

Vera Cuntz-Leng

Einführung: konsumieren, partizipieren, kreieren

2014

<https://doi.org/10.25969/mediarep/12952>

Veröffentlichungsversion / published version

Sammelbandbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Cuntz-Leng, Vera: Einführung: konsumieren, partizipieren, kreieren. In: Vera Cuntz-Leng (Hg.): *Creative Crowds. Perspektiven der Fanforschung im deutschsprachigen Raum*. Marburg: Büchner 2014, S. 9–16. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/12952>.

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/>

Einführung: konsumieren, partizipieren, kreieren

Vera Cuntz-Leng

»Fandom is a way of life« (FIAWOL) ist ein bekannter und eingängiger Slogan, der bereits vor sechzig Jahren im Science-Fiction-Fandom populär war – oft zitiert in Opposition zu FIJAGH (»Fandom is just a goddamn hobby«). Die Identifikation mit diesem Credo ist nach wie vor immens, vielleicht größer als je zuvor. Denn anders als zu Beginn dessen, was wir heute darunter verstehen, wenn wir von »Fankultur« sprechen, ist Fandom keine Begleiterscheinung mehr, keine juvenile Flause, die vorüber geht. Die landläufigen Vorstellungen von Fans¹ als hysterische Teenies, nerdige Stubenhocker oder aggressive Hooligans haben eine drastische Wandlung erfahren. Während vor ein paar Jahren Trekkies, Potterheads, Live-Rollenspielern, Hardcore-Gamern, Furies, Visus oder Gothics noch mit Argwohn, Unverständnis und Spott begegnet wurde, debattiert heute jeder über die *Hobbit*-Verfilmungen, wartet ungeduldig auf die nächste Staffel von *Sherlock* und muss sein Ramones- oder Metallica-Shirt nicht beim Indie-Versand bestellen, sondern kann es direkt bei *H&M* kaufen. Selbst beim Kinderfasching tummeln sich mittlerweile mehr kleine Spider- als Feuerwehrmänner.

Auf internationaler Ebene ist für diese Entwicklung zunächst der Erfolg von Fernsehserien wie *Star Trek* und *The Man from U.N.C.L.E.*

1 Im vorliegenden Band wird einheitlich die männliche Form verwendet, wir sind uns der dahinterliegenden simplifizierenden Problematik bewusst und verstehen Geschlecht als vielgestaltiges Verhandlungsfeld, das komplexer ist als »männlich« und »weiblich«, weshalb wir von Formulierungen wie »Spieler/innen« oder »SpielerInnen« Abstand genommen haben, da sie ein binäres Geschlechterverständnis implizieren und zementieren, dem entgegenzuwirken ist. Lediglich an Stellen, wo dezidiert nur weibliche Fans gemeint sind, wurde dies entsprechend kenntlich gemacht.

sowie das Aufkommen des Hollywoodblockbusterkinos seit den späten 1970er Jahren verantwortlich (*Star Wars*, *Alien*, *Indiana Jones*). Viele Zuschauer waren in einer Art und Weise von diesen Programmen begeistert, dass sie selbst tätig wurden: Fanzines herausgaben, Conventions organisierten, eigene Geschichten erfanden. In den 1990er Jahren setzte sich dieser Trend insbesondere beflügelt durch Kultfernsehserien wie *Twin Peaks*, *The X-Files*, *Buffy the Vampire Slayer* und *Dr. Who* fort – das sogenannte »Quality TV« der 2000er Jahre mit Beispielen wie *Lost*, *Heroes*, *Game of Thrones*, *Downton Abbey* und *Sherlock* fungiert hier wiederum als organische Weiterführung. Neben diesen sogenannten Media Fandoms sind auf der anderen Seite aber auch Entwicklungen in anderen Segmenten der Fankultur bedeutsam gewesen. Eine Kommerzialisierung von Sportevents wie der Fußballweltmeisterschaft oder dem Superbowl nahm zu. Durch das Fernsehen wurden sie zum großen Medienspektakel, und neue Fanpraktiken wie *Public Viewing* etablierten sich. Seit den 1970er Jahren wuchs außerdem die Popularität des neuen Mediums Computerspiel. *Space Invaders* ist hier als Meilenstein zu nennen, da Computerspiele nun von den *Arcades* ihren Weg in die heimischen Wohnzimmer gefunden hatten und somit einen größeren Rezipientenkreis erschlossen. Wichtig ist außerdem, dass die internationale Vermarktung von Anime und Manga im großen Stil begonnen hatte.

