

Jutta Zaremba

Konsumkreativitäten der FanArt-Szene

2014

<https://doi.org/10.25969/mediarep/12959>

Veröffentlichungsversion / published version
Sammelbandbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Zaremba, Jutta: Konsumkreativitäten der FanArt-Szene. In: Vera Cuntz-Leng (Hg.): *Creative Crowds. Perspektiven der Fanforschung im deutschsprachigen Raum*. Marburg: BÜCHNER 2014, S. 305–323. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/12959>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Nicht kommerziell 4.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution - Non Commercial 4.0/ License. For more information see: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

Konsumkreativitäten der FanArt-Szene

Jutta Zaremba

Das Verb *consumo* lässt sich mit »verwenden«, »verbrauchen«, »wegnehmen« bis hin zum »Verschwenden«, »verschwinden« und »Vernichten« übersetzen. *Consumptio* bezeichnete den »Aufwand (etwas zu tun)«, aber auch »Verzehren«. (Jeggel zit. n. Guenther).

In den letzten Jahren ändert sich der vormalig vor allem mit Manipulationsvorwürfen eindeutig negativ besetzte Konsumdiskurs, was unter anderem auf die Erstarkung der Käufermacht und auf die *Do-it-yourself*-Bewegung zurückzuführen ist. Innerhalb der Fanforschung ist Konsum eine bislang wenig differenzierte Prämisse, gilt er doch als lapidare Grundvoraussetzung jeglichen Fanhandelns. Diese »Konsum-Selbstverständlichkeit« basiert auf verschiedenen Einflüssen: auf journalistischen Konsumismusvorwürfen gegenüber Fans und ihren Medienpraxen samt unterstellter Abhängigkeit, Kritik- und Einfalllosigkeit, Regression und ähnlichem ebenso wie auf Zweigen der Konsumforschung, die sich – nun unter positiven Vorzeichen – mit Vorlieben und Verhaltensweisen von Markenfans befassen (Schouten, McAlexander; Atkin). Ebenso gründet sich die »Konsum-Selbstverständlichkeit« auf einen nicht-wertenden, erweiterten Konsumbegriff, wie er sich in Cornel Sandvoss' Publikation *The Mirror of Consumption* findet, der eine Fandefinition auf der Basis von regelmäßiger emotionaler Konsumtion von Populärtexten erstellt: »Hence [...] I define fandom as the regular, emotionally consumption of a given popular narrative or text« (8).

An die Konsumsetzung von Sandvoss schließt als weiterer *common sense* der Fanforschung die Prämisse der Produktivität von Fans an: »Denn nicht nur, dass jeder Fan zunächst mit der Konsumtion des Objekts seiner Begierde befasst ist, wie produktiv er weiterhin damit auch verfahren mag« (Akremi, Hellmann 309). Fanproduktivität, bei

der Akte des Konsums mit widerständigen Lesarten kombiniert werden, ist spätestens von Jenkins in seinem Buch *Textual Poachers* im Rückgriff auf die von de Certeau (293) eingeführte Figur des nomadenhaften, nach eigenem Begehren in medialen Texten wildernden Lesers dezidiert beschrieben worden. Unter Bezugnahme auf Jenkins' Merkmale von Fanproduktivität erweitert Rainer Winter diese um »kreative Praxen« von Fans, die als Akte des Widerstands gegen vorherrschende Marktmechanismen betrachtet werden (Winter 48f).

Da FanArt aufgrund ihres künstlerisch-gestalterischen Fokus als kreative Fanszene gilt, die sich gleichzeitig stark am Konsum von medialen Figuren orientiert, soll sie im Folgenden exemplarisch auf aktuelle Entwicklungen von Konsum- und Kreativitätsdynamiken hin betrachtet werden: Welche Zusammenhänge lassen sich zwischen den als selbstverständlich gesetzten Bereichen von Konsum und Kreativität beobachten? Gibt es spezifische Konstellationen dieser Zusammenhänge in der FanArt-Szene? Inwiefern werden anhand aktueller FanArt-Praxen und -Inszenierungen etwaige Ausdifferenzierungen von Konsum- und Kreativitätssetzungen sichtbar?

FanArt und Portale

Fantum zu Literatur und Sport wird bereits im 19. Jahrhundert zum Massenphänomen (Schmidt-Lux), während FanArt als szenisch-gestalterische Ausdrucksformen zu medialen Figuren und Vorlagen erst Ende der 1930er Jahre im um sich greifenden Science-Fiction-Fantum ihre Öffentlichkeit herstellt: Tausende von Jugendlichen und Erwachsenen – Schüler, Studenten, Autoren, Künstler, Wissenschaftler – treffen sich seitdem auf bis heute immer noch jährlich (nicht nur) in den USA stattfindenden Worldcons, um zukunftsvisionäre Schriften zu diskutieren, sie zu reinszenieren (»maskerade«) und gestalterisch zu interpretieren (»art shows«) (*FanArt – Kreative Bastionen*).

Um die Jahrtausendwende ereignet sich im Kulturraum Internet eine wichtige Veränderung: Durch virulente Downloads von Musik, Videos und TV-Serien geschieht eine Verbreitung von asiatischen, vornehmlich japanischen Jugendszenen (zum Beispiel J-Music, Visual

Kei, Cosplay). Der als »J-Lifestyle« oder auch als »Cool Japan« apostrophierte Trend umfasst dabei eine riesige Bandbreite an japanischer Popkultur:

Japanische Comics, Trickfilme, Videospiele und ein sie begleitendes Merchandising reüssieren seit den 1990ern weltweit. In ihrer Gesamtheit werden die Produkte Made in Japan (häufig nur als »Ideen-Label«), die sowohl technisch (hard ware), inhaltlich (content) und/oder als innovatives Medienformat/Stilvorgabe/Modetrend in Erscheinung treten, mittlerweile als Produkte eines »J-Lifestyles« wahrgenommen. Zu den Repräsentationen und Ikonen des »J-Boom« zählen in erster Linie manga, anime, Videospiele, [...], J-Musik, J-Literatur (=J-bungaku), Sudoku, Sushi, Gothic Lolita (=cosplay), Hello Kitty, [...] Tamagotchi und die robopets. (Gebhardt).

