



---

Year: 2018

---

## Unsinn im Genre-Film Das Spiel mit der Medienkompetenz im Mockbuster Sharknado

Borsy, Natalie

**Abstract:** Dass Los Angeles auf der Kinoleinwand regelmässig von Naturkatastrophen und extraterrestrischen Invasionen heimgesucht wird, gehört mittlerweile zum Standardrepertoire des Hollywoodkinos. Doch der Sharknado, ein Tornado voller blutrünstiger Haie, der 2013 im gleichnamigen Film auf den Strand Santa Monicas trifft, sorgte nicht nur im diegetischen Hollywood für Wirbel. Die Geschichte über den ehemaligen Surfcampion Fin, der zusammen mit Freunden und Familie durch die Katastrophe manövriert und diese durch seine heldenhafte Intervention abwenden kann, eroberte das Publikum nicht zuletzt auch dank einer geschickten social media-Werbestrategie im Sturm. Der Umstand, dass die Haie dilettantisch computeranimiert sind und die Handlung totaler Unsinn ist, tat dem Erfolg dabei nicht den geringsten Abbruch – im Gegenteil. Sharknado ist ein trashiger Hybrid aus Katastrophenfilm und creature feature und baut auf von Blockbustern wie Jaws (1975) geprägten Genrekonventionen auf; es ist gerade dieses Spiel mit den Konventionen des Hollywoodkinos, welches den Reiz dieses unsinnigen Spektakels ausmacht. Ist man in der Forschung lange davon ausgegangen, dass Unsinn ein primär literarisches Phänomen ist, wird in diesem Beitrag für die Öffnung des Felds auf das Medium Film plädiert. Denn wie in der Literatur wird auch in Sharknado auf eine höchst formalisierte Sprache zurückgegriffen und spielerisch an die Sprachkompetenz und das Wissen des Publikums appelliert. Anders als bei der Sprache in der Literatur bildete sich genrespezifische Filmsprache des Hollywoodkinos aus den ökonomischen Interessen der Studios heraus, da Genres primär den Zweck hatten, Filme besser vermarktbar zu machen. So es ist es gerade der in Schund-Debatten angeprangerte industrielle Einfluss, der die Filmsprache genug formalisierte und popularisierte, um ein medienkompetentes Publikum zu schaffen, welches Vergnügen an solchem Unsinn haben kann. Darüber hinaus ist es ebenso die Nähe zur Industrie, welche das Wissen über die Produktion solcher Filme zu einem integralen Bestandteil der Medienkompetenz macht. Diese Analyse von Sharknado soll daher zeigen, dass Mechanismen der Popularisierung nicht nur die Grundvoraussetzungen für filmischen Unsinn schaffen, sondern auch für die Mechanismen selbst sensibilisieren.

DOI: <https://doi.org/10.54717/kidsmedia.8.1.2018.4>

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-153286>

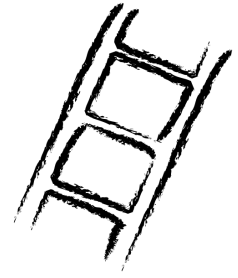
Journal Article

Published Version

Originally published at:

Borsy, Natalie (2018). Unsinn im Genre-Film Das Spiel mit der Medienkompetenz im Mockbuster Sharknado. Kids+media, 8(1):53-73.

DOI: <https://doi.org/10.54717/kidsmedia.8.1.2018.4>



# Unsinn im Genre-Film

## Das Spiel mit der Medienkompetenz im Mockbuster SHARKNADO

Von Natalie Borsy

Man stelle sich diesen Unsinn vor: Gebäude und ein Riesenrad, welche man vielleicht von Bildern des bekannten Piers von Santa Monica wiedererkennt, stürzen vor der Kulisse blutrot schäumender Wellen ein. Ein Tornado fegt durch das Meer und reißt den Schutt des Infernos mit, doch aus ihm heraus brechen ... Haie. Die blutverschmierten, von scharfen Zähnen bewehrten, aufgerissenen Mäuler von Haien werden vom Titel des Plakats komplementiert, welcher grell verkündet: „SHARKNADO. ENOUGH SAID!“



Abb. 1: SHARKNADO Werbeposter

Tatsächlich waren keine weiteren Worte oder Erklärungen vonnöten, um einen beispiellosen Internethype auszulösen, als die für Low-Budget-Filme bekannt gewordene Filmproduktionsgesellschaft The Asylum 2013 dieses Plakat veröffentlichte (siehe Abb. 1).<sup>1</sup> The Asylum hat neben weiteren absurden Produktionen wie MEGA SHARK VS. GIANT OCTOPUS (2009), 2-HEADED SHARK ATTACK (2012) und ABRAHAM LINCOLN VS. ZOMBIES (2012) mit SHARKNADO erfolgreich die Nische des Mockbusters<sup>2</sup> erobert. Nicht zuletzt erfährt SHARKNADO aufgrund von Bewertungen wie jener von Rotten Tomatoes, welche den Film als „[p]roudly, shamelessly, and gloriously brainless“ und „so bad it’s good“<sup>3</sup> anpreist, eine Reihe von Fortsetzungen: Seit seiner ersten Ausstrahlung auf dem Sender Syfy

<sup>1</sup> Vgl. Lázár 2015, S. 257.

<sup>2</sup> Csaba Lázár definiert den Mockbuster als „[b]illige Quasi-Kopien erfolgreicher Hollywood-Filme mit bewusst ähnlich gewählten Titeln, qualitativ allerdings meilenweit entfernt“ (2015, S. 256).

<sup>3</sup> [https://www.rottentomatoes.com/m/sharknado\\_2013/](https://www.rottentomatoes.com/m/sharknado_2013/).

2013 toben jedes Jahr neue Sharknados in den US-Metropolen der Fernsehfilme und im Juli 2016 hat SHARKNADO 4: THE 4TH AWAKENS es sofort in die Kinos der Vereinigten Staaten geschafft. Das Plakat von SHARKNADO reicht auch insofern, um in dieser Untersuchung filmischen Unsinn Auskunft über verschiedene zentrale Aspekte des Films zu geben. Auf den ersten Blick ist klar, dass es sich um einen Hybrid aus Katastrophenfilm und *creature feature* handelt, der eine für diese Genres typische Bildsprache an den Tag legt. Der trashige Einsatz von in Tornados herumgewirbelten Haien, welcher im Portmanteau-Titel auf den Punkt gebracht wird, ist in der Tat aussagekräftig genug, um den ZuschauerInnen zu vermitteln, woran man an diesem Film ist. Das Plakat ist reisserisch, es verspricht Action, Zerstörung und Horror im Rahmen einer Handlung, die unmöglich und vollkommen absurd ist. Untersuchungen von filmischem Unsinn sind jedoch rar, was nicht zuletzt mit der Annahme einhergeht, dass Unsinn vor allem als sprachliches Phänomen existiere.<sup>4</sup> Gemäss Wim Tigges ist das zentrale Merkmal für literarischen Unsinn die Spannung zwischen Bedeutung und dem Mangel an Bedeutung, welche spielerisch an Vorstellungskraft, Sprachkompetenz und Wertschätzung für Literatur der LeserInnen appelliert.<sup>5</sup> Tigges bekräftigt jedoch, dass Unsinn als ein Genre aufgrund des spielerischen Umgangs mit Elementen der Sprache vornehmlich verbaler und damit literarischer Natur sei. Mein erstes Postulat ist dem entgegen eine Erweiterung des Unsinn-Begriffs auf das Medium Film, dessen Stilmittel und Produktion. Winfried Menninghaus wiederum betont die Relativität und Kontextsensitivität von Unsinn, wenn er ihn als „alle Äußerungen, Handlungen und Gegebenheiten, die zu einem bestimmten Zeitpunkt und in einem bestimmten Kontext als nicht einer bestimmten Vorstellung von ‚Sinn‘ entsprechend beurteilt werden“<sup>6</sup> definiert. Auch SHARKNADO zeichnet sich hauptsächlich durch die für Mockbuster typisch trashige Aufarbeitung von Blockbustern, in diesem Fall primär JAWS (1975, dt. DER WEISSE HAI) aus. Aus der Hybridität von SHARKNADO lassen sich nun ebenso mannigfaltige Kontexte ablesen und aus diesem Grund wird in diesem Beitrag neben Unsinnstheorien aus der Literaturwissenschaft auch auf filmwissenschaftliche Ansätze zu Genre<sup>7</sup>, Parodie und Medienkompetenz zurückgegriffen. Das zentrale Argument dieser Untersuchung ist, dass Unsinn bei einem derart ‚schlechten‘ Film wie SHARKNADO nur unter der Voraussetzung eines medienkompetenten Publikums geschaffen werden kann, da unsinnige, filmische Texte sehr dicht und voller intertextueller und metareflexiver Anspielungen sind. SHARKNADO veranschaulicht, dass der filmische Unsinn sich an eben jener Medienkompetenz des Publikums abarbeitet und durch die spielerische Verhandlung derselben eine ironische Distanz zu dem Text und auch der Medienkompetenz des Publikums schafft. Letztlich bedeutet das auch, dass weder der trashige Film noch das Publikum desselben anspruchslos sind, da der Unsinn sonst nicht erfolgreich zum Vorschein kommen könnte.

## Made in Hollywood – Unsinniges Potential im Genre-Film

Ein Mockbuster wie SHARKNADO ist nicht ohne die Filmindustrie und Produktionsästhetik Hollywoods zu denken, welche Blockbuster in ihrer heutigen Form erst hervorbrachten. Die Filmgenres sind dabei aber nicht nur ein Vehikel zur gezielten Vermarktung. Denn – ähnlich wie im literarischen Unsinn und der Parodie – wird die filmische Medienkompetenz des Publikums, bei welchem

---

<sup>4</sup> Vgl. Tigges 1988, S. 55.

<sup>5</sup> Vgl. ebd., S. 4; Das Spielerische ist ein Aspekt, den insbesondere Sewell hervorhebt (1952, S. 27 in Tigges 1988, S. 12).

<sup>6</sup> Menninghaus 1995, S. 10–11.