Doch erst durch das Internet (und die exzessive Rezeption von *Harry Potter* und *The Lord of the Rings* in den frühen 2000er Jahren) sind Fans und Fancommunities nicht nur sichtbarer, allgegenwärtiger geworden, sie sind endgültig im Mainstream angekommen. Im Unterschied zu den exklusiven Zusammenkünften der *Sherlock Holmes*-Gesellschaften in den 1930er Jahren oder den eingeschworenen Science-Fiction-Fanzirkeln der 1950er Jahre, spielen sich Fan-Sein und Fankultur heute jederzeit sichtbar und mitten in der Alltagswelt ab. Es scheint fast so als identifiziere sich jeder als Fan – ob von *Apple* oder von *Yu-Gi-Oh!* und *Zelda* ist dabei Nebensache.

Die Genese von Fandoms stellt einen Paradigmenwechsel bezüglich der Auffassung von und der Auseinandersetzung mit dem Rezipienten dar – vom machtlosen, leicht kontrollier- und beeinflussbaren Konsumenten hin zum aktiv partizipierenden Rezipienten und schließlich zum selbst schöpferisch Tätigen. Fans fungieren als sicht-

barste und mächtigste Rezipientengruppe, deren rückwirkender Einfluss auf die Produktion von Medien, Inhalten und Waren gar nicht hoch genug eingeschätzt werden kann.

Aus der Masse der Fans heraus werden immer wieder Medieninhalte kritisch hinterfragt und herausgefordert. Daher können Fandoms die Funktion erfüllen, fundamentale Themen unserer Gesellschaft zu adressieren – durch Fandoms können Fragen nach der Stabilität gegenwärtiger Vorstellungen von Identität, Geschlecht oder Sexualität gestellt werden; Fandoms können eine Plattform bieten, um kulturelle, historische und politische Ereignisse wie etwa ein wachsendes Sicherheitsbedürfnis bei gleichzeitiger Angst vor Überwachung zu debattieren; Fandom kann auf stereotype Darstellungen von Minderheiten in den Medien hinweisen und diese demontieren. Dabei nehmen Fans aktiv am Prozess der Medienproduktion teil, indem sie kreativ eigene Inhalte wie Kunstwerke, Basteleien, Comics, Texte, Videos, Musik oder Spiele generieren und publizieren. Damit erobern Fans auch aktiv für sich selbst, ihre Interessen und Perspektiven, ihre Identität als Fans und ihren kreativen Output einen Platz in der Popkultur.

Die Schlüsselfunktion des Internets lässt sich in diesem Zusammenhang in den neuartigen Möglichkeiten der Partizipation und des Austauschs identifizieren. Es vereinfacht die Beschaffung von Informationen, eröffnet neuen Publika Zugang und offeriert neue gestalterische Ausdrucksmöglichkeiten in der Erschaffung von Fanproduktionen (zum Beispiel durch Bildbearbeitungs- und Videoschnittsoftware). Das Internet leistet somit einen essentiellen Beitrag in der generellen Demokratisierung von Medien. Dieser Prozess ist längst nicht abgeschlossen.

Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Fandom beschränkt sich bislang fast ausschließlich auf den anglo-amerikanischen Raum. Zeitgleich ist aufgrund der diffusen Grenzen im Internet eine – möglicherweise unbeabsichtigte – Ignoranz gegenüber nationalen Spezifika von Fandoms und eine gewisse Tendenz zu Pauschalisierungen seitens der Fanforschung auszumachen. Daher möchte der vorliegende Band einen Baustein liefern, eben diese eklatanten Mängel zu beheben und den interdisziplinären Diskurs über Fandom in der deutschsprachigen Wissenschaftslandschaft zu eröff-

nen. Wir müssen zunächst feststellen, wie nationale Fandoms und Fanggemeinschaften bzw. nationale Ausprägungen transnationaler Phänomene aussehen, um auf dieser Basis einen internationalen und interkulturellen Vergleich anstellen zu können. Ausgehend von der Prämisse, dass die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Fans unumgänglich für die Diskussion von und über Kultur im 21. Jahrhundert ist, kann die Reflexion nationaler Fankultur die Grundlage bilden, um zum Beispiel über Zustand und Funktionsweise internationaler Medienlandschaften und -märkte nachzudenken, über kulturelle (nationale) Identität im globalen Kontext sowie die Bedeutung des Internets für kulturelle Integration und Diversifikation zu reflektieren. Eine alleinige Untersuchung von offiziell produzierten und vermarkteten Medieninhalten und Kulturprodukten ist in diesem Zusammenhang aus Gründen einer zunehmenden globalen Konvergenz nicht mehr ausreichend – wir sollten auch aus akademischer Perspektive die größeren Entfaltungsspielräume nutzen, die Fancommunities erschlossen haben.