Im Zuge dieses Jankults im europäischen Raum, der unter dem Stichwort »Japanimation« eine zunehmende Begeisterung junger Fans für Produkte der japanischen Populärkultur bezeichnet (Huelsmann), welche selbst wiederum ein Hybrid aus westlichen Einflüssen darstellt, entstehen szenespezifische FanArt-Portale im Internet. Diese auch in Deutschland zum Vorschein kommenden Online-Portale wie *Animexx*, *MangaCarta* oder *animeMANGA* offerieren umfangreiches Fanoutput und vernetzen die Szene, indem sie eine intensive Kommunikation unter Gleichgesinnten ermöglichen, die dazu nicht zur selben Zeit am selben Ort sein müssen. Anhand dieser Webportale ist es – zum ersten Mal in der Fangeschichte – auch Außenstehenden möglich, sich FanArt anzusehen, ohne deswegen zwingend Teil der Community zu sein oder einem einschlägigen Treffen beiwohnen zu müssen.

Die geteilte Begeisterung für japanische Popkultur basiert nicht zuletzt auf einer Alternative zu als arrogant empfundenen US-amerikanischen Popkulturdominanzen. Konkreter verheißt die Ausrichtung an japanischer Popkultur zum einen Möglichkeiten einer exotischen Selbststatisierung des Fan-Daseins und andererseits eine Orientierung an asienbasierten »pure pleasure products« (Bouissou) und »techno-animistischer« (Allison) Ästhetik.

Hinsichtlich ihres Begriffsverständnisses ist die FanArt-Szene wie jede dynamische Szene nicht auf eine Definition ausgerichtet, was genau unter »fanart« zu verstehen ist: Allgemein wird dies nicht be-

sonders thematisiert, und wenn doch, wird damit meist das Zeichnen, Malen oder Basteln von Fans zu bevorzugten medialen Figuren beschrieben. Ganz pragmatisch scheint »fanart« das zu sein, was auf offiziellen, anerkannten Portalen oder auch auf inoffiziellen, privaten Websites unter diesem Label veröffentlicht wird. Die von mir vorgenommene Schreibweise »FanArt« anstelle der gängigeren »fanart« soll bereits darauf hinweisen, dass es sich um meine akademische Sichtweise und Auslegung der Szene handelt. Nach der eingehenden Beschäftigung mit dieser Szene seit 2010 verstehe ich unter FanArt – im Unterschied zur literarisch ausgerichteten Fanfiction – grundsätzlich den bildnerischen, szenisch-gestalterischen Bereich von Fantum. Bislang lassen sich sieben Sektionen der FanArt ausmachen, die häufig Überlappungen untereinander sowie Überlagerungen von digitalen und analogen Praktiken aufweisen: Zeichnungen, Malereien, Basteleien, Rollenspiele, Fotos, Videos und Games. Das FanArt-Universum dreht sich vorwiegend um popkulturelle Figuren und Themen, vor allem zu Manga, Anime und Computerspielen, aber auch generell zu Comic, TV-Serien, Filmen oder auch zu Jugendszenen und Alltagswelten. Die FanArt-Szene setzt sich aus einschlägigen Portalen, ihren Nutzern und Betreibern, spezifischen Events wie Conventions (Mertens) sowie aus gestalterischen und kommunikativen Praxen der Fan-Artisten zusammen.

Das größte deutschsprachige FanArt-Portal ist *Animexx*, ein im Jahr 2000 durch *Sailor Moon*-Fans gegründeter, in München beheimateter Verein zur Förderung von Aktivitäten rund um Manga, Anime und japanische Popkultur. Es ist das bekannteste deutschsprachige Szeneportal, versammelt mittlerweile auf seinen Servern über eine Million FanArts, über fünf Millionen Cosplayfotos, über 10.000 Doujinshis (von Fans für Fans erstellte Onlinemangas) und über 100.000 Fanfictions. *Animexx* ist Ausrichter der Deutschen Cosplaymeisterschaft und offeriert einen Terminkalender zu regionalen und überregionalen Fantreffen, bei denen sich die mehr als 100.000 Mitglieder austauschen können, nachdem sie sich beispielsweise via Diskussionsforen und Weblogs vernetzt haben.

Das international bedeutsame Portal *deviantART* wurde ebenfalls im Jahr 2000 ins Leben gerufen und stellt eine von drei US-Amerikanern gegründete, kommerzielle Plattform für »user-made

artwork« dar. Mit Schwerpunkt auf Fotografie und Digital Art beherbergt es aktuell über 230 Millionen Arbeiten, die teilweise als Kunst-druck, Poster oder Postkarte käuflich zu erwerben sind. FanArt bildet eine eigene Kategorie mit mittlerweile über 1,8 Millionen Werken. Das Portal bietet seinen fast 30 Millionen registrierten Nutzern zudem die Möglichkeit, neue Unterkategorien zu allen Bereichen vorzuschlagen zu können.

Im Folgenden werden anhand von Inszenierungen auf den beiden oben genannten Portalen exemplarische Annäherungen im Sinne von Grundlagenforschung vorgenommen, um zu vorläufigen Thesen über Kreativitäts- und Konsumdiskurse bzw. -praxen in der FanArt-Szene zu gelangen.

Kunstnähe, (Selbst)Nobilitierung und Bilderverzehr

Bereits die Benennungen auf den Portalen verweisen auf Kunstzusammenhänge: *deviantART* (abweichende Kunst) betitelt sich als Plattform mit »user made artwork«, was ein Abweichen von offizieller (Hoch)Kunst nahe legt. Zudem wird unterschieden zwischen »scraps«, unfertig hochgeladenen Skizzen, und »stock«, das sind Fotos, die unter spezifischen Auflagen des Fotografen von Anderen als abgeleitete Arbeit (Mashup) verwendet werden dürfen. Zu den Benennungen gehören ebenso die Einteilungen in Kategorien und Stile, die von den Plattformen zu Zwecken der Zuordnung und Verschlagwortung aller FanArts erstellt werden. Bei *deviantART* stellt FanArt eine Kategorie unter 20 anderen wie Fotografie, Literatur, Film, Animation oder Design dar. Zur FanArt-Kategorie existieren über 730.000 Einträge, noch einmal so viel verteilen sich auf acht Unterkategorien, die teilweise von Mitgliedern vorgeschlagen wurden. Sie lauten »Anthro« (Mischwesen zwischen Mensch und Tier), »Cartoons & Comics«, »Digital Art«, »Fan Fiction«, »Manga & Anime«, »Skins« (sichtbare Oberfläche eines 3D Modells, die man ändern oder austauschen kann), »Traditional Art« (wozu bei *deviantART* analoge und digitale Zeichnungen sowie Malereien zählen) und »Wallpaper«.