<sup>7</sup> Der Aspekt des Genres ist insofern bedeutsam, als die Mehrheit der Blockbuster aufgrund hoher Produktionskosten einem oder mehreren Genres klar zugeordnet werden und somit gezielter und gewinnbringender vermarktet werden können.

der Unsinn spielerisch ansetzt, von Genre und Genre-Filmen gefördert und somit auch eine Grundlage für Unsinn geschaffen.

Genre, so Rick Altman, ist ein Komplex, welcher auf verschiedenen Ebenen des Films und dessen Produktion und Rezeption operiert. So listet er folgende Bedeutungen des Genres auf:<sup>8</sup>

Genre als *Schema*, welches der Filmproduktion vorausgeht und diese kodiert und formt;

Genre als *Struktur* und formales Gerüst, auf welchem Filme aufgebaut werden;

Genre als *Label*, welches von zentraler Bedeutung für die Entscheidungen von Produzenten, Distributoren und Kinobesitzern ist;

Genre als ein *Vertrag*, welchen die ZuschauerInnen implizit mit dem Genre beim Schauen eingehen.

Die erste zentrale Bedeutung des Genres ist industrieller Natur und deutet auf die Notwendigkeit eines Genres für die gewinnbringende Produktion eines Films für die Filmindustrie hin. Stephen Neale schreibt über die Entwicklung filmischer Genres, dass seit dem frühen Beginn Hollywoods die Standardisierung und Reduktion der stilistischen und narrativen Palette auf wiedererkennbare Charaktere, Themen, Settings und Plotbestandteile bei grösseren und teureren Produktionen unabdingbar waren.<sup>9</sup> Von Anfang an hat der Film also eine zwitterige Position zwischen Kunst und Kommerz eingenommen<sup>10</sup> und gerade bei von Genre durchstrukturierten Hollywood-Filmen ist der kommerzielle Druck auf die Kunst besonders bemerkbar; dies wird ebenso im zweiten Punkt Altman zum Genre als Struktur zum Ausdruck gebracht. Das beste Beispiel für die prekäre Schnittstelle zwischen Kunst und Kommerz sind wohl die Low-Budget B-Movies, welche sich aufgrund mangelnder Finanzierung primär auf generische Strategien verlassen und tendenziell einen geringen qualitativen Standard aufweisen.

Der Aspekt des Genres als Struktur wird auch von Bruce Isaacs aufgegriffen; er hebt hervor, dass sich Genre-Filme vor allem dank ihrer formalisierten organisatorischen Ästhetik (*organizational aesthetic*), welche auf Repetition, Innovation und Zitat basiert, als massentaugliches populäres Unterhaltungsmedium etablieren konnten.<sup>11</sup> Laut Isaacs sei es nicht anspruchsvoll, Genre-Filmen zu folgen, da die Filmkultur deren Konventionen und Funktionalität internalisiert habe. Das Publikum wisse, was es erwarte, es sei vertraut mit den syntaktischen und lexikalischen Elementen eines Genres und könne diese mühelos entziffern.<sup>12</sup> Hier kommt nun dieses vertragliche Verhältnis zwischen den FilmproduzentInnen und dem Publikum zum Tragen, oder um es in Isaacs Worten zu sagen: „Genre is truly ‘of the people’, a popular form constructed and conventionalized for the masses, but also authorized and legitimated by its popularity.“<sup>13</sup>

Isaacs macht darüber hinaus auf einen konzeptuellen Konflikt zwischen Genre und Genre-Filmen aufmerksam. Genre ist eine Form der Klassifikation, welche erst im Rückblick bestimmte Charakteristiken zusammenfasst und ein bestimmtes Genre abgrenzt. Ein Genre-Film wiederum lässt sich nun dank seiner übereinstimmenden formalen und inhaltlichen Eigenschaften einem Genre zuordnen. In Anlehnung an Bakhtins in der Linguistik verankerten Feststellung, dass keine Äusserung trotz identischer formaler Beschaffenheit niemals wiederholt werden könne<sup>14</sup>, folgert Isaacs, dass

<sup>8</sup> Vgl. Altman 1999, S. 14.

<sup>9</sup> Vgl. Neale 1980, S. 52 in Watson 1997, S. 75.

<sup>10</sup> Vgl. Watson 1997, S. 75.

<sup>11</sup> Vgl. Isaacs 2008, S. 168.

<sup>12</sup> Vgl. ebd.

<sup>13</sup> Ebd., S. 169.

<sup>14</sup> Vgl. Bakhtin 1986, S. 104, zitiert in Isaacs 2008, S. 166.

auch ein Genre-Film – wenn man diesen als singuläre Äusserung betrachte – niemals wiederholt werden könne.<sup>15</sup> Obwohl jeder Genre-Film also einem bestimmten Genre-Typ entspreche, so stelle er doch eine Reorganisation der Konturen des entsprechenden Genres dar: Der Film sei zwar generisch, kommentiere das Genre jedoch gleichzeitig.<sup>16</sup>

An dieser Stelle kommt *genericity*, die Performativität von Genre, ins Spiel. Jim Collins führt *genericity* als eine neue Genre-Strategie ein, welche sich im postmodernen Gestus von Selbstreflexivität und Selbstbewusstsein von literarischen und filmischen Texten entfalte.<sup>17</sup> Laut Collins unterscheide sich *genericity* vom Genre-Film durch

the recognition that the features of conventional genre films that are subjugated to such intensive rearticulation are not the mere detritus of exhausted cultures past: those icons, scenarios, visual conventions continue to carry with them some sort of cultural ‘charge’ or resonance that must be re-worked according to the exigencies of the present.<sup>18</sup>

Ein Genre performierender Film überarbeitet und kommentiert also die Bestandteile und Strategien von Genre-Filmen, aber auch deren kulturelle, kontextuelle Konnotationen (*charge*). Dabei betont Collins sowohl die hohe filmische Medienkompetenz (*cinematic literacy*) als auch die tief sitzende Zwiespältigkeit gegenüber traditionellen Film-Genres, welche sich im postmodernen Publikum manifestieren.<sup>19</sup> Isaacs fügt hinzu, dass eben diese Medienkompetenz, also die Vertrautheit des Publikums mit den narrativen und stilistischen Filmmitteln, erst in einer derart mediengesättigten und postmodernen Massenkultur zur vollen Blüte kommen konnte.<sup>20</sup>

## Der unsinnige Spielplatz in *genericity* und filmischer Medienkompetenz

Den vorausgehenden Ausführungen kann man nun drei interdependente Aspekte für die Verknüpfung mit Theorien des Unsinnns entnehmen. Genre-Filme und Low-Budget Genre-Filme insbesondere zeichnen sich durch Selbstreflexivität, den spielerischen und nicht selten überstilisierten Umgang mit Genre-Konventionen und ein medienkompetentes Publikum aus. Die Selbstreflexivität offenbart ihre Interdependenz beispielsweise durch das repetitive, selbstbewusste Aufgreifen von genre-typischen Einstellungen und Handlungen – eben jene Performativität der *genericity* –, welche vom Publikum erkannt, gewünscht und entsprechend von den Studios vermarktet wird. Bei Low-Budget Genre-Filmen wird darüber hinaus auch unbeabsichtigt, zum Beispiel durch dilettantische und billige Effekte, auf das (schlecht ausgeübte) Filmhandwerk hingewiesen. Ebenso ist gerade auch beim sogenannten Exploitationkino<sup>21</sup> – einer Untergruppierung der Low-Budget Filme – eine zusätzliche Steigerung dieser Selbstreflexivität sichtbar. Beim Exploitationkino geht es primär um die kommerzielle Ausbeutung eines Films, was sich in einer besonderen Form des Verbund- und Eventmarke-

<sup>15</sup> Vgl. Isaacs 2008, S. 166.

<sup>16</sup> Vgl. ebd.

<sup>17</sup> Vgl. Collins 1993 in Isaacs 2008, S. 174–177.

<sup>18</sup> Collins 1993 zitiert in Isaacs 2008, S. 174.

<sup>19</sup> Vgl. Collins 1993, S. 262 zitiert in Isaacs 2008, S. 178.

<sup>20</sup> Vgl. Isaacs 2008, S. 178.

<sup>21</sup> Vgl. Watson 1997, S. 75; Kulle 2012, S. 19.



tings ausdrückt; dabei werden Bestandteile des Plots oder die schauspielerische Leistung jenen Elementen, welche gut vermarktet werden können, auf Kosten filmästhetischer und narrativer Qualität hintangestellt.<sup>22</sup> Beim Exploitationkino wird also nicht nur auf die gängigen, vermarktbareren Elemente der Genre-Filme verwiesen, sondern auch auf das Marketingpotenzial an sich.

Die Medienkompetenz macht indes auf die Aktivität des Publikums aufmerksam. Zu gerne werden in Schund-Debatten das Diktat der industriell bestimmten Filmproduktion angeprangert und ein Bild von einer passiven, verdummenden Masse skizziert.<sup>23</sup> Dabei ist genau dieser starke industrielle Einfluss wohl dafür verantwortlich, dass das Publikum überhaupt erst eine Medienkompetenz entwickeln konnte. Durch die starke Formalisierung und die *genericity* von Genre-Filmen konnte sich eine Filmsprache etablieren, die nun von einem Grossteil der mit Medien in Kontakt stehenden Bevölkerung verstanden wird. David Buckingham hat vier Schlüsselbegriffe für Medienkompetenz herausgearbeitet:<sup>24</sup>

*Produktion:* Das Bewusstsein, dass Medientexte das Resultat von komplexen Produktionsprozessen sind, die ökonomischen Interessen, technologischen Möglichkeiten und diversen Vorschriften unterworfen sind.

*Sprache:* Die Fähigkeit, eine Sprache zu entziffern und das Wissen, wie diese Sprache Bedeutung produziert und transportiert.

*Repräsentation:* Das Bewusstsein, dass die Welt auf eine bestimmte Art und Weise in den Medien dargestellt wird; die Fähigkeit, den Wahrheitsgehalt und Realismus und deren Effekte zu deuten.