Der vorliegende Band versammelt Beiträge aus unterschiedlichen wissenschaftlichen Disziplinen, deren Diversifikation der Perspektiven nicht nur die Mannigfaltigkeit der Forschungsgegenstände »Fans«, »Fankulturen« und »Fanaktivitäten« abbildet, sondern auch verdeutlicht, inwiefern die wissenschaftliche Diskussion derselben ganz verschiedene Forschungsfelder berührt. Daher richtet sich das Buch gleichermaßen an Sozial- und Kommunikationswissenschaftler, an Literatur-, Film-, Kunst-, Theater- und Medienwissenschaftler, an Forscher im Bereich der Cultural Studies, der Game Studies und der Genderforschung, an Pädagogen und Philosophen.

Einführend weist *Kristina Busse* auf eben jene interdisziplinäre Qualität in der kritischen Auseinandersetzung mit Fans hin. Sie reflektiert nicht nur den bisherigen wissenschaftlichen Diskurs mit besonderem Fokus auf den Media Fan Studies, sondern adressiert außerdem die Relevanz von nationalen und transnationalen Fanstudien und gibt Ausblick auf zukünftige Fragestellungen in diesem Feld.

Anja Löbert versetzt uns zunächst zurück in die Zeit vor dem Internet, indem sie das Popfandom (»Bandom«) um die britische Boyband Take That in den 1990er Jahren beschreibt. Kreative Praktiken und ihre Implikationen, wie das Erstellen von Freundschaftsbüchern oder der Tausch und die Verbreitung von Backstagefotos, werden diskutiert. Abschließend wird auch die Rolle des digitalen Wandels auf das Take That-Fandom in den Blick genommen. *Carla Schriever* bewegt sich mit Prince ebenfalls in einem Popfandom, das sogar auf eine noch längere Geschichte zurückblicken kann als Take That. Dabei interessiert sie sich vor allen Dingen für das Verhältnis männlicher, heterosexueller und langjähriger Prince-Fans zu ihrem Star. Fragen nach dem Nähe-Distanz-Erleben von Fans spielen hier eine große Rolle, die wiederum auch *Sandra Mauler* in ihrem Beitrag über die Bedeutung von Sozialen Netzwerken wie *Twitter*, *tumblr* oder *Facebook* in Fangemeinschaften zu Fernsehserien verfolgt. Vom Prince-Konzerterlebnis in Schrievers Beitrag verlagert Maulers Text nun das Erleben »tatsächlicher« bzw. »imaginierten« Nähe und Distanz von Fans zu Stars und auch innerhalb der globalen Fangemeinschaften selbst in den virtuellen Raum des Internets.

Nun ausschließlich im Netz bewegt sich auch *Ramón Reichert*, der anhand von drei Beispielen (Makeup-Videos auf *YouTube*, Machinima zur Computerspielserie *The Sims* und von Fans erstellte Netzcomics) aufzeigt, inwiefern der Fan im Internet selbst zum transmedialen Geschichtenerzähler wird. *Markus Wiemker* und *Jeffrey Wimmer* beleuchten, inwiefern Computerspielfans in den Kreislauf der Medienkultur eingebunden sind, sich also aktiv das Rezipierte aneignen, sich damit identifizieren und es modifizieren (zum Beispiel durch die Erstellung eigener Inhalte oder das Erfinden alternativer Spielmodi, aber auch durch Reflexion, Aneignung und Modifikation der in den Spielen repräsentierten Geschlechterbilder). *Tom Reiss* schlägt mit seiner Untersuchung über das Let's Play-Phänomen, das er mit den ästhetik-theoretischen Überlegungen Adornos und Rancières zusammenbringt, die Brücke zwischen Gaming und Vidding.

Die Beiträge von Dubil und Etten befassen sich beide mit verschiedenen Viddingprojekten, genauer gesagt mit den deutschsprachigen Fundubs *Lord of the Weed* und *Sinnlos im Weltraum*. *Janwillem Dubil* stellt zunächst eine Klassifikation der unterschiedlichen Vid-

dingpraktiken vor, die von Fans praktiziert werden, und zeigt dann auf, inwiefern *Lord of the Weed* sein Ausgangsmaterial aus Peter Jacksons Fantasyblockbuster *The Lord of the Rings: The Fellowship of the Ring* überschreibt bzw. löscht. *Jonas Etten* erarbeitet für das wohl bekannteste deutsche *Star Trek*-Viddingprojekt *Sinnlos im Weltraum* eine dreigliedrige Taxonomie der Fundub (Konstituierung der Charaktere, Gestaltung der Dialoge und Konstruktion von Handlungsverläufen), die er unter formalen und pragmatischen Gesichtspunkten analysiert.