Animexx wählt für seine FanArtisten den Begriff ›Zeichner, nach denen man auf der Startseite alphabetisch suchen kann und die darüber hinaus in der Rubrik ›Zeichner des Monats‹ dezidierte Hervorhebungen erfahren. Anders als bei *deviantART* befindet sich bei *Animexx* gleich auf der FanArt-Startseite die Rubrik ›Stil: Dort versammeln sich 27 sehr unterschiedliche, alphabetisch geordnete Begrifflichkeiten, hinter denen die jeweilige Anzahl von Arbeiten genannt ist. Konkret werden etablierte künstlerische Verfahren wie Aquarell, Collage, Gouache oder Skizze genannt, vor allem aber Materialien wie Acryl, Bleistift, Copic Marker, Kohle, Kugelschreiber oder auch sehr generalisierte Bezeichnungen wie ›Einfarbig‹ oder ›Farbe.

Absolut augenfällig auf beiden Portalen ist die gängige künstlerische Präsentationsform der Galerie. Während *deviantART* grundsätzlich einer visuellen Datenbank gleicht und unter dem kleinen Unterpunkt ›gallery‹ weitere Bilder eines Mitgliedes in individuellen ›gallery folders‹ offeriert, spricht *Animexx* bei jedem Einzelarchiv, in das ein Mitglied seine Arbeiten hochlädt, von einer ›Fanart-Galerie‹ und bietet Platz für spezielle ›Foto-Galerien‹ für den Cosplaybereich. Ohnehin ist die FanArt-Startseite von *Animexx* in deutlicher Anlehnung an die Präsentationsformen von Galerien inszeniert: Alle Arbeiten sind im Scroll-down-Modus zugänglich und gleichen so einer endlosen »Werkschau« der Hunderttausenden von Exponaten. Außerdem befinden sich auf der Startseite zwei galerieähnliche Bildleisten: Zum einen die Bildlaufleiste ›Aikos momentane Lieblingsbilder‹ (Aiko ist das Pseudonym der Portalbetreiber), in der im Wochenrhythmus nach Vorschlägen von Mitgliedern bislang ca. 3.000 Arbeiten herausgestellt werden. Zum anderen die seit 2007 existente Rubrik ›Zeichner des Monats‹, bei der mit bislang über 70 FanArtisten längere Interviews zu ihrem »Schaffen« geführt werden: Unter ausgewählten Arbeiten des jeweiligen FanArtisten begründen die Betreiber in der Regel zunächst ihre Entscheidung im Hinblick auf das gesamte »Oeuvre«, das vor allem unter kompositorischen Aspekten wie Vielfältigkeit, Farbharmonie, emotionaler Ausdruckskraft, Fantasie reichum, Licht- und Schattendramaturgie, Originalität, Atmosphäre usw. beleuchtet wird. Es folgt ein ausführliches Interview mit über 20 Fragen, die neben humorvollen Gags insbesondere

Schlüsselerlebnisse für das Zeichnen, die Entwicklung des eigenen Stils, Inspirationen, Kunstvorlieben, Talent oder Einflüsse auf die berufliche Ausrichtung betreffen. Bei den bisherigen Interviews zeigen sich einige Übereinstimmungen: Als Quellen der Inspiration werden häufig Musik, Comics, Filme, Computerspiele und Graffiti, ebenso aber Jugendstil, Surrealismus, Impressionismus und »Alte Meister« wie Rembrandt, Rubens oder Van Gogh genannt. Zudem sind es gestalterische Berufe wie Illustrator, Kommunikationsdesigner oder Comiczeichner, die angestrebt oder bereits ausgeübt werden. In den Interviews verbinden sich künstlerische Bewertungsmaßstäbe mit der publizistischen Form eines Künstlerporträts.

Somit fällt beim Blick auf die beiden Portale die explizite Betonung von Kunstnähe auf: Benennungen aus dem etablierten Kunstvokabular, Präsentationsformen mit deutlichen Galerieleihen, Hervorhebungen im Sinne von Auszeichnungen und Interviews im Stil von Künstlerporträts laden die Arbeiten zu auratischen Werken künstlerischer Provenienz auf. Derartige Kreativitätsinszenierungen mit einer Nähe zu Hochkunst sollen eine sowohl interne als auch öffentliche (Selbst)Nobilitierung von FanArt bewirken, die sich mit Attributen der gesellschaftlich geschätzten Kunstsphäre versieht, da Fanszenen von Außenstehenden oftmals als naiv, stereotyp und einfalllos stigmatisiert werden. Kreativität wird als Eigenschaft von Personen bzw. Persönlichkeiten (Talent, Ausdrucksreichtum, Stil) sowie als Produkt (Werke, Stile, Techniken) inszeniert, um Vorbild und Anregung für alle Portalmitglieder und Interessierten darzustellen.

Hierbei formt sich die seit Ende des 18. Jahrhunderts vorangetriebene Mythologisierung des Künstlers, der via Einbildungskraft als genialer Schöpfer von einzigartigen Werken wirkt (*Vom Künstlermythos zur Normalisierung kreativer Prozesse*), in popkulturelle, serielle Vor- und Nach-Bilder um: In der FanArt-Szene gibt es Experten mit Vorbildfunktionen, deren Könnertum und Autorenschaft hoch anerkannt ist. Nicht zuletzt deshalb, weil sie jahrelang ihren konsumierenden Verzehr präferierter Sujets durch deren Imitation und Aneignung derart kanalisiert haben, dass sie ihren persönlichen »Stil« kreieren konnten.