*Publikum:* Das Wissen über die Verbreitungsformen der Medientexte und die Rezeptions- und Deutungsmodi von verschiedenen Publikumsgruppen.

Die Filmproduktion wird nun nicht nur durch die erwähnte Selbstreflexivität gewisser Filme sichtbar gemacht, sie wird sogar bewusst in Form von Making-ofs präsentiert und vermarktet. Man denke hier an die Making-of-Filme der THE LORD OF THE RINGS-Trilogie (2001–2003), welche die Spielfilme in ihrer Länge um ein Vielfaches übersteigen und in aufwendig gestalteten Special Edition-DVDs als attraktives Nebenprodukt verkauft werden. Auch SHARKNADO bedient sich dieser neuen Praxis und veröffentlicht auf Youtube ein Making-of, in welchem Kunstblut verspritzende Beinprothesen in Haimodellen vorgeführt werden.<sup>25</sup> Auf diese Weise erhalten ZuschauerInnen einen mehr oder weniger ausschnitthaften Einblick in die Produktion eines Films.

Neben der bereits erwähnten Verbreitung der Filmsprache durch *genericity* ist auch die Repräsentation ein Aspekt, welchen die ZuschauerInnen durch die starke Medialisierung der Gesellschaft zu differenzieren wissen. Anekdoten wie jene zur Aufführung des Films L'ARRIVÉE D'UN TRAIN EN GARE DE LA CIOTAT (1895) der Brüder Lumière, bei welcher das Publikum angeblich aus Angst, vom auf der Leinwand anfahrenen Zug erfasst zu werden, aufgesprungen und geflüchtet sein soll, gehören der Geschichte an. Auch der Realismusgehalt der dargestellten Handlungen kann trotz aufwendiger und realistischer Spezialeffekte – nicht zuletzt auch dank Making-ofs – von den ZuschauerInnen differenziert werden. In Filmen wie SHARKNADO ist die Deutung der Repräsentation umso einfacher, da die dargestellten Ereignisse absurd sind und dilettantisch umgesetzt wurden. Zuletzt ist das Wissen über die Verbreitungsstrategien und die Reaktionen des Publikums ein Aspekt, welcher sich in der letzten Dekade radikal geändert hat. Ohne auf Plakate, Werbetrailer im

<sup>22</sup> Vgl. McCarthy 1995, S. 38 zitiert in Kulle 2012, S. 19.

<sup>23</sup> Vgl. Hunter 1997, S. 2–3.

<sup>24</sup> Vgl. Buckingham 2003 in Rosenbaum 2006, S. 190.

<sup>25</sup> Vgl. CiNET Deutschland (21.09.2015), <https://www.youtube.com/watch?v=HJXDRPP9EJ4>.

Kino und andere konventionelle Werbestrategien näher einzugehen, soll an dieser Stelle auf die Rolle der sozialen Medien verwiesen werden – allen voran *Twitter*. Gerade Low-Budget Produktionen können von der praktisch kostenlosen Effizienz der sozialen Medien in der Verbreitung von Botschaften profitieren. Reaktionen des Publikums können dank *Twitter* vor, während und nach der eigentlichen Visionierung des Films von allen WebnutzerInnen eingesehen werden. Als Syfy am 11. Juli 2013 den SHARKNADO-Trailer auf Twitter veröffentlichte, reagierte das World Wide Web mit 5'000 Tweets pro Minute.<sup>26</sup> Mit dem Aufkommen der *social media*-Werbestrategien wurde damit eine bisher noch nie dagewesene Transparenz der Publikumsreaktionen und des Werbeprozesses selbst erreicht.

Diese ausserordentliche Medienkompetenz, die bei Genre-Filmen allgemein und Low-Budget Produktionen im Besonderen beobachtet werden kann, ist nun eine der Hauptvoraussetzungen für Unsinn im Film. Wim Tigges schreibt zum literarischen Unsinn: „[T]he most successful nonsense texts set up a playful framework of themes and motifs which appeal to the reader's imagination, to his sense of language, as well as to his knowledge and appreciation of literary conventions of form and theme, plot and character.“<sup>27</sup> Er schreibt auch weiter, dass literarischer Unsinn als ein Versuch angesehen werden könne, die Sprache zu meistern, da Sprache und Zahlen zu den ergiebigsten Quellen mentaler Spielereien zählten.<sup>28</sup> Obgleich Tigges argumentiert, dass Unsinn primär verbaler Natur sei, lassen sich seine Ausführungen doch auf den Film übertragen. Was Tigges beschreibt, ist eine literarische und mathematische Lesekompetenz, auf welcher Unsinn aufbaue und mit welcher er spiele. Ohne diese Kompetenzen könne Unsinn weder konstruiert, noch geschätzt werden. Diese Prozesse wirken ebenso im Film, was bei Genre-Filmen mit ihrer starken Formalisierung und *generi-city* des Hollywood-Kinos umso anschaulicher demonstriert werden kann.

Sowohl die literarische als auch die kinematografische Sprache operiert mit Regeln, welche Qualität und Richtigkeit gewährleisten sollen. Ein gutes Beispiel hierfür sind Syntax und Lexikon, mit welchen im literarischen Unsinn gerne gespielt wird. Dan Harries überträgt für seine Untersuchung der filmischen Parodie diese linguistischen Konzepte auf den Film und beschreibt ein filmisches Lexikon als die Elemente, welche die Ikonografie eines Filmtextes ausmachen, zum Beispiel Setting, Kostüme, bestimmte Charaktere; Syntax hingegen entspräche der narrativen Struktur, in welcher die lexikalischen Elemente eingebettet seien.<sup>29</sup> Lewis Carrolls Gedicht *Jabberwocky* ist ein wunderbares Beispiel für die von Tigges postulierte Spannung von Sinn und Nicht-Sinn, welche Unsinn in der Literatur ausmacht. Wenn Carroll schreibt,

'Twas brillig, and the slithy toves  
Did gyre and gimble in the wabe:  
All mimsy were the borogroves,  
And the mome raths outgrabe<sup>30</sup>,

dann ist das Gedicht auf syntaktischer Ebene zwar vollkommen korrekt und suggeriert der Leserschaft, dass es sich um ein konventionelles und korrektes Gedicht handelt. Es scheint darin um das Erschlagen eines furchteinflössenden Ungeheuers namens Jabberwocky zu gehen. Auf lexikalischer Ebene bestehen jedoch einige Unklarheiten, die zwar durch so manche etymologische Schnitzeljagd

<sup>26</sup> Vgl. Rothman 2013, <http://entertainment.time.com/2013/07/12/how-social-media-made-sharknado-happen/>.

<sup>27</sup> Tigges 1988, S. 4.

<sup>28</sup> Vgl. Tigges 1988, S. 13 in Anlehnung an Sewell 1952, S. 37–38.

<sup>29</sup> Vgl. Harries 2000, S. 8.

<sup>30</sup> Carroll (1865) in Gardner 2015, S. 174.

von HerausgeberInnen versuchsweise begründet werden, jedoch von Humpty Dumpty's Übersetzungen als Fehldeutungen dahingestellt werden. Gardner verweist in seiner Deutung von *slithy* auf eine veraltete Form von *slovenly*.<sup>31</sup> Jedoch insistiert Humpty Dumpty: „Well, ‘*slithy*’ means ‘lithe and slimy.’ ‘Lithe’ is the same as ‘active.’ You see it’s like a portmanteau – there are two meanings packed up into one word.“<sup>32</sup>

Ähnlich verhält es sich nun bei SHARKNADO. Auf syntaktischer Ebene ist der Film im Rahmen des Katastrophen-Genres durchaus konventionell und korrekt gestaltet: Eine Katastrophe erschüttert eine Gemeinschaft und in der Handlung begleitet man eine zusammengewürfelte Gruppe von Leuten durch die Katastrophe und findet heraus, wer überlebt und wie der Raum, in welchem die Gemeinschaft agiert, nach der Katastrophe zurückbleibt – um die Handlung knapp zusammenzufassen.<sup>33</sup> So begleitet man auch in SHARKNADO eine Gruppe von Leuten – einen surfenden Barbesitzer mittleren Alters mit seiner entfremdeten Familie, seine junge Kellnerin, einen heruntergekommenen Stammgast – durch eine Katastrophe und verfolgt, wie diese versuchen, zu überleben und gleichzeitig die Gemeinschaft zu retten. Syntaktisch ist der Verlauf des Films korrekt. Jedoch sind offensichtlich einige lexikalische Elemente unsinnig, allen voran der Sharknado, der als Portmanteau nicht nur auf die unsinnige Kombination von zwei sinnvollen lexikalischen Elementen, sondern auch zwei unterschiedliche Genres, *creature feature* und Katastrophenfilm, verweist.

## Das Gerüst des Unsinn – Vom Blockbuster JAWS zum Mockbuster SHARKNADO

In der Filmgeschichtsschreibung gilt JAWS (1975) von Steven Spielberg traditionell als die Geburtsstunde des modernen Blockbusters und als Grundstein für das Genre-Kino.<sup>34</sup> Die Geschichte, in der der beschauliche Ort Amity von einem weissen Hai terrorisiert und in einem abenteuerlichen Kampf von einer geballten Ladung Testosteron, bestehend aus einem konservativen Polizisten, einem bärbeissigen Kriegsveteranen und einem liberalen Wissenschaftler, erlegt wird, ist genauso bekannt wie die ikonische Rückenflosse und John Williams' Titellied des Films. Tatsächlich gehört JAWS jedoch zu den Filmen des ‚New Hollywood‘, welches eine Phase markiert, in der auf eine veraltete, nicht länger erfolgreiche Filmindustrie reagiert wurde: Nachdem die Stars und Regisseure der klassischen Studio-Ära ihre Karriere beendet hatten, beschäftigte man sich zunehmend in Low Budget Filmen mit gesellschaftskritischen Themen der Protestkultur.<sup>35</sup>

Nichtsdestotrotz war JAWS der erste Film, der in den Vereinigten Staaten mehr als 100 Millionen Dollar einspielte und er galt bis George Lucas' STAR WARS (1977) als erfolgreichster Film aller Zeiten.<sup>36</sup> Es war auch das erste Mal, dass ein Filmstudio einen sogenannten *wide release*, das damals unübliche Verteilen von mehreren hundert Kopien des Films in Kombination mit gross angelegten Werbeaktionen und Merchandising, startete.<sup>37</sup> Es überrascht daher wenig, dass sich JAWS bis heute seinen ikonischen Glamour bewahren konnte. Neben den drei Fortsetzungen des JAWS-Franchise<sup>38</sup>

<sup>31</sup> *slathy*: salopp, schlampig; Gardner 2015, S. 179.

