

Louisa Ellen Stein: Millennial Fandom: Television Audiences in the Transmedia Age

Iowa City: University of Iowa Press 2015, 228 S., ISBN 9781609383558, USD 24,-

Innerhalb der letzten Jahre sind mediale Fankulturen diskursiv in den Mainstream eingegangen, argumentiert Louisa Ellen Stein in *Millennial Fandom*, und untersucht anhand einer Reihe von Fallstudien diskursanalytisch, welche Aspekte und wiederkehrende Motive das Selbstverständnis von Serien-Fans sowie ihre Wahrnehmung durch die Medienindustrie aktuell prägen. Die meisten der von Stein untersuchten Diskurs-Beispiele aus dem Radius der US-amerikanischen Web- und Fernsehserien *Glee* (2009-2015), *Gossip Girl* (2007-2012), *Kyle XY* (2006-2009), *Pretty Little Liars* (2010-), *Supernatural* (2005-), *The Lizzy Bennet Diaries* (2012-2013) und *Veronica Mars* (2004-2007) finden im Internet statt.

Stein arbeitet mit einer sehr breit aufgestellten Auswahl aus Pressematerial, einzelnen Fan-Postings, serienanalytischen Beobachtungen, Situationen der Rezeption und Interaktion von Fans mit Stars, Medien und ihren Macher_innen. Da hier jeweils völlig unterschiedliche narrative, institutionelle und produktionspezifische Kontexte hineinspielen, wirkt die Analyse oft schlaglichtartig. Der Grund für diese Unausgewogenheit liegt vermutlich darin, dass drei separate Studien Steins, die 2010 und 2013 als Aufsätze publiziert wurden, im Nachhinein für eine übergeordnete Argumentation zum titelgebenden Thema zusammengezogen wurden.

Die Autorin sieht in den aufgeführten Beispielen eine bestimmte

Generation repräsentiert: die der zwischen 1982 und 2004 geborenen „Millennials“ (vgl. S.5). Der Begriff stammt aus der Generationentheorie der US-amerikanischen Historiker Neil Howe und William Strauss, die Typisierungen von Gruppen der amerikanischen Gesellschaft vornahmen, indem sie ihnen aufgrund ähnlicher soziokultureller Einflüsse gemeinsame Ideale und typische Eigenschaften attestierten (wie etwa den ‚Babyboomers‘ oder der ‚Generation X‘). Aufgewachsen mit digitaler Technologie, sei den Millennials bewusst, dass Konzerne und wirtschaftliche Interessen ihr Leben zu einem großen Teil mitbestimmen, es überwiege aber eine optimistische Grundhaltung, welche Stein als Motiv einer „millennial hope“ (S.25f.) begreift. Millennials und Fans haben laut Stein eine gemeinsame Grundlage: „Like millennials, media fans have come to be known as digitally resourceful (and/or overdependent) and community oriented“ (S.3). Steins Überlegungen fußen auf dem seit den späten 1980ern in den Cultural Studies verbreiteten Verständnis von Fans als aktiven Rezipient_innen, und sie argumentiert, dass sich die Rezeptionspraktiken von Fankultur und Mainstream innerhalb der erwähnten Generation diskursiv aufeinander zu bewegen.

Zunächst analysiert Stein die dramaturgische Strategie der Musical-Serie *Glee*, den optimistischen und kulturelle Diversifikation bejahenden Zeitgeist der Millennials einzufangen und sich dabei gezielt fankulturelle gemeinschaftsorientierte Praktiken anzueignen (z.B. in Form von gruppenspezifischem Jargon).

Mit dem Begriff „Gleeks“ (S.55f.) als – von diesen bereitwillig übernommene – Bezeichnung für ihre Fans, nähmen die Produzierenden ein Branding ihrer Rezipient_innen vor, das der semantischen Logik typischer Fankommunikation folge (Fans der Serie *The X-Files* [1993-2002] nennen sich beispielsweise X-Philes).

TV-Serien wie *Veronica Mars*, *Gossip Girl* und *Pretty Little Liars*, so argumentiert Stein im zweiten Teil, wiesen Charaktere und Handlungsstränge auf, die – an Motiven des *Film Noir* orientiert – eine negative Seite von Gemeinschaft im digitalen Zeitalter verkörperten. Online-Mobbing als Tatbestand und weibliche „filles fatales“ (S.94) als mit digitalem Werkzeug ausgestattete Intrigantinnen oder Detektivinnen seien wiederkehrende Motive solcher Narrationen und verdeutlichten Versuchungen und Gefahren der Ermächtigung durch neue Technologien. Im dritten Teil beschreibt die Autorin Verkomplizierungen des Verhältnisses von Fans und Produzent_innen, die sich durch kommunikative Rituale auf Twitter oder Tumblr äußerten und mit einer gemeinsamen Zurschaustellung privater und affektiver Informationen in einer „culture of feels“ (S.154) mündeten.

Stein ordnet ihr Werk der dritten Welle der Fan Studies zu, die Fankultur als Alltagsphänomen begreift, und beschreibt anschaulich Resultate der medial bedingten Öffnung fankultureller Nischen in sozialen Netzwerken. Wer verallgemeinernde Generationenkonzepte nicht grundsätzlich ablehnt, wird in Steins Ausführungen allenfalls ver-

missen, dass sie auch auf andere Generationen im Fankontext eingeht. Mit „millennial noir“ (S.77f.) und „millennial hope“ (S.25f.) benennt sie Motive, die sich in einer Reihe weiterer kontemporärer Kulturprodukte wiederfinden lassen. Allerdings resultiert der exzessive Gebrauch dieser Etiketten in einer Unschärfe. So benennt Stein alles, was negativ und mit dem aktuellen Zeitgeist assoziiert ist, als „noir“ oder „noiresque“ (S.9) – sei es die Praktik des Raubkopierens unter Fans oder das serienimmanente Online-Mobbing einer Figur.

Die Schnelllebigkeit der Serienlandschaft hat zur Folge, dass Steins

Leser_innen ihr in Bezug auf die behandelten Gegenstände weit voraus sind. Bei populärkulturellen, noch in der Entstehung befindlichen Artefakten ist ein solcher inhaltlicher Versatz häufig kaum zu vermeiden. Trotz der erwähnten Ungenauigkeiten im Vorgehen handelt es sich bei *Millennial Fandom* um eine gut strukturierte Abhandlung mit gewinnbringenden Einzelbeispielen, die auch einen Beitrag dazu leistet, die dynamische Gegenwartskultur zu dokumentieren.

Sophie G. Einwächter (Marburg)