Gleichzeitig werden häufig Exponate der Portalmitglieder sehr unhierarchisch und nahezu voraussetzungslos ausgestellt: Denn

konträr zur Hochkunst erhebt die Community keinen Anspruch auf fixe Deutungshoheiten ihrer zuvor im Sinne von Jeggle (siehe Eingangszitat) »verzehreten« Bildervorlagen. Anders als der Kunstbereich mit seinem strategischen Impetus von Exklusivität und Unerreichbarkeit, setzt FanArt sowohl beim »Bilderverzehr« als auch bei der Bilderpräsentation auf Transparenz ihres permanenten kreativen In- und Outputs. Ohnehin erfolgt der Verzehr des medialen Bildreservoirs auf parallelen Ebenen: auf der externen Ebene von vorgefertigten Medienofferten ebenso wie auf der internen Ebene der visuellen Interpretationsgemeinschaft untereinander.

Kanon, Anreize und ökonomischer Imperativ

Insbesondere auf *Animexx* sind zahlreiche Regeln für den konstruktiven Umgang miteinander und für die nähere Ausgestaltung von hochgeladenen FanArts zu finden. Dies soll für Orientierung auf dem riesigen Portal sorgen und den Betreibern die Arbeit des Präsentierens erleichtern. Auf *deviantART* entfällt dies gänzlich, da es sich ohnehin um kein reines FanArt-Portal handelt und sich dort vor allem eher Fortgeschrittene im internationalen Vergleich aufhalten.

Unter der Rubrik »Fanart-Regeln« geben die Portalbetreiber von *Animexx* generelle Hinweise, dass mindere technische Qualität, eine unsaubere Präsentation und zu wenig Eigenanteil bei der Ausführung zum Nicht-Hochladen einer Arbeit führt, die nochmal überarbeitet werden muss. Dementsprechend wird zwischen »erlaubt« und »nicht erlaubt« unterschieden: Zu dem mit bestimmten Auflagen verbundenen Erlaubten gehören beispielsweise eigene Arbeiten ab der Skizzenphase aufwärts, Abgezeichnetes, sofern die Quellen genannt werden, Basteleien, wenn sie zu Mangas und Animes entstanden sind oder reine Stillleben und Landschaften, wenn ein erheblicher Aufwand erkennbar ist. Zum Unerwünschten gehören wiederum sogenannter FanArt-Klau (das fälschliche Ausgeben einer schon bestehenden FanArt für die eigene), schlechte Ausführungen wie Kritzeleien, Zeichnen auf Karopapier usw., zu wenig Eigenleistung

wie beim Abpausen oder unkenntliche Abstraktionen und Einzelobjekte.

In dieser durchaus normierenden Vorgehensweise schafft *AnimeXX* sowohl Konkretionen und Orientierungen an favorisierten Praxen als auch Ausschlüsse von unliebsamen gestalterischen Praxen. Das Portal lenkt somit von vornherein die dem popkulturellen Konsum folgende Quantität an Einreichungen durch ein von ihm definiertes Maß an vorwiegend handwerklich ausgerichteter Qualität.

Ein Special im Regelbereich ist außerdem die von mehreren Portalverantwortlichen unter dem FanArtist-Pseudonym »Fanart_of_Doom« verantwortete, konkrete Veranschaulichung von über 50 Negativbeispielen der häufigsten Fehler bzw. »don'ts« von FanArt-Ausführungen. Dies erfolgt sehr kenntnisreich, detailliert in Wort und Bild und auf humorvoll-kritische, teils auch arrogant-elaborierte Weise von leidgeprüften bzw. genervten Portalbetreibern. Die Nutzer quittieren dies mit zahlreichen Kommentaren, deren Tenor entweder zustimmend-amüsiert oder widersprechend-verärgert ist. Hier werden konfliktreiche Aushandlungen über (In)Toleranz, normative Setzungen und ästhetische Wertmaßstäbe zwischen Portalbetreibern und Nutzern sichtbar. Dieses gegenüber den zentral auf der Startseite auftauchenden Regeln viel verstecktere Vorgehen via dem Pseudonym »Fanart_of_Doom« gleicht einer Insider- bzw. Metakreativität, die Trivia der Szene anprangern und karikieren will. Damit entsteht einerseits eine szeninterne Referenz- und Reflexionsebene, welche die Qualität der quantitativen FanArt-Praxis steigern möchte, und andererseits eine durchaus engführende und in der Szene umstrittene Normierung und Hierarchisierung von Entwicklungsspielräumen.

Ebenso als Anreize für angewandte Fankreativität dienen Tutorials und Wettbewerbe, denen das Kriterium gemeinsam ist, dass sie eigens von Mitgliedern für andere Mitglieder erstellt sind. Wie ohnehin im Web 2.0 zahllos zu finden, gibt es gerade in der gestalterischen FanArt-Szene zahlreiche, von Mitgliedern angefertigte Tutorials. Diese Form des *self-learning* und der *self-education* (*Freud & Leid*) transportiert die Expertise von Fortgeschrittenen hin zu relativen Anfängern, die sich für Verbesserungen und wachsendes Know-how interessieren. Meist auf Nachfrage von Portalmitgliedern hin wird das eigene Können detailreich an die *learning community* weitergegeben, um

die persönlichen Lernerfahrungen inklusive Fehlern, Umwegen und Scheitern aufzuzeigen. Viel Zeit und Mühe werden investiert, um Wertschätzung für den eigenen Einfallsreichtum und die Gestaltungskraft zu bekommen und um daraus Ansprüche bzw. Erwartungen an die Anwender abzuleiten.

Bei *AnimeXX* findet sich im Hilfemenü die Rubrik ›Tutorials‹, wo sich aktuell fast 300, meist textbasierte Anleitungen zu gestalterischen (Zeichnen, Kolorieren) und szenischen (Cosplay) Ausdrucksformen finden. In schrittweisen, meist herunterladbaren Text/Bild-Erläuterungen werden häufig mit hohem Aufwand und großem Detailreichtum begehrte Tipps zu zentralen gestalterischen Fragen weitergereicht.

Bei der FanArt-Kategorie von *deviantART* sind über 40.000 Tutorials hochgeladen, die ihre Anliegen visuell vor allem mittels Flashanimation, Computergrafik und Comicstyle transportieren. In der Regel richten sich derartige Anleitungen an bereits versierte FanArtisten, wenn nicht gar offensichtlich wird, dass manche Tutorials vor allem als »Visitenkarte« des eigenen inszenatorischen Könnens fungieren und weniger der reinen Weitergabe von Kenntnissen dienen. Die in vielen Kommentaren geäußerte Dankbarkeit und Freude der Anwender über in ihren Augen äußerst gelungene Tutorials zeigen die ausdrückliche Erwünschtheit einer schrittweisen Erlernbarkeit von Fankreativität, die im Gegensatz zu den im Kunstfeld entwickelten, hochspezialisierten autonomen Praktiken mit ihrer Distanz zum Handwerk (*Vom Künstlermythos zur Normalisierung kreativer Prozesse*) stehen. Ganz explizit setzt die FanArt-Szene auf ein für jedes Mitglied erreichbares handwerkliches und gestalterisches Vermögen und insbesondere auf dessen Transparenz und Vermittlung.