<sup>32</sup> Carroll in Gardner 2015, S. 253.

<sup>33</sup> Vgl. Piper 2012, S. 102–105.

<sup>34</sup> Nemitz bezeichnet Genre-Kino als High Concept-Kino (2015, S. 76).

<sup>35</sup> Vgl. Lázár 2015, S. 76–77.

<sup>36</sup> Vgl. ebd., S. 76.

<sup>37</sup> Vgl. ebd.

<sup>38</sup> JAWS 2 (1978), JAWS 3-D (1983) und JAWS: THE REVENGE (1987).



konnte man auch den Einfluss des Films auf nachfolgende *creature features* wie TENTACLES (1977), ORCA (1977), BARACUDA (1978) und PIRANHA (1978) erkennen. Als das Thema genug ausgeschöpft schien, wurde es still um die aquatischen Monster und erst um die Jahrtausendwende kehrten die bedrohlichen Rückenflossen in Filmen wie MEGA SHARK VS. GIANT OCTOPUS (2009, The Asylum), SANDSHARKS (2011) und 2-HEADED SHARK ATTACK (2012, ebenfalls von The Asylum) zurück. Bei dieser neuen Welle von *creature features* sind die Haie aber nicht einfach nur gefährliche Tiere, die nach ihrem Instinkt jagen und fressen; sie sind evolutionsbiologisch mutiert, noch grösser, noch intelligenter und haben teilweise eine persönliche Agenda – der *great white* von Spielberg muss sich scheinbar mehr ins Zeug legen, um auch heute noch bedrohlich zu sein.<sup>39</sup> Viel eher kann man gerade bei den Produktionen von The Asylum, SHARKNADO allen voran, eine zunehmende Parodisierung dieses archetypischen Blockbusters erkennen.

Parodien, zu denen die Mockbuster auch gezählt werden, können zweifach gelesen werden. Etymologisch verweist der griechische Begriff *παρωδία* (*parōdía*) auf das Burleske und einen Gegen-Kanon<sup>40</sup>; damit hat die Parodie die allgemein gebräuchliche Funktion, andere Texte durch Imitation lächerlich zu machen und zu kontrastieren. Linda Hutcheon hingegen wendet ein, dass *para* auch ‚neben‘ bedeutet und daher ebenso die Übereinstimmung und den Einklang mit dem Ursprungstext betont.<sup>41</sup> Bei einer Parodie gehe es folglich viel eher um das Oszillieren zwischen der Nähe und der Distanz zum wiederaufgegriffenen Text. In diesem Oszillieren wird vor allem die Konstruiertheit des Textes offengelegt und aus diesem Grund wird Parodie als Vehikel zur Kritik ästhetischer und manchmal sozialer Normen anerkannt.<sup>42</sup> Diese Theorie zu Parodien ist auch nicht weit entfernt von Isaacs Ausführungen zur *genericity* und zum Genre-Film: Das Genre wird in seiner Performativität reproduziert, aber kommentiert mit seinen genrespezifischen Charakteristiken gleichzeitig den Ursprungstext.

Es macht daher durchaus Sinn, dass Genre-Filme und besonders ikonische Einzelfilme öfter parodiert werden. Harries und Hutcheon führen die zunehmende Parodisierung des literarischen und filmischen Kanons seit den 1960er Jahren auf eine ironische Übersättigung der Gesellschaft zurück.<sup>43</sup> Jedoch würde ich anfügen, dass auch die gesteigerte Medienkompetenz eine bedeutende Rolle spielt. Harries betont, dass Parodie eine Transgression, ein Missachten und Spielen mit den Regeln des Ursprungstextes ist; die vorgeschriebenen Grenzen werden nur gerade genug überschritten, um die Transgression bemerkbar zu machen.<sup>44</sup> Man kann jedoch nur mit Regeln spielen und die Transgressionen erkennen und schätzen, wenn man die Regeln kennt.<sup>45</sup> Und die *genericity* der Genre-Filme bzw. die stilistische Ikonizität eines Blockbusters wie JAWS ist somit das Arbeitsmaterial, mit dem Parodien bzw. Mockbuster wie SHARKNADO spielen.

Hier ist nun der Punkt, wo man auch den Ursprung des Unsinn in SHARKNADO verorten kann. Dessen Gerüst setzt sich aus der *genericity* und der Ikonizität von JAWS zusammen. Eine Parodie imitiert dieses Gerüst, jedoch mit Abweichungen, die gerade gross genug sind, um die Differenz sichtbar zu machen, aber nicht zu gross, als dass man die Ähnlichkeit nicht mehr erkennen könnte. Das Vergnügen, das man als RezipientIn einer Parodie empfindet, stammt dann vom oszillierenden Doppelbild von generischem und parodischem Gerüst, welches durch die eigene Medienkompetenz

<sup>39</sup> Vgl. Lázár 2015, S. 250.

<sup>40</sup> Vgl. Harries 2000, S. 5.

<sup>41</sup> Vgl. Hutcheon 1985, S. 32 in Harries 2000, S. 5.

<sup>42</sup> Vgl. Harries 2000, S. 6.

<sup>43</sup> Vgl. ebd., S. 3–5.

<sup>44</sup> Vgl. ebd., S. 128.

<sup>45</sup> Vgl. ebd., S. 127.

sichtbar wird. Es ist ein mitunter selbstgefälliges Vergnügen, das aus dem Wissen um die eigene Medienkompetenz stammt. Obwohl Parodie und Unsinn sich insofern ähneln mögen, als sie beide die Konstruiertheit von Texten und Konzepten sichtbar machen, unterscheidet sich der Unsinn dennoch von der Parodie. Denn beim Unsinn liegt der Fokus nicht primär auf den sichtbar gemachten Gerüsten, sondern auf der sichtbar werdenden Medienkompetenz selbst. Das heisst, dass filmischer Unsinn nicht nur die generische Filmsprache, sondern auch Produktion, Repräsentation und Publikum sichtbar macht und darüber hinaus das ‚Sichtbarsein‘ selbst durch eine ästhetische Überspitzung thematisiert.

## Sinn und Unsinn der Katastrophe

Eine kleine Synopsis soll nun genügen, bevor SHARKNADO als Beispiel filmischen Unsinn genauer unter die Lupe genommen wird. Finley ‚The Fin‘ Shepard, ehemaliger Surfcampion, besitzt eine Bar auf dem berühmten Pier von Santa Monica. Er surft gerade, als das erste Mal überraschend Haie ihn und seinen australischen Freund Baz und anschliessend weitere Strandbesucher direkt am Strand attackieren. Als wenig später der eigentliche Sharknado Santa Monica erreicht (vgl. Abb. 2–3), machen sich Fin, seine Angestellte Nova, Freund Baz und Stammgast George auf, um Fins Familie in Sicherheit zu bringen. Nachdem die Haie kurzen Prozess mit George und (bequemerweise) dem aktuellen Liebhaber der entfremdeten Ehefrau April gemacht haben, bereitet die nun wiedervereinigte Familie zusammen mit den verbliebenen Überlebenden der Gruppe eine pseudowissenschaftliche Waffe vor, mit der die Sharknados neutralisiert werden sollen. Die Krise wird abgewendet, als Fin im Gestus des heldenhaften Märtyrers den Wagen mit der Waffe in den letzten Sharknado lenkt und sich nur in letzter Sekunde selbst rettet.



Abb. 2–3: Sharknado über Los Angeles

Edmund Strachey schreibt, dass Unsinn eine amüsante und erfreuliche Methode sei, um Unordnung in die Ordnung zu bringen.<sup>46</sup> Obgleich ein Sturm aus hungrigen, blutrünstigen Haien durchaus nicht als erfreulich bezeichnet werden kann – zumindest nicht für die ProtagonistInnen –, tut eine Katastrophe genau das: alles auf den Kopf stellen, was auch Carroll mithilfe der Spiegelwelt in *Through the Looking-Glass* (1871) veranschaulicht. Man kann hier Sinn und Ordnung bzw. Unsinn und Unordnung als verwandte Konzepte denken, da sie ähnlich relational sind. Während im literarischen, linguistischen Unsinn von Carroll hauptsächlich mit der Stabilität von Bedeutungszuschrei-

<sup>46</sup> Vgl. Strachey 1888, S. 35 zitiert in Tigges 1988, S. 8.

bungen gespielt wird, geschieht etwas Vergleichbares in Katastrophenfilmen. Charles Fritz definiert eine Katastrophe als

an event concentrated in time and space, in which a society, or a relatively self-sufficient sub-division of society undergoes severe danger and incurs such losses to its members and physical appurtenances that the social structure is disrupted and the fulfillment of all or some of the essential functions of society are prevented.<sup>47</sup>

Stabile Kategorien und gesellschaftliche Zuschreibungen werden in einer Katastrophe aufgelöst und es entsteht für eine Weile eine neue ‚Ordnung‘, neue (Un-)Sinnstrukturen, in welchen die ProtagonistInnen operieren müssen. Dabei wird stets auf die Wiederherstellung der ursprünglichen Ordnung, also der konventionellen Normalität, hingearbeitet. Tigges konstatiert, dass Unsinn ein Spiel oder auch eine Spannung zwischen Ordnung und Unordnung sei.<sup>48</sup> Dramaturgisch wird dieses Ringen um Deutungshoheit bzw. Ordnung und das sich an den Rändern von Chaos und Ordnung Entlangtasten auch in den Katastrophenfilmen umgesetzt; so etabliert sich in Katastrophenfilmen oft ein Rhythmus aus spektakulären Ereignissen und ruhigen Erholungsphasen, um schliesslich in einem grossen Showdown zu enden. Gleichzeitig werden Katastrophen von Oppositionen geformt, wie zum Beispiel Natur gegen Zivilisation.

