

Rebecca Williams: Post-Object Fandom: Television, Identity and Self-Narrative

New York/London: Bloomsbury 2016, 235 S., ISBN 9781501319983, GBP 29,99

In den Fan Studies wird oft die Frage bearbeitet, wann und unter welchen Umständen Menschen ihre Leidenschaft zu einem Objekt entdecken und

beginnen, sich als Fans zu begreifen. Rebecca Williams eröffnet in *Post-Object Fandom* eine andere Perspektive, indem sie eine Reihe von potenziellen

Krisen fokussiert, die sich für Serien-Fans innerhalb ihrer Beziehung zu einem Fan-Objekt ergeben und die ihr Bekenntnis zum Lieblingsgegenstand infrage stellen können. Der Begriff ‚Post-Object‘ verweist dabei auf ein Ende des favorisierten Narrativs, auf den Tod einer Figur oder gar eines Darstellers. Dies sind Situationen, in denen das Fan-Objekt nicht mehr in bisheriger Weise zur Verfügung steht und fankulturelle, affektive oder interpretative Reaktionen einen Wandel durchlaufen.

Williams arbeitet Fandom-übergreifend und analysiert empirisch erhobenes Material aus den Jahren 2004 bis 2013: Nutzer_innenkommentare aus Foren der TV-Fanseite Television Without Pity sowie Ergebnisse aus einer Online-Umfrage mit 66 Beteiligten. Um die Erschütterung zu theoretisieren, die ein fankulturelles Selbstverständnis erfahren kann, wenn beispielsweise ein Serientext wie *Lost* (2004-2010) endet, stützt Williams sich auf zwei Konzepte des Soziologen Anthony Giddens: „pure relationships“ (S.20), wie Fans sie zum Fan-Objekt oder zu anderen Fans unterhielten, würden um ihrer selbst Willen eingegangen und dauerten so lange an, wie die Beteiligten einen Gewinn daraus zögen; mediale Produkte würden zum Selbstbild der Fans beitragen und ein Gefühl der „ontologischen Sicherheit“ (vgl. S.21) begründen. Sowohl die genannten Beziehungen, als auch das aus ihnen erwachsende Sicherheitsgefühl würden jedoch durch externe Faktoren – wie etwa das Ende eines

Serientextes – bedroht, worauf Fans auf unterschiedliche Weise reagierten.

Williams macht drei vorherrschende Diskurse innerhalb der Reaktionen von Fans aus: Im so genannten „Reiteration Discourse“ (S.79-101) versicherten Fans sich demonstrativ, etwa durch wiederholtes Rezipieren und das Veröffentlichen von Abschiedsnachrichten und Trauerbekundungen online der Bedeutung ihres Fan-Objektes für die eigene Entwicklung und Identität. Ein „Rejection Discourse“ (S.103-123) sei oftmals vorzufinden, wenn Fans mit dem Verlauf oder Ende einer Geschichte nicht einverstanden seien und so in extremen Fällen sogar von Fans zu „Anti-Fans“ würden (vgl. Gray, Jonathan: „New Audiences, New Textualities Anti-Fans and Non-Fans.“ In: *International Journal of Cultural Studies* 6 [1], 2003, S.64-81), die ihr vormaliges Fan-Objekt fortan leidenschaftlich ablehnten. Williams nimmt hier mehrfach Bezug auf C. Lee Harringtons Idee einer TV-Serien-spezifischen Trauer- und Todeskultur (vgl. „The Ars Moriendi of US Serial Television: Towards a Good Textual Death.“ In: *International Journal of Cultural Studies* 16 [6], 2013, S.579-595). Beide betonen, Fans empfänden ein Anrecht auf einen ‚guten Ausgang‘ eines Narrativs – im Sinne eines dem Narrativ gerecht werdenden Endes und nicht etwa eines ‚Happy Endings‘. So werde es als unterlassene Pflicht von Seiten der Produzent_innen verstanden, wenn ein Text unzufriedenstellend zu Ende ginge (vgl. S.123). Im „Renegotiation Discourse“ (S.126-142) fänden sich schließlich Verhandlungen

beider Positionen. Eine gängige Strategie sei es, das eigene Fandom nicht an einem einzelnen Objekt festzumachen, sondern – befördert durch transmediale Narrative und hohen Output der TV- und Streaming-Produktion – das Fansein auf anderen Pfaden fortzuführen, etwa einem Darsteller oder einer Drehbuchschreiberin in andere narrative Sphären folgend. Hierin drücke sich eine ‚ontologische Sicherheit‘ nicht einem einzelnen Fan-Objekt, sondern vielmehr einer generellen seriellen Produktionskultur gegenüber aus, die immer wieder neue Texte hervorbringe und so gestatte, an frühere Beziehungen anzuknüpfen (vgl. S.140).

Mit „Interim Fandom“ prägt Williams schließlich einen neuen Begriff, der jenen Zustand beschreiben soll, der eintritt, wenn ein Fan über den Fortgang eines seriellen Produktes im Unklaren gelassen wird – „when texts are perceived to be in some sort of limbo or liminal space between ‚alive‘ and ‚dead‘“ (S.192). In solchen Fällen bliebe ihnen die Möglichkeit, eigene Fortsetzungen in Form von Fanfiction zu verfassen (vgl. S.165-196), was allerdings nur von einem Fünftel der Befragten umgesetzt wurde, oder darauf zu hoffen, dass das Fan-Objekt per Medienwechsel – beispielsweise

ins Kino – doch noch zu Ende geführt werde.

Williams‘ Buch besticht vor allem durch seine gut strukturierte Fülle von Kommentaren und ist als eine der wohl letzten Studien, die sich mit der Plattform *Television Without Pity* auseinandersetzt, auch als Zeitdokument zu verstehen. Erwähnenswert sind auch ihre Ergebnisse zur Nutzung unterschiedlicher medialer Angebote wie DVD- oder Blu-Ray-Box-Sets und Streaming, die für das wiederholte Ansehen im affirmierenden Post-Object-Fandom zentral sind. Es geht hervor, dass diese Medien zu unterschiedlichen Zwecken und teils parallel genutzt werden: Während Box-Sets einen wichtigen Besitz darstellten, der Sicherheit signalisiere, ergänzten beispielsweise Streamingangebote das Repertoire an Beziehungsangeboten mit dem Produkt (vgl. S.160ff.). Lohend ist Williams‘ unterhaltsamer und gut lesbarer Beitrag überdies, weil er der generellen Gegenwartsorientierung der Cultural Studies entgegenarbeitet und demonstriert, wie fruchtbar eine Auseinandersetzung auch mit eingestellten Texten für die Zuschauer_innenforschung sein kann.

Sophie G. Einwächter (Marburg)