Daher münden das Begehren nach kreativem Fanausdruck und der Antrieb zu dessen sukzessiver Perfektionierung in eine kollektive *self-education*: Der gegenseitige Austausch von Lösungswegen und der visuelle Ansporn zu gesteigerter Fanexpressivität geschieht enorm kommunikativ, verantwortungsvoll, konstruktiv und vernetzt. Die eigene Expertise wird demonstriert, geteilt und ausgebaut, was auch Feedback, Tipps und Alternativlösungen der Anwender umfasst. Settings wechselseitiger, durchaus anstrengender Lehr- und Lernprozesse bejahen aktive Konsumpraktiken der wiederholten Einübung,

Kommentierung und Bestärkung – Dissonanzen und Normierungen inbegriffen.

Großer Beliebtheit erfreuen sich auch unzählige Wettbewerbe, die sich auf *AnimeXX* aktuell auf über 400 belaufen und sich entweder alphabetisch oder nach Thema, Sprache oder Sektion suchen lassen. Das Portal hat ausführliche Vorgaben verfasst, die formale und inhaltliche Basics umfassen: So müssen Preise und Themen klar definiert sein – als Preis dient eine portalinterne Währung zur Einlösung kleiner Merchandisingartikel im Online-Shop. Bei *deviantART* existieren sowohl eine eigene »contest«-Kategorie, die alle Wettbewerbe seit der Portalgründung im Jahr 2000 listet, als auch über 400.000 Wettbewerbs-Deviations allein bei FanArt. Die höchst umfangreiche Bandbreite von gestalterischen Wettbewerben rund um popkulturelle Themen hat mehrere Beweggründe: So wollen Wettbewerbe beispielsweise Gleichgesinnte zur Visualisierung von persönlichen Vorlieben animieren und sich so möglichst breitgefächerte Anregungen holen, sie wollen das Sich-Miteinander-Messen und -Vergleichen im Rahmen von »shared fan values« stattfinden lassen, oder Wettbewerbsausrufende möchten die Rolle einer Jury einnehmen, die mit portalinternen Preisen und ausführlichen Kommentierungen belohnt.

Bei Wettbewerben geht es um spielerische und gleichzeitig kompetitive Akte der Initiierung, Anerkennung, Selektion und Evaluierung von Ausdrucksformen der eigenen Szene. Quasi als Selbstvergewisserung der szeneeigenen Kreativität, die sich aus den Quellen der dezidiert auf Vieldeutigkeit angelegten Popkultur speist, werden bei Wettbewerben punktuell subjektive Vermessungen des gestalterischen Gesamtvermögens an Ideen und Bildern vorgenommen.

Bei Kreativitätskanon und -Anreizen bezieht sich Kreativität vor allem auf Handlungen und Prozesse: Sie setzt auf Erlernbarkeit durch schrittweise Progression in Richtung Perfektionierung (Tutorials) sowie auf wechselseitige kompetitive Bewertungen und Anregungen (Wettbewerbe). FanArt umfasst somit Ambivalenzen von Kreativität: Sie bietet sich einerseits als Plattform für subjektive und kollektive Kreativwünsche und Kreativhandlungen von Fans an, und sie folgt andererseits ökonomisch verwertbaren Kreativimperativen. Nach dem Motto »du sollst/musst unentwegt kreativ sein!« im Sinne einer sozialen Erwartung, unter anderem in den Segmenten Kunst, Öko-

nomie und Massenmedien (*Erfindung der Kreativität*), greift dieser Kreativitätsimperativ zum Teil auch in der FanArt-Szene angesichts ihrer Ausrichtung auf sukzessive Professionalisierungsprozesse.

Genuine Transfers und Konsumzirkulationen

Deutlich über Kunstnähe und Kreativitätsanreize hinausgehen spezifische Inszenierungen der FanArt-Szene, wie sie in konkreten, »genuinen« Praxen und Ausdrucksformen zu finden sind (*JugendKunstOnline*). Exemplarisch hierfür seien *Paperchild*, *Oekaki* und *Collabs* erläutert.

Bei der Form *Paperchild* handelt es sich um kleine, selbsterstellte zweidimensionale Papierfiguren von Mangacharakteren, die vor Objekten im Realraum drapiert werden und in lustigen, bizarren oder erotischen Situationen erscheinen. Die Settings werden via Foto in Szene gesetzt, auf dem oft noch explizit die Hand des FanArtisten zu sehen ist, der mit der Papierfigur interagiert. Diese Inszenierungspraxis, kleine ausgeschnittene Papiermodelle zu fotografieren und im Netz hochzuladen, beginnt 2004 in Korea, als die Fotos einer Webillustratorin auf Blogs und Foren zirkulieren und schnell begeisterte Nachahmer finden. Im englischsprachigen Raum sind die ersten Papierfiguren 2006 auf *deviantART* zu finden, wo sich 2008 die Gruppe *Paper Children* mit vielen Fans formiert. Seitdem vervielfacht sich die Anzahl von Figuren und Websites dazu, so dass aktuell auf *deviantART* fast 22.000 und auf *Animexx* 170 Fotos existieren; auf letzterem findet sich *Paperchild* sogar als neuester »Stik wieder.