Dabei erfahren die ProtagonistInnen meist erst im Angesicht der Katastrophe, was tatsächlich auf dem Spiel steht, und so thematisieren Katastrophenfilme oft aktuelle gesellschaftliche Probleme.<sup>49</sup> Hier zeigt sich eine weitere Parallele zum Unsinn, wenn man an die eingangs erwähnte Konnextgebundenheit des Unsinnns denkt. Zeitgenössische Katastrophenfilme wie *THE DAY AFTER TOMORROW* (2004), *2012* (2009) und *THE WAVE* (2015) beschäftigen sich beispielsweise mit den Auswirkungen der globalen Erwärmung und der allgemeinen Belastung der Umwelt durch die Menschheit. *SHARKNADO* versucht sich in dieselbe Tradition einzureihen, da in der Diegese sowohl die vermehrten Stürme als auch die sich den Küsten nähernden Haie auf die Erderwärmung und die Überfischung der Meere zurückgeführt werden. Darüber hinaus werden jedoch auch stets soziale Strukturen thematisiert, welche in Gefahr sind. Ein wiederkehrendes Motiv ist hier ebenso die bedrohte Ehe, bzw. Kernfamilie, was ebenfalls in *SHARKNADO* aufgegriffen wird.

Wo die Katastrophe zunächst den Anschein erweckt, stabile Strukturen auf eine subversive Art zu unterwandern und sie bis zu einem gewissen Grad zu zerstören, macht sie dabei aber gerade auf die ursprünglichen Strukturen aufmerksam. Im Foucaultschen Sinne spricht Menninghaus vom Unsinn als einem Netz von Widerstandspunkten, welche sich in einem „Machtnetz“<sup>50</sup> zeigen, letzten Endes aber doch wieder im Machtnetz integriert werden. Sinn und Unsinn sind relational voneinander abhängig und Unsinn kann daher *de facto* den Sinn nie komplett ausser Kraft setzen. Sinn hat laut Menninghaus jedoch die Tendenz dazu, sich selbst als absolut zu präsentieren; er folgert, dass „diese Asymmetrie einer scheinbar symmetrischen Polarität [...] den Unsinn nicht allein als Parasiten des Sinns, sondern zugleich als Phänomen [erweist], das in eminenten Weise die *gesamte* Sinn-Unsinn-Differenz artikuliert.“<sup>51</sup> Anders ausgedrückt verweist Sinn in seinem absolutistischen Gestus stets auf sich selbst, während Unsinn viel eher den übergreifenden Komplex, in dem Sinn und Unsinn eingebettet sind, verhandelt und offenlegt.

<sup>47</sup> Fritz 1961 zitiert in Piper 2012, S. 61.

<sup>48</sup> Vgl. Tigges 1988, S. 13.

<sup>49</sup> Vgl. Piper 2012, S. 102, 104.

<sup>50</sup> Vgl. Foucault 1977, S. 116–117 zitiert in Menninghaus 1995, S. 9–10.

<sup>51</sup> Menninghaus 1995, S. 11.

Folglich ist die Katastrophe durch ihre dem Sinn/Unsinn-Komplex ähnliche Relationalität zur Ordnung ein vergleichbares Vehikel, um das übergreifende System, in welchem sich diese Aushandlungen zugetragen, zu untersuchen. Dabei findet die diegetische Verhandlung von Ordnung und Chaos, Sinn und Unsinn nicht nur auf der Ebene des Plots, sondern auch auf der extradiegetischen, (produktions)ästhetischen Ebene statt.

## „Are those sharks?“<sup>52</sup> – Trashiges CGI-Spektakel als Repräsentationsmarker

Eine Analyse der durch Unsinn thematisierten Medienkompetenz muss bei SHARKNADO mit dem Sharknado beginnen. Diese CGI<sup>53</sup>-Monstrosität ist die eigentliche unsinnige Katastrophe, welche die vier Aspekte der Medienkompetenz in den Vordergrund rückt. Dass laut Bianca Piper die Authentizität der Katastrophe für die Glaubwürdigkeit oberste Priorität hat, scheint The Asylum nicht gekümmert zu haben.<sup>54</sup> Die Kombination aus Haien und dem Hurrikan David will nicht glaubhaft sein und das sieht man auf den ersten Blick an der – im Vergleich zu heutigen CGI-Standards – miserablen Qualität der Spezialeffekte (vgl. Abb. 4–5). Wenn es also darum geht, den Realismus von SHARKNADO zu beurteilen, werden auch FilmnovizInnen keine Schwierigkeiten haben, diese Ungeheuer als Konstruktion zu lesen.



Abb. 4 – 5: Fin beim Showdown gegen die monströsen CGI-Haie

Dabei war die ursprüngliche Idee hinter CGI eine andere: CGI wurde laut Greg Singh dafür eingesetzt, um in Genres wie Science Fiction oder Fantasy Realismus zu simulieren und das Unmögliche und nicht Darstellbare im Filmbild sichtbar zu machen.<sup>55</sup> Singh beschreibt dies als die simulierende Tendenz eines CGI-Bilds. Darüber hinaus hat Hollywood beim Einsatz von CGI erstmals die totale Kontrolle über das Filmbild. Anders als zum Beispiel der berühmt-berüchtigte mechanische Hai Bruce aus JAWS, der durch Fehlfunktionen oder kompletten Ausfall den Dreh gefährdete<sup>56</sup>, ist das digital generierte Bild berechenbar. Singh hebt hervor, dass bisweilen ein Bild angestrebt werde, das sogar noch perfekter sei als die Realität selbst – ein hyperreales Bild.<sup>57</sup> Dieses spektakuläre CGI-Bild

<sup>52</sup> SHARKNADO 2013, 00:49:39.

<sup>53</sup> CGI steht für *Computer Generated Imagery*.

<sup>54</sup> Piper 2012, S. 102.

<sup>55</sup> Vgl. Singh 2007, S. 543–544.

<sup>56</sup> Vgl. Blake 1975, S. 66–70.

<sup>57</sup> Vgl. Romney 1997, S. 26 in Singh 2007, S. 545.

werde auch als Visitenkarte der Hollywood-Studios genutzt. Eine Technik, die so teuer und aufwendig ist, *soll* man sehen.<sup>58</sup> Letzten Endes verweist ein ostentativ spektakuläres Bild also wieder auf die Rolle ökonomischer Interessen der Filmstudios. Solche Bilder, welche plastischer erscheinen als reale, physische Materie, stellen aber auch die Beschaffenheit der übrigen filmischen, diegetischen Realität in Frage.<sup>59</sup>

Dass die CGI-Haie so blutrünstig und monströs dargestellt werden, schärft wiederum den Blick auf die Grenzen des Realismus. „Monster“ kommt vom lateinischen *monstrare*, das so viel wie „zeigen, auf etwas verweisen, warnen“ bedeutet. Jeffrey Cohen hat sieben Thesen zur Monster-Kultur aufgestellt; seine dritte These besagt, dass Monster die Vorboten von Kategorie-Krisen seien, und führt aus:

The horizon where the monsters dwell might well be imagined as the visible edge of the hermeneutic circle itself: the monstrous offers an escape from its hermetic path, an invitation to explore new spirals, new and interconnected methods of perceiving the world. In the face of the monster, scientific inquiry and its ordered rationality crumble.<sup>60</sup>

Cohen postuliert auch, dass das Monster die Grenzen des Möglichen patrouilliere. Man kann schlussfolgern, dass da, wo Monster auftauchen, sich etablierte Kategorien wie zum Beispiel Leben und Tod auflösen. Monster machen Grenzen sichtbar, sie testen und unterwandern sie. Und wie SHARKNADO zeigt, machen sie auch nicht vor dem Sinn halt.

Solche schlecht animierten Monster-Haie stellen somit eine dekonstruktive Kraft dar, welche zwar die Filmillusion stören, aber damit gleichzeitig einen prüfenden, reflektierenden Lesemodus evozieren und die Grenze zwischen diegetischer und extradiegetischer Realität hervorheben. Singh argumentiert, dass eben diese spielerische Aushandlung von natürlichen und computergenerierten Bildern Teil des Lustgefühls bei der Rezeption sei.<sup>61</sup> Und auch hier verweist dieses Spiel, das auf der Medienkompetenz der Zuschauenden basiert, auf die Medienkompetenz selbst, die Repräsentation und auch auf die Produktion. Der Unsinn findet auf dieser Grenze statt, an welcher man sich als ZuschauerIn entlangtastet.

## *The Fin* – Spiel mit der Filmsprache

Das Spiel mit der Sprache ist die häufigste Zugangsweise zum Unsinn und lässt sich auch problemlos auf die Filmsprache übertragen. Wie zuvor ausgeführt, ist die Filmsprache durch die *genericity* einerseits und die Ikonizität bestimmter Einzelfilme – in diesem Fall JAWS – die Grundlage für den Unsinn. Das wohl ikonischste lexikalische Element von JAWS ist die Rückenflosse, welche durch die Wasseroberfläche schneidet und unweigerlich in rot schäumenden Wellen endet. In populären Repräsentationen des Hais reicht die Rückflosse, um metonymisch auf dessen Präsenz, den bevorstehenden Angriff und damit auf das eigentliche Spektakel von *creature features* mit Haien zu verweisen.

<sup>58</sup> Vgl. Singh 2007, S. 547.

<sup>59</sup> Vgl. ebd., S. 546.

<sup>60</sup> Cohen 1996, S. 6.

<sup>61</sup> Vgl. Singh 2007, S. 547.



