspunkte zwischen der ökonomischen und der narrativen Funktion der genannten Paratexte fest und konstatiert abschließend deren Vermittlungsfunktion zwischen dem Film als Kunstwerk und dessen äußerer ökonomischer Realität (vgl. S.165). Wenngleich diese zentrale Einsicht keine neuen Erkenntnisse für die Paratexttheorie hervorbringt, so bietet *Writing on the Edge* dennoch eine gut geschriebene Lektüre, die vornehmlich für Einsteiger_innen in das Thema oder im Kontext der Production Studies gewinnbringend sein dürfte.

Jana Zündel (Bonn)