Als weiteres Phänomen sind auf beiden Portalen in den letzten Jahren Zehntausende von *Oekaki* bzw. Schnellzeichnungen zu finden, die auf Webbrowsern basieren, in die ein Zeichenprogramm integriert ist. Das japanische Wort *Oekaki* steht für schnelles Zeichnen oder Skizzieren – ein japanischer Programmierer hatte ein Open Source-Zeichenprogramm entwickelt, um live zeichnen und die Arbeiten dann in Internetforen veröffentlichen zu können. Seitdem gibt es die Standardbezeichnungen *OekakiBBS* oder *Oekaki Board* für alle Arten von Online-Zeichentools. Per Maus, Grafiktablet oder Touchscreen erstellen Nutzer eines *Oekaki*-Forums mit ihrem Webbrowser,

in den ein Zeichenprogramm (als *Java*-Applet oder *ActiveX*) integriert ist, ihre Arbeiten. Es entstehen skizzenartige oder ausgearbeitete Zeichnungen, die meist niedrigauflösend, mitunter auch hochauflösend sind. Je nach *Oekaki* Software sind Uploads, das Speichern von Zeichnungen zur späteren Weiterbearbeitung oder auch ein animationsähnliches Mitverfolgen der Live-Zeichnungen möglich. So können mehrere Forumnutzer zusammen von verschiedenen Orten aus zeitgleich kleine Gemeinschaftszeichnungen produzieren. Grundsätzlich ist es ohne den Einsatz von Bildbearbeitungssoftware möglich, alleine oder gemeinsam FanArts zu erstellen und auszutauschen. Auf *Animexx* kommt bei den fast 10.000 *Oekakis* häufig das als Open Source freigegebene *ChibiPaint* als Zeichen-Tool zum Einsatz, und auf *deviantART* existieren fast 200.000 *Oekakis* in völlig unterschiedlichen Zeichentechniken.

In ähnlicher Weise fungieren *Collaborations* bzw. *Collabs*, bei denen es sich grundsätzlich um Arbeiten handelt, die von mehreren Personen sukzessive gemeinsam produziert werden. Meist liefert ein Fan-Artist eine Vorlage bzw. macht eine Offerte, inwiefern jemand an einer gemeinsamen Weiterbearbeitung interessiert ist. Danach entstehen entweder verschiedene Versionen desselben Themas auf demselben Bild, wie beispielsweise mehrere unterschiedliche Charaktere zum gleichen popkulturellen Sujet oder kollektive Weiterführungen der Vorlage, stets verbunden mit der Namensnennung aller Beteiligten. Bei *deviantART* finden sich allein in der FanArt-Kategorie aktuell fast 19.000 *Collabs*, die in temporärer, orts- und zeitunabhängiger Zusammenarbeit von Mitgliedern erstellt wurden. Bei diesen Kooperationen handelt es sich um vorübergehende kreative Allianzen, bei denen zum Beispiel Umsetzungen zu Skizzen, Linienführung, Koloration und ähnlichem ausgeführt werden. Diese Form des Zusammenarbeitens geschieht aus mehreren Gründen: unter anderem aus Spaß am Austausch mit bis dahin unbekanntem Gleichgesinnten, wegen gegenseitigem praxisbezogenem (Kennen)Lernen, schnellerem gemeinsamen Vorankommen oder gegenseitigen Ideenregungen und Prozesserleben. Wie bei kollaborativen Prozessen üblich werden Know-how und Wertschöpfungen zwischen einzelnen Portalmitgliedern kommuniziert, um danach im kooperativen Modus begutachtet und ausgehandelt zu werden.

Diese genuinen FanArt-Praxen zeichnen sich durch zweierlei Transferprozesse aus: Zum einen ergeben sich neuartige visuelle Kombinationen durch eine Modifikation von zuvor intensiv und aktiv konsumierten popkulturellen Figuren und Sujets. Dies geschieht durchaus in Analogie zu den von Reckwitz genannten Normalisierungsstrategien von Kreativität, bei denen kreative Kompetenzen der Selektion und Kombinatorik von gegebenen Materialien und einzelnen Elementen zum Einsatz kommen. Für diese Neustrukturierungen des kreativen Prozesses ist eine gute Kenntnis des kulturellen Archivs Voraussetzung (*Vom Künstlermythos zur Normalisierung kreativer Prozesse*). Zum anderen ergeben sich Neuartigkeiten durch andere Formen der Zusammenarbeit von Mitgliedern (*Kollektive Kreativitäten*): Die Kooperation besteht aus einübenden und experimentierfreudigen Allianzen sowie aus zeitweiligen, freiwilligen kollaborativen Beziehungen. Gerahmt und befördert werden diese Kreativitäten durch ein vernetztes Szenekollektiv, das an einer verschwenderischen Vervielfältigung seiner fanbasierten Expertise interessiert ist.

Bei diesen Transfers bezieht sich Kreativität auf Relationen: Zunächst werden Bezüge zum präferierten (asia)popkulturellen Geschehen aktualisiert und ausagiert. Darüber hinaus fördern diverse Vernetzungsoptionen und Open Source-Tools temporäres gemeinsames Gestalten. FanArt basiert auf der kollektiven Kreativität von Interpretationsdynamiken, bei denen es zu permanenten wechselseitigen Einflüssen, Kommentierungen und Bildverweisen kommt. Bei diesen fortwährenden Bilderkreisläufen werden neuartige Ausdrucksformen schnell aufgegriffen, adaptiert und mitunter transformiert: Innovative Praxen werden mit- und untereinander ausgetestet, teilweise weiterentwickelt und gleichzeitig in bestehende Bezüge integriert. So sorgen die entstehenden Cluster aus Ähnlichkeiten, Anspielungen und Modifikationen für unentwegte visuelle und interpersonale Konsumzirkulationen innerhalb der gestalterischen Interpretationsgemeinschaften.

Creative Turn, Popcultural Consumption und Konsumkreativitäten

Die sich exemplarisch für die FanArt-Szene abzeichnenden Dynamiken von Kreativität und Konsum sind nicht zuletzt vor dem Hintergrund gegenwärtiger Entwicklungen von Interesse: Wie bereits beim ökonomischen Kreativitätsimperativ angeklungen ist, scheint längst ein *creative turn* im Gange zu sein, bei dem eine Überlagerung stattfindet zwischen dem subjektiven Wunsch eines Individuums, kreativ sein zu wollen, und dem wachsenden gesamtgesellschaftlichen Zwang, (jederzeit) kreativ sein zu müssen.