In SHARKNADO wird die Rückenflosse, englisch *fin*, in parodistischer Manier nicht nur übertrieben häufig, sondern auch sehr paradox eingesetzt. Der Film beginnt schon mit der Haifischflosse auf hoher See vor der mexikanischen Küste auf einem Fischkutter. Ein zwielichtiger Kapitän verkauft einem ebenfalls zwielichtigen Händler seine Ladung Haifischflossen bevor sie beide vom Sharknado, der später die kalifornische Küste erreicht, eingeholt und gefressen werden. Durch diesen Anfang wird der Eindruck vermittelt, dass der Sharknado nicht nur die Konsequenz der illegalen Überfischung, sondern auch ein persönlich motivierter Racheakt jener Haie ist, denen man die Flossen raubt. Doch kaum wechselt die Szenerie nach Santa Monica, erhält die Rückenflosse eine neue Bedeutung. Finley ‚the Fin‘ Shepard, der einstige Surfchampion durchschneidet die Wellen, wie es die Haie tun, und ist auch Besitzer der Bar namens ‚Fin‘. Er wird auf diese Weise mit den Haien verglichen, jedoch stösst dieser Vergleich auf den Kontrast seines Nachnamens, welcher an das englische Wort *shepherd* (Schafhirte) angelehnt ist. Der Hirte ist im christlichen Kanon eine Figur des Schutzes, der Führung und Ordnung. Vollkommen unvereinbar und unsinnig ist diese Verknüpfung aus räuberischem Hai, der noch dazu häufig Surfer angreift, und der schützenden Christuspersonifizierung und schafft somit eine Deutungskrise. Die eigentliche Referenzfunktion wird durch die Übernutzung und die Inkompatibilität der Signifikate aufgehoben – es bleibt ein leeres Zeichen zurück.

Als die Rückenflosse dann schliesslich traditionell genreperformierend in der Angriffsszene sichtbar wird, wird die Kameraperspektive zum Signifikat. Während eine Surferin von den Haien gejagt wird, wechselt die Perspektive von der einer losgelösten Beobachterinstanz zu einer, die dem Hai zwar sehr nahe ist, aber nicht mit dieser zusammenfällt, wie das in JAWS der Fall ist. Wenn sich in JAWS die Kamera von unten dem an der Meeresoberfläche treibenden Alex Kintner nähert (vgl. Abb. 6), wird die räuberische Perspektive der Kamera zum Signifikanten des Hais. In SHARKNADO wird das Bild jedoch von einer unverhältnismässig grossen Rückenflosse dominiert, welche auf die panisch zurückblickende Surferin zusteuert (siehe Abb. 7).



Abb. 6: Räuberische Kameraperspektive in JAWS



Abb. 7: Die unmögliche Kameraperspektive der Rückenflosse in SHARKNADO

Die Perspektive der Kamera verweist hier auf kein Signifikat, denn es kann weder die Perspektive der diegetischen Menschen noch die des Hais sein, denn bei letzterem wäre die Rückflosse für den Hai nicht sichtbar. Und doch blickt die Surferin direkt auf etwas, das sie verfolgt: Es bleibt nur die Kamera. Hier verweist die Rückenflosse also nicht länger auf den Hai, sondern auf die Ikonizität der räuberischen Kameraperspektive. Der Signifikant „räuberische Kameraperspektive“ wird zum Signifikat der Rückenflosse.

Der Unsinn im filmsprachlichen Umgang mit der Rückenflosse des Hais in SHARKNADO lässt sich also folgendermassen aufschlüsseln: Im parodistischen Überschuss der Rückenflossen werden in-

kompatible Signifikate unter diesen zusammengefasst und die Rückenflosse bleibt als unsinniger Signifikant zurück. Im unsinnigen Spiel mit den Signifikaten der Rückenflosse wird dann in der beschriebenen Szene ein lexikalisches Element der Filmsprache (die Perspektive) zum Signifikat der Rückenflosse und auf diese Weise verweist sie in dekonstruktivistischer Manier auf die Sprache selbst und somit auf einen weiteren Aspekt der Medienkompetenz.

## „My mum always told me that Hollywood would kill me“<sup>62</sup> – SHARKNADO & / vs. Hollywood

Obwohl sich nun der Aspekt der Produktion schon bei der Analyse der unsinnigen Thematisierung von Repräsentation und Sprache bemerkbar gemacht hat, verdient SHARKNADO diesbezüglich eine eingehendere Diskussion. Denn es gibt eine lange filmische Tradition, in welcher Los Angeles und damit auch Hollywood von Katastrophen heimgesucht wird, zum Beispiel EARTHQUAKE (1974), VOLCANO (1997) und 2012 (2009). Der Umstand, dass Hollywood als Filmmekka von einer der vielen Katastrophen, welche den Studios seit Jahrzehnten als Erfolgsmodell dienen, zerstört wird, mag auf den ersten Blick paradox erscheinen. In Anbetracht der Tatsache, dass es sich bei SHARKNADO um einen Mockbuster handelt, könnte man schlussfolgern, dass der Film Hollywoods Blockbuster-Katastrophenfilm-Erfolgsrezept kritisiert und diese Strategie als Ende der Filmstudios darstellt. In einer selbstironischen Geste würde der Mockbuster auf sich selbst verweisen und die Frage in den Raum stellen, ab wann die Grenze überschritten sei. Ist also der Sharknado ein Zeichen dafür, dass Hollywood wieder in eine neue Krise geraten ist, die nun auch der Blockbuster, die einstige Rettung, nicht mehr lösen kann?

SHARKNADO thematisiert diese Aushandlung über die Grenzen des Katastrophenfilms in Hollywood sehr deutlich. So sind in einer Sequenz Fin, Baz, Nova und Fins soeben aus dem überfluteten und von Haien wimmelnden Haus gerettete Frau und Tochter im Auto unterwegs, um noch den Sohn abzuholen. Nova holt neue Munition für ihr Gewehr aus dem Handschuhfach und fragt Fin, ob er immer mit so viel Munition unterwegs sei. Er antwortet darauf mit dem lateinischen Motto „*Semper Paratus*“<sup>63</sup> (Immer bereit), was sicher nicht zufällig auch das Motto der *United States Coast Guard* ist. Damit positioniert sich Fin nicht nur als Überlebenskämpfer gegen den Sharknado, sondern auch als Vertreter einer Institution, welche neben maritimen Rettungen auch maritime Grenzkontrolle zu ihrem Verantwortungsbereich zählt.<sup>64</sup> Gerade die Rolle des Grenzwächters ist hier von besonderem Interesse, wenn man an die früheren Ausführungen zum monströsen Hai als Grenzgänger denkt. Und tatsächlich werden im Dialog dieser Szene zwischen Fin und Baz durch metareflexive Überlegungen Grenzen der vierten Wand patrouilliert:

*Fin:* I always thought that an earth quake would be the end of Los Angeles.

*Baz:* Or a meteor shower. Zombies even.

*Fin:* Yeah! (lacht)

*Baz:* Black plague. Aliens. But sharks? Come on!<sup>65</sup>

<sup>62</sup> SHARKNADO 2013, 00:49:04–00:049:07.

<sup>63</sup> Ebd., 00:38:40–00:38:50.

<sup>64</sup> <https://www.uscg.mil/top/missions/> (Zugriff 30.11.2016).

<sup>65</sup> SHARKNADO 2013, 00:39:38–00:39:47.

In diesem Gespräch wird nicht nur die Aufmerksamkeit auf die Absurdität des Sharknados gelenkt, sondern auch auf das Katastrophenfilm-Spektrum verwiesen, welches Hollywood in petto hat. Obwohl Baz seine Aufzählungen als Witz präsentiert, werden die ZuschauerInnen daran erinnert, dass es an Stelle eines Sharknados genauso gut eine Zombie-Apokalypse hätte sein können, die ihnen präsentiert wird. Fin und Baz stellen hier die Entscheidung der Produzenten in Frage, akzeptieren sie aber einfach – ein Bewältigungsmechanismus, den man auch von Alice kennt, die das Wunderland zwar sehr sonderbar findet, es aber irgendwann hinnimmt.

Noch offensichtlicher wird die unsinnige Repräsentation Hollywoods in einem visuellen Wortspiel. Nachdem Fin sehr heldenhaft einen ganzen Schulbus voller Kinder und den Busfahrer vor dem steigenden Wasser und den Haien gerettet hat – er macht seinem Nachnamen wirklich alle Ehre – wird die kurze Erholungsphase sogleich von einer neuen Gefahr unterbrochen. Ein starker Wind kommt auf und die ikonischen Hollywood-Buchstaben vom Mount Lee werden fortgerissen und auf die ProtagonistInnen zugeweht. Um Haaresbreite können sie sich durch Ausweichmanöver vor der Bedrohung retten. Der Busfahrer, der mit seinen Nerven schon sichtlich am Ende ist, bricht in hysterisches Lachen aus und schafft es gerade noch „My mum always told me that Hollywood would kill me“<sup>66</sup> zu sagen, bevor er von einem der Hollywoodbuchstaben erschlagen wird (siehe Abb. 8–10).



Abb. 8-10: Hollywood tötet den Busfahrer

Die Aussage, die eigentlich auf Hollywoods Ruf, TräumerInnen zu korrumpieren, anspielt, wird hier in einem visuellen Wortspiel wörtlich genommen, und so tötet Hollywood den Busfahrer tatsächlich. Überdeutlich wird hier wiederum auf die Rolle des Filmstudios verwiesen, welches entscheidet, wer in der Diegese lebt und wer stirbt.

In diesen beiden Beispielen tritt der Produzent des Films sehr selbstbewusst und eigenwillig in den Vordergrund. Es ist ein Produzent, der sich durchaus bewusst ist, wie unsinnig die Handlung ist. Genauso wie die schlechten Spezialeffekte auf sich aufmerksam machen wollen, so sollen auch diese Grenzwanderungen zwischen unsinniger Diegese und Metareflexion auf den Produzenten hinweisen. Das wird auch in einem Interview mit Thomas Vitale, Syfys Vizepräsident für das Programm, verdeutlicht: „It took a long time, and it was a lot of work from marketing and our press people [...] to get people to understand that *we* know that *you* know that *we* know, that we want you to know that we know what we’re doing.“<sup>67</sup> Man kann also eigentlich nicht von einer neuen Krise Hollywoods reden. Der Sharknado zerstört vielleicht Hollywood, aber er tut dies im Auftrag von Hollywood. Der Unsinn ist hier also vielmehr ein Statement für die ungebrochene Macht des Produzenten.

<sup>66</sup> Ebd., 00:49:04–00:049:07.

<sup>67</sup> Rothman 2013.

## Der Blick auf das Spektakel

Bei all den blutigen Spektakeln, welche *creature features* bieten, wird auch die Repräsentation des rezipierenden Publikums im unsinnigen Paradigma der thematisierten Medienkompetenz in den Fokus gerückt. Bruce Isaacs beschreibt solche spektakulären Bilder als Bild-Objekte, als *image-in-itself*, da sie nicht länger nur eine Abbildung von etwas seien, sondern sich als ein exhibitionistisches Objekt materialisierten.<sup>68</sup> Und gerade bei Filmen, welche Horrorelemente beinhalten, wird das Spektakel zu einem selbstreflexivem Moment, wenn sogar die ProtagonistInnen in der Diegese im Bild eingefroren werden und sich wie das Kinopublikum für einen Moment der puren Schaulust hingeben.<sup>69</sup>

Dieser Moment des Pausierens und kontemplativen Wahrnehmens wird auch entsprechend in den Filmen inszeniert. In *JAWS* werden die spektakulären Szenen dosiert eingesetzt, was nicht zuletzt mit den technischen Schwierigkeiten des mechanischen Hais zu tun hatte, sich letzten Endes aber als Vorteil für jene Szenen, die den Hai zeigten, entpuppte. Ein besonders effektiv inszeniertes Spektakel in *JAWS* ist zum Beispiel die Strandsequenz, in welcher der Junge Alex vom Hai angegriffen wird: Chief Brody, welcher erfolglos versucht hat, den Strand zu schliessen, hält Wache und beobachtet die Strandbesucher im Wasser in banger Erwartung der Katastrophe. Als der Junge schliesslich tatsächlich vom Hai angegriffen wird und in einer blutigen Fontäne verschwindet, macht die Kamera einen *dolly-zoom*<sup>70</sup> auf Brody, der paralysiert das Spektakel betrachtet (vgl. Abb. 11). Diese Kamerabewegung simuliert den Schwindel, den Brody in seinem Entsetzen verspürt. Tatsächlich wird hier das Sehen der Katastrophe deutlicher in Szene gesetzt als das Spektakel selbst, welches sich weit entfernt abspielt und schwer erkennbar ist (vgl. Abb. 12). Auf diese Weise wird es den ZuschauerInnen des Films ermöglicht, sich mit dem ebenfalls auf die Katastrophe blickenden Protagonisten zu identifizieren.



Abb. 11: Brodys paralysierter Blick auf das Geschehen



Abb. 12: Blutiges Spektakel in der Ferne

In *SHARKNADO* wird dieses Einfrieren des Moments zugunsten des auf die Katastrophe blickenden Publikums proportional zu den sich aneinanderreihenden Spektakeln dupliziert. Es vergehen kaum fünf Minuten im Film, in denen nicht irgendjemand von einem Hai angegriffen wird oder sonst irgendwie gewaltsam zu Tode kommt. Und jedes einzelne Spektakel wird von einer Szene begleitet, in der die ProtagonistInnen oder andere Beistehenden während des Betrachtens des Spektakels in Szene gesetzt werden. Jedoch gibt es bei *SHARKNADO* den entscheidenden Unterschied, dass der Film viele Register zieht, um das Publikum auf die Gemachtheit des Films aufmerksam zu machen.

<sup>68</sup> Vgl. Isaacs 2013, S. 68.

<sup>69</sup> Vgl. ebd., S. 69.

<sup>70</sup> Bei dieser Kamerabewegung fährt die Kamera auf das gefilmte Objekt zu und zoomt gleichzeitig. Alfred Hitchcock hat diese Bewegung in seinem Film *VERTIGO* (1958) ikonisch eingesetzt, um den Schwindel des Protagonisten darzustellen.



Von einer Identifikation mit dem Blick der diegetischen ZuschauerInnen kann keine Rede sein. Als Fin zum Beispiel von einem heranfliegenden Hai verschlungen wird und sich dann in einer blutigen Aktion mit der Kettensäge aus dem Bauch des Hais befreit, wird die Szene durch wiederholtes Schneiden zu den tatenlos starrenden Familienmitgliedern in die Länge gezogen (vgl. Abb. 13–16).



Abb. 13–16: Überstilisierung von Spektakel und pausiertem Blick bei Fins Flucht aus dem Hai

Die Spektakel in SHARKNADO sind so unsinnig, so fragwürdig animiert und die übertriebene Mimik der gespielten Schockmomente, die wenige Momente später in emotionslose Gleichgültigkeit umschlagen, ist so irritierend, dass man selbst an das eigene Rezeptionsdispositiv erinnert wird, eine ironische Distanz zum Spektakel entwickelt und zu einer Reflektion des eigenen Rezeptionsmodus kommt.

Daniel Kulle hat in seiner Theorie zu Trash einen ähnlichen Prozess beschrieben, der auch bei SHARKNADO zum Tragen kommt. Er baut auf einer Analyse des Müllbegriffs auf, die eine Übertragung der Mülleigenschaften – Hybridität, Liminalität und Minderwertigkeit – auf die Charakteristiken des Trashfilms beobachtet, welche wiederum eine ironische Zugangsweise ermögliche; und diese Zugangsweise nähre sich an den Widersprüchen, Inkohärenzen und Absurditäten eines Films.<sup>71</sup> Die ironische Zugangsweise in SHARKNADO wird folglich ebenso von der vom Unsinn genährten Darstellung des Rezeptionsdispositivs bei einem Spektakel gefördert. Anstelle einer Identifikation wird durch den Unsinn eine Metareflexion evoziert.

## Filmischer Unsinn – ein Fazit

Eine Rekapitulation der bisherigen Untersuchung zeigt nun, wie sich die Argumentation an der hybriden Strukturierung von SHARKNADO entlangehandelt hat, um filmischen Unsinn zu beschreiben. Zuerst wurde beim Genre und der Genre-Performanz der *genericity* angesetzt, um von da aus die Bedeutung der Medienkompetenz hervorzuheben, welche einerseits im Kontext der Massenmedien von Genre-Filmen gebildet wurde, und andererseits auch von diesen gefordert wird. Die Medienkompetenz wurde als Grundlage für eine unsinnige Verarbeitung eines filmischen Textes

<sup>71</sup> Vgl. Kulle 2012, S. 10.



festgehalten. In einem weiteren Schritt wurden die parodistischen Umschreibungen von SHARKNADO untersucht und die Parodie wurde als Sprungbrett genutzt, um zur These zu gelangen, dass filmischer Unsinn nicht nur mit der Medienkompetenz spielerisch arbeitet, sondern diese thematisiert und somit eine ironische Distanz zum unsinnigen Text und der Medienkompetenz des Publikums schafft.

Vergleicht man nun den literarischen Unsinn und den filmischen dieser Untersuchung, so zeigen sich einige Gemeinsamkeiten, aber auch bedeutsame Unterschiede. Das Spiel mit Sprache und Zahlen lässt sich mühelos auf den Film und dessen Bilder übertragen. Im Genre-Film existiert eine ebenso formalisierte und konventionalisierte Sprache wie in der Literatur. Dass filmischer Unsinn im Vergleich zum literarischen erst spät zu einem weit verbreiteten Phänomen wurde, lässt sich auch darauf zurückführen, dass sich diese Formalisierung erst herausbilden musste. Die Annahme liegt auch nahe, dass postmoderne Tendenzen der Dekonstruktion einen fördernden Einfluss auf die Herausbildung unsinniger Texte haben. Es werden bei beiden Formen des Unsinn eine hohe Lese- bzw. Medienkompetenz und ein hoher Grad an Selbst- und Metareflexivität vorausgesetzt.

Da der Film jedoch ein Medium ist, das aufgrund seiner Produktionsbedingungen mehr von kommerziellen Faktoren der Filmindustrie abhängig ist, ergeben sich hier zusätzliche Faktoren, mit welchen der Unsinn spielen kann und die somit die Natur des filmischen Unsinn bestimmen. Während die Sprache im Zentrum von Untersuchungen literarischen Unsinn steht, rückt der Fokus beim filmischen Unsinn vermehrt auf die Produktion und die Repräsentation. Die Vermarktbarkeit bestimmter Formen und Inhalte ist hier also von besonderer Bedeutung für die unsinnige Weiterverarbeitung, was bei der Untersuchung eines Mockbusters besonders deutlich wird.

Eine weitere Erkenntnis – auch wenn sie nicht konkret thematisiert wurde – ist, dass weder der Film noch das Publikum anspruchslos ist. Obwohl diese Feststellung wirklich nicht mehr nötig sein sollte, zeigt eine Untersuchung des filmischen Unsinn in SHARKNADO, dass die Massenkultur nicht verdimmt, sondern im Gegenteil Kompetenzen schafft, welche zu hochkomplexen und intelligenten, metareflexiven Rezeptionsmodi führen kann. Ich würde sogar behaupten, dass das Publikum beim filmischen Unsinn im Gegensatz zum literarischen Unsinn eben durch die Thematisierung der industriellen Entstehungsbedingungen von Filmsprache und Repräsentation eine grössere Sensibilisierung für Fragen über die Entwicklung von (Film-)Sprache und der damit zusammenhängenden Ideologie erfährt.

Zugegeben – das theoretische Gerüst dieser Untersuchung ist ein monströses Konglomerat – doch wenn man nicht weissen Hasen ins Wunderland, sondern monströsen CGI-Haien in das Auge eines Sturms folgt, dann darf man wohl mit einer entsprechenden Konstruktion operieren. Wie schon zuvor angesprochen ist auch die Monstrosität selbst erkenntnisfördernd. Und wenn man sich den Unsinn in SHARKNADO detailliert anschaut, so erkennt man, dass die Komplexität mit dem zunehmenden Ineinandergreifen industrieller, ästhetischer und publikumsorientierten Interessen proportional zugenommen hat. Es werden immer mehr Grenzen gezogen, an denen sich der Unsinn entlangtastet. Nicht zuletzt zeigt die Monstrosität dieses Versuchs, filmischen Unsinn zu fassen, dass man auch beim Erforschen des Unsinn Grenzen abgehen muss, vielleicht an Grenzen stösst und irgendwann mit „Enough Said!“ abschliessen muss.