Spätestens seit den letzten zehn Jahren ist ein *creative turn* zu beobachten, bei dem ein individueller Kreativitätswunsch mehr und mehr überlagert wird durch einen gesamtgesellschaftlichen Kreativitätswunsch in Arbeit, Konsum und Lebensführung. So boomen die sogenannte Kreativwirtschaft bzw. die *creative industries* rund um Musik, Film, Games, Design und Werbung als ein vielbeachteter Wirtschaftssektor, in dem innovative Ideen sowie kulturelle/kreative Güter und Dienstleistungen produziert, medial verbreitet und verkauft werden. Auch in vielen Jobbeschreibungen setzt das Anforderungsprofil auf Kreativität im Sinne von Flexibilität, Einfallsreichtum, Workflow und divergentem Denken. Schließlich basieren auch zahlreiche »ko-kreative« Entwicklungen wie die *Do-it-yourself*-Bewegung oder das Social Web dezidiert auf der ständig lancierten Prämisse »be creative!«. Die gleichermaßen Kunstnähe und popkulturelle Eigendynamiken signalisierende FanArt-Szene bewegt sich hierbei spielerisch zwischen den Polen von Emotion, Einfallsreichtum und Expressivität einerseits und kreativer Verwertungslogik samt Ambitionen und Professionalisierungsbestrebungen andererseits. Daher trifft das von Nancy Baym und Robert Burnett hinsichtlich musikalischer Fankulturen verwendete Oxymoron »amateur experts« ebenfalls auf die FanArt-Szene zu, die im Spannungsfeld zwischen kreativen Ermächtigungen, Konsumangeboten und Marktmechanismen agiert.

Als Parallele dazu findet sich auch in der Kunstbewegung der *Appropriation Art* die Kombination von Kunst, Popkultur und Imitation/Kopie: So fertigt Elaine Sturtevant bereits 1965 mehrere Kopien der Arbeiten von Pop Art-Vertretern wie Jasper Johns und Andy

Warhol an, indem sie – mit deren Einverständnis – Formate, Techniken und Motive imitiert und die entstandenen Bilder lediglich mit ihrer eigenen Signatur versieht. 1977 stellt der Kunstkritiker Douglas Crimp fünf Künstler aus, die in der Kunstwelt bekannte Bilder, sogenannte »recognizable images«, kopieren. 1980 fotografiert Sherry Levine diverse Kunstreproduktionen aus Büchern und Postkarten ab und erstellt – in der Größe der Reproduktionen – Aquarelle und Zeichnungen, die sie mit dem Titel *After...* versieht. Appropriation Art wird seither als »kritisch-subversive Position, als Mittel der Dekonstruktion des modernen Mythos des Originals und des autonomen, selbstreferentiellen Kunstwerks sowie als Kritik an der Kommerzialisierung von Kunst« (Zuschlag 128) angesehen. Demgegenüber stellen die Aneignungen der FanArt keinerlei strategischen Positionierungen gegenüber Beliebigkeiten oder Kommerzanreizen aktueller Kunst bzw. Medienprodukten dar. Sie entspringen vielmehr einer affirmativen und konventionellen Haltung gegenüber (etablierter) Kunst und Konsum, gepaart mit großer Lust an Nachahmungen, Abgleichungen und Variationen. Hinter FanArt-Aktivitäten stehen keine programmatisch-intellektuellen Hinterfragungen von Autor-schaft, Original oder Intertextualität, sondern das Einbringen von Emotion und Expertise auf kunsthandwerklicher und medialer Basis. Interessanterweise nähern sich beide Szenen wieder an, wenn man folgende Aussage der Künstlerin Elaine Sturtevant betrachtet: »Ich spreche über Macht und Autonomie des Originals und die Kraft und Dominanz von Kunst. Meine Absichten sind: unsere gegenwärtige Vorstellung von Ästhetik zu erweitern und zu entwickeln, Originalität zu erforschen und die Beziehung von Original zu Originalität zu erkunden und Raum für neues Denken zu eröffnen. Die als Quellen benutzten Werke werden nur als Katalysatoren verwendet« (133). Diese Erläuterungen zu eigenen Kreativitätsabsichten besitzen Parallelen zu FanArt-Erkundungen: So überlassen sich FanArtisten der Wirkung präferierter medialer »Originale«, bewegen sich zwischen Formen von Hommage und (szene)originären Entwicklungen und nutzen mediale Vorlagen als Ressourcen bzw. »Quellcode« für weitere Kreationen.

Als damit verbundene Entwicklung geschieht zunehmend eine Art von *cultural consumption* durch umfassende Kulturalisierungspro-

zesse hinsichtlich Konsum: Hierbei fungiert Konsum als zentrale Kulturtechnik und Produktivkraft, die sich beispielsweise in der Konsumästhetik von Objekten, in Konsum als Kunstform wie bei den Szenen Hipster und Fashion Blogger oder in einer sich angesichts sozialer Netzwerke und *Do-it-yourself*-Bewegung global immer weiter ausdehnenden *prosumer culture* (Toffler) ausdrückt. Bei der FanArt-Szene entwickelt sich analog dazu eine *popcultural consumption*, die nicht nur gestalterische und kommunikative Handlungs(spiel)räume auslöst, sondern ihre eigenen Praxen von Konsumkreativitäten kollektiv generiert und öffentlich zelebriert.

Angesichts dieser Entwicklungen zeichnen sich mehrere Verschiebungen der als Widerstand gegenüber vorgefertigten Medientexten betrachteten Praxen von Jenkins' »textuellem Wildern« und Winters' »kreativer Aneignung« ab – hin zu Dynamiken, die sich an der Vielfalt der originären Wortbedeutungen von Konsum anlehnen, wie sie im Eingangszitat von Jeggles zum Ausdruck kommen. Dementsprechend werden zahlreiche Dynamiken von rein als widerständig angesehener Produktivität hin zu diversen Konsumkreativitäten der FanArt-Szene sichtbar: So zeigt sich längst eine mittlerweile selbstverständliche Verwendung bzw. ein Verbrauch der Polysemie von medialen Vorlagen. Dies wird evident in einem affirmativen popkulturellen Handling, das eine gleichermaßen spielerische wie ökonomisch orientierte Kulturpraxis darstellt. Damit korrespondierend ist ein dezidiertes Verschwinden von Eindeutigkeiten zu beobachten, sowohl auf der Fanebene angesichts der wachsenden Ambivalenz von Kreativitätswunsch und -zwang, als auch auf der medialen Angebotsebene, die innerhalb der heute existenten Konvergenzkultur bereits strategisch auf vieldeutige Leerstellen hin angelegt ist (Deterding). Auf der Basis des offensiven Verschwendens von Emotionen, Zeit, Geld und Arbeit entwickelt sich ein (Aus)Tausch als freiwillige, hedonistische, gemeinschaftliche und kommunikative Zelebrierung von Medienressourcen und Fanpraxen.