## Quellenverzeichnis

### Primärquellen

- Gardner, Martin (Hrsg.): *The Annotated Alice. 150th Anniversary Deluxe Edition*. New York/London: Norton 2015.
- Sharknado. USA 2013, Anthony C. Ferrante (Online: Netflix, 20.10.2016).
- Jaws. USA 1975, Steven Spielberg (Online: Netflix, 17.10.2016).

### Sekundärquellen

- Altman, Rick. *Film/Genre*. London: British Film Institute 1999.
- Bakhtin, M.M.: *The Problem of the Text in Linguistics, Philology and the Human Sciences. An Experiment in Philosophical Analysis*. In: M. M. Bakhtin: *Speech Genres and Other Late Essays*. Austin: University of Texas Press 1986.
- Blake, Edith: *On Location...On Martha's Vineyard. The Making of the Movie 'Jaws'*. Vineyard Haven, Mass.: Bunch of Grapes Press 1975.
- Buckingham, W. *Media Education. Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge: Polity Press 2003.
- CiNENET Deutschland: *Sharknado | Making Of* (21.09.2015). In: Youtube.com, <<https://www.youtube.com/watch?v=HJXDRPP9EJ4>> (Zugriff: 25.11.2016).
- Cohen, Jeffrey Jerome: *Monster Culture (Seven Theses)*. In: Ders. (Hg.): *Monster Theory*. Minneapolis, London: University of Minnesota Press 1996, S. 3–25.
- Collins, Jim: *Genericity in the Nineties. Eclectic Irony and the New Sincerity*. In: Collins, Jim, Hillary Radner und Ava Preacher Collins (Hg.): *Film Theory Goes to the Movies*. New York: Routledge 1993, S. 243–263.
- Fritz, Charles E.: *Disasters*. In: Robert K. Merton und Robert Nisbet (Hg.): *Contemporary Social Problems*. New York: Harcourt, Brace, and World 1961, S. 651–694.
- Foucault, Michel: *Sexualität und Wahrheit. Erster Band. Der Wille zum Wissen*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1977.
- Harries, Dan: *Film Parody*. London: British Film Institute 2000.
- Hunter, I. Q. und Heidi Kaye: *Introduction – Trash Aesthetics. Popular Culture and its Audience*. In: Deborah Cartnell, I.Q. Hunter, Heidi Kaye und Imelda Whelehan (Hg.): *Trash Aesthetics. Popular Culture and its Audience*. London / Chicago: Pluto Press 1997, S. 1–13.
- Hutcheon, Linda: *A Theory of Parody. The Teachings of Twentieth-Century Art Forms*. New York: Methuen 1985.
- Isaacs, Bruce: *Toward a New Film Aesthetic*. New York / London: Continuum 2008.
- Isaacs, Bruce: *The Orientation of Future Cinema. Technology, Aesthetics, Spectacle*. London / New York: Bloomsbury Academic 2013.
- Kulle, Daniel: *Ed Wood. Trash & Ironie*. Berlin: Bertz + Fischer 2012.
- Lázár, Csaba: *“You’ve still got a hell of a fish out there”*. *Das Erbe von JAWS*. In: Wieland Schwanebeck (Hg.): *DER WEISSE HAI revisited. Steven Spielbergs JAWS und die Geburt eines amerikanischen Alptrahms*. Berlin: Bertz + Fischer 2015, S. 249–259.
- McCarthy, John (Hg.): *The Sleaze Merchants. Adventures in Exploitation Filmmaking*. New York: St. Martin's Press 1995.
- Menninghaus, Winfried: *Lob des Unsinnns*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1995.

- Neale, Stephen: Genre. London: British Film Institute 1980.
- Nemitz, Heiko: „Crisis? What Crisis?“ JAWS zwischen New Hollywood und Blockbuster. In: Wieland Schwanebeck (Hg.): DER WEISSE HAI revisited. Steven Spielbergs JAWS und die Geburt eines amerikanischen Albtraums. Berlin: Bertz + Fischer 2015, S. 76–88.
- Piper, Bianca: Kulturanalyse des Katastrophenfilms. Hamburg: Dr. Kovac 2012.
- Romney, Jonathan: Million Dollar Graffiti: Notes from the Digital Domain. In: Short Orders. London: Serpent's Tail 1997.
- Rosenbaum, Judith E. "‘This is What it Must Look Like’: The Lord of the Rings Fandom and Media Literacy." In: Ernest Mathijs (Hg.): The Lord of the Rings. Popular Culture in Global Context. London & New York: Wallflower Press 2006, S. 189–205.
- Rothman, Lily: How Social Media Gave Sharknado Teeth (12.07.2013). In: Times Online, <<http://entertainment.time.com/2013/07/12/how-social-media-made-sharknado-happen/>> (Zugriff: 25.11.2016).
- Sewell, Elizabeth: The Field of Nonsense. London: Chatto and Windus 1952.
- Singh, Greg: CGI: A Future History of Assimilation in Mainstream Science Fiction Film. In: Extrapolation, 43/3 2007, S. 543–557.
- Strachey, Edmund: Nonsense as a Fine Art. In: The Quarterly Review 167 (1888), S. 335–365.
- Tigges, Wim: An Anatomy of Literary Nonsense. Amsterdam: Rodopi 1988.
- Watson, Paul: There's No Accounting for Taste. Exploitation Cinema and the Limits of Film Theory. In: Deborah Cartmell, I.Q. Hunter, Heidi Kaye und Imelda Whelehan (Hg.): Trash Aesthetics. Popular Culture and its Audience. London / Chicago: Pluto Press 1997, S. 66–83.

### Abbildungsverzeichnis

- Abb. 1: SHARKNADO Werbeposter. <http://www.thinkgeek.com/product/15d1/>. Abgerufen am 1.12.2016.
- Abb. 2–3: Sharknado über Los Angeles. Standfoto 04.12.2016. SHARKNADO 2013, 00:56:58, 01:21:03.
- Abb. 4–5: Fin beim Showdown gegen die monströsen CGI-Haie. Standfoto 04.12.2016. SHARKNADO 2013, 01:21:40, 01:21:41.
- Abb. 6: Räuberische Kameraperspektive in JAWS. <https://www.youtube.com/watch?v=OzewQ66gsSc>. Abgerufen am 04.12.2016.
- Abb. 7: Die unmögliche Kameraperspektive der Rückenflosse in SHARKNADO. Standfoto 04.12.2016. SHARKNADO 2013, 00:11:18.
- Abb. 8–10: Hollywood tötet den Busfahrer. Standfotos 04.12.2016. SHARKNADO 2013, 00:47:51, 00:48:42, 00:48:47.
- Abb. 11: Brodys paralysierter Blick auf das Geschehen. <http://lifebetweenframes.blogspot.ch/2015/07/40-years-of-panic-on-4th-of-july.html>. Abgerufen am 04.12.2016.
- Abb. 12: Blutiges Spektakel in der Ferne. <http://lifebetweenframes.blogspot.ch/2015/07/40-years-of-panic-on-4th-of-july.html>. Abgerufen am 04.12.2016.
- Abb. 13–16: Überstilisierung von Spektakel und pausiertem Blick bei Fins Flucht aus dem Hai. Standfotos 04.12.2016. SHARKNADO 2013, 01:22:24, 01:23:16, 01:23:36, 01:23:41.

## Zusammenfassung

Dass Los Angeles auf der Kinoleinwand regelmässig von Naturkatastrophen und extraterrestrischen Invasionen heimgesucht wird, gehört mittlerweile zum Standardrepertoire des Hollywoodkinos. Doch der *Sharknado*, ein Tornado voller blutrünstiger Haie, der 2013 im gleichnamigen Film auf den Strand Santa Monicas trifft, sorgte nicht nur im diegetischen Hollywood für Wirbel. Die Geschichte über den ehemaligen Surfcampion Fin, der zusammen mit Freunden und Familie durch die Katastrophe manövriert und diese durch seine heldenhafte Intervention abwenden kann, eroberte das Publikum nicht zuletzt auch dank einer geschickten *social media*-Werbestrategie im Sturm. Der Umstand, dass die Haie dilettantisch computeranimiert sind und die Handlung totaler Unsinn ist, tat dem Erfolg dabei nicht den geringsten Abbruch – im Gegenteil. *SHARKNADO* ist ein trashiger Hybrid aus Katastrophenfilm und *creature feature* und baut auf von Blockbustern wie *JAWS* (1975) geprägten Genrekonventionen auf; es ist gerade dieses Spiel mit den Konventionen des Hollywoodkinos, welches den Reiz dieses unsinnigen Spektakels ausmacht. Ist man in der Forschung lange davon ausgegangen, dass Unsinn ein primär literarisches Phänomen ist, wird in diesem Beitrag für die Öffnung des Felds auf das Medium Film plädiert. Denn wie in der Literatur wird auch in *SHARKNADO* auf eine höchst formalisierte Sprache zurückgegriffen und spielerisch an die Sprachkompetenz und das Wissen des Publikums appelliert.

Anders als bei der Sprache in der Literatur bildete sich genrespezifische Filmsprache des Hollywoodkinos aus den ökonomischen Interessen der Studios heraus, da Genres primär den Zweck hatten, Filme besser vermarktbar zu machen. So es ist es gerade der in Schund-Debatten angeprangerte industrielle Einfluss, der die Filmsprache genug formalisierte und popularisierte, um ein medienkompetentes Publikum zu schaffen, welches Vergnügen an solchem Unsinn haben kann. Darüber hinaus ist es ebenso die Nähe zur Industrie, welche das Wissen über die Produktion solcher Filme zu einem integralen Bestandteil der Medienkompetenz macht. Diese Analyse von *SHARKNADO* soll daher zeigen, dass Mechanismen der Popularisierung nicht nur die Grundvoraussetzungen für filmischen Unsinn schaffen, sondern auch für die Mechanismen selbst sensibilisieren.