Begleitet ist dies von einem – mitunter taktischen – Vernichten von originärem Copyright und ökonomischen Urheberrechten. Stattdessen entwickelt sich ein sowohl individueller als auch kollektiver Verzehr von Medienofferten durch exzessive Akte der Wiederholung, Imitation und Variation. Letztendlich resultiert dies alles in

einer fanspezifischen »Rekreativität« (Rauterberg) als dem kunstvollen, anspielungsreichen und programmatischen Remix, Recycling und Reenactment von szenerelevanten Kultkonstellationen – inklusive der legitimen Fanooption, nach Konsum wahlweise nicht kreativ sein zu müssen.

Literatur

- Akremit, Leila und Kai-Uwe Hellmann. Fans und Konsum. *Fans: Soziologische Perspektiven*. Eds. Jochen Roose et al, 309–332. Wiesbaden: Springer, 2010.
- Allison, Anne. The Japan Fad in Global Youth Culture and Millennial Capitalism. *Mechademia 1: Emerging Worlds of Anime and Manga* (2006): 11–21.
- Atkin, Douglas. *The Culting of Brands: When Customers Become True Believers*. London: Portfolio, 2004.
- Baym, Nancy und Robert Burnett. Amateur Experts: International Fan Labor in Swedish Independent Music. *International Journal of Cultural Studies* 12.5 (2009), 433–449.
- Bouissou, Jean-Marie. Japans Growing Cultural Power: The Example of Manga in France. *Reading Manga: Local and Global Perceptions of Japanese Comics*. Eds. Jaqueline Berndt und Steffi Richter, 149–165. Leipzig: Leipziger Universitätsverlag, 2006.
- Certeau, Michel de. *Die Kunst des Handelns*. Berlin: Merve, 1988.
- Deterding, Sebastian. Henry Jenkins: Textuelles Wildern und Konvergenzkultur. *Schlüsselwerke der Cultural Studies*. Eds. Andreas Hepp et al, 235–246. Wiesbaden: VS, 2009.
- Gebhardt, Lisette. »Cool Japan« – Entstehung, Wirkung und Analyse eines Phänomens, 26. Feb. 2010. http://www.japanologie.uni-frankfurt.de/_Dateien/_Texte/cool_japan/cj_seite1.html (13. Jul. 2014).
- Guenther, Tina. Die Ökonomie des Konsums – der Konsum in der Ökonomie, 16. Okt. 2009. <http://sozlog.wordpress.com/2009/11/16/die-okonomie-des-konsums-der-konsum-in-der-okonomie/> (13. Jun. 2014).
- Huelsmann, Katharina. Symposium: Vom Japonismus zur Japanimation, 11. Mai 2011. <http://www.phil-fak.uni-duesseldorf.de/oasien/blog/?p=8488> (13. Jul. 2014).
- Jenkins, Henry. *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge, 1992.

- Mertens, Eva. *Mebr als »nur« die Fans: Community, Conventions, Wettbewerbe und Internetplattformen. Die Manga- und Animeszene stellt sich vor.* Bd.1. Hamburg: Diplomica, 2012.
- Rauterberg, Hanno. Schöner klauen, 25. Jan. 2013. <http://www.zeit.de/2013/04/Kunst-Kuenstler-Digitales-Zeitalter> (13. Jul. 2014).
- Reckwitz, Andreas. Vom Künstlermythos zur Normalisierung kreativer Prozesse: Der Beitrag des Kunstfeldes zur Genese des Kreativsubjekts. *Kreation und Depression: Freiheit im gegenwärtigen Kapitalismus.* Eds. Christoph Menke und Juliane Rebentisch, 98–117. Berlin: Kadmos, 2012.
- Reckwitz, Andreas. *Die Erfindung der Kreativität.* Berlin: Suhrkamp, 2013.
- Sandvoss, Cornel. *Fans: The Mirror of Consumption.* Cambridge: Polity, 2005.
- Schmidt-Lux, Thomas. Geschichte der Fans. *Fans: Soziologische Perspektiven.* Eds. Jochen Roose et al, 47–68. Wiesbaden: Springer, 2010.
- Schouten, John W. und James H. McAlexander. Subcultures of Consumption: An Ethnography of the New Bikers. *Journal of Consumer Research* 22.1 (1995): 43–61.
- Sturtevant, Elaine. Die gleitenden Parameter der Originalität. *Original: Symposium Salzburger Kunstverein*, 130–137. Ostfildern: Hatje-Cantz, 1995.
- Toffler, Alvin. *The Third Wave.* New York: Bantam Books, 1980.
- Winter, Rainer. Medien und Fans – Zur Konstitution von Fan-Kulturen. *Kursbuch Jugendkultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende.* Ed. SPoKK, 40–53. Mannheim: Bollmann, 1997.
- Zaremba, Jutta. FanArt – kreative Bastionen jugendlichen Fantums im Internet. *Intercool 3.0. Ein Kompendium zur aktuellen Jugendkulturforschung.* Eds. Birgit Richard und Heinz-Hermann Krüger, 347–357. München: Fink, 2010.
- Zaremba, Jutta. Freud & Leid des Selbstlernens. *bedo/art/scenes: Hedonismus in Kunst und Jugendkulturen.* Ed. Jutta Zaremba, 187–198. München: kopaed, 2013.
- Zaremba, Jutta. Zu den Künsten einer JugendKunstOnline: FanArt. *Digitale Jugendkulturen.* Ed. Kai-Uwe Hugger, 105–122. Wiesbaden: Springer VS, 2013.
- Zaremba, Jutta. Kollektive Kreativitäten der FanArt-Szene. *What's Next? Art Education.* Eds. Torsten Meyer et al. Berlin: Kadmos, erscheint 2014.
- Zuschlag, Christian. »Die Kopie ist das Original – Über Appropriation Art. Déjà-vu? Die Kunst der Wiederholung von Dürer bis YouTube. *Ed. Ariane Mensger, 126–135. Bielefeld: Kerber, 2012.*