Viddingprojekte wie *Sinnlos im Weltraum* oder *coldmirrors Harry Potter und der geheime Pornokeller* interessieren *Sophie Einwächter* neben anderen Fanproduktionen wie Fanwebsites oder Fanfiction unter ökonomischen Gesichtspunkten. Sie zeigt auf, inwiefern Fans selbst als Innovatoren fungieren, zu Infopreneuren oder gar Stars werden. Am Beispiel von Fanfiction denkt im Anschluss *Karina Geiger* ebenfalls über die Möglich- und Unmöglichkeiten einer Vermarktbarkeit von fan-generierten Inhalten nach, indem sie die Beziehung deutscher Verlage zum Fanfiction-Phänomen darstellt und kritisch reflektiert.

In meinem eigenen Aufsatz (*Vera Cuntz-Leng*) wird es ebenfalls um Fanfiction gehen, allerdings liegt mein Fokus auf der Skizzierung einer nationalen Fanfictionhistorie als Alternativgeschichte zur anglo-amerikanischen Entwicklung der Fanfiction. Nationale Besonderheiten der deutschsprachigen Fanfictioncommunity in transnationalen Fandoms sowie spezifisch deutsche Fandoms, die im internationalen Diskurs bislang unbeachtet geblieben sind, werden ebenfalls dargestellt. Im Anschluss daran erörtern *Hannah Birr* und *Meike Uhrig* das Hand-in-Handgehen der Entwicklung in der filmischen Repräsentation des Vampirs mit seiner Bedürfnisbefriedigungsfunktion für das Publikum, das in den letzten 100 Jahren Filmgeschichte einen markanten Wandel erfahren hat. Zu ihrem Thema wählen Birr und Uhrig einen multimethodischen Zugang, der hermeneutische Filmanalyse, qualitative Inhaltsanalyse von Fanfictions und Rezipientenbefragung miteinander verzahnt.

Um die Freiräume im Internet, die es braucht, um kreatives Denken, Handeln und Lernen überhaupt zu ermöglichen, geht es im Beitrag von *Thessa Jensen*, die ihre Überlegungen auf Csikszentmihalyis

Systemmodell der Kreativität stützt. Während sie über Kreativität am Beispiel von Fanfiction-Verfassern spricht, reflektiert *Jutta Zaremba* über Konsum- und Kreativitätssetzungen anhand der FanArt-Szene, die ihre Ressourcen ebenso offensiv verschwendet wie die Fanfiction-Verfasser, um eine freiwillige, kreative Gemeinschaft des Tauschens und Austauschens bilden zu können, die in der gemeinsamen Zuneigung für ein bestimmtes Fanobjekt und für Fanproduktionen allgemein zusammenfindet.

Eine andere Szene, nämlich die der Manga- und Animefans, betrachten *Christine Schulz und Eva Mertens* hinsichtlich der Frage, ob es sich hierbei tatsächlich um Jugendszenen handelt bzw. inwiefern sich verschiedene Generationen von Anime- und Mangabegeisterten konstituieren. Eine Affinität zu japanischer Popkultur lässt sich auch der Szene der Cosplayer in Deutschland attestieren, deren Geschichte, Charakteristika sowie ihren Berührungspunkte mit anderen Szenen *Laura Byell und Karishma Schumacher* in ihrem Text nachgehen.

Fußballfans haben aufgrund der Popularität des Sports in Deutschland eine besondere Bedeutung, die sich zum Beispiel im Phänomen der Ultras manifestiert. *Gabriel Duttler* diskutiert die Ultra-Kultur im deutschen Fußball im Hinblick auf ihre Fähigkeit, das Stadion selbst auf kreative Art und Weise zum Ort des vereins- und verbandspolitischen Protests zu machen. *Fernando Schwenke* nimmt dann abschließend eine andere Position zu den Ultras ein, in dem er vor der Folie von wachsendem Sicherheitsbedürfnis und gleichzeitigem Wunsch nach Freiheit das Spannungsverhältnis zwischen Vereinen, Fans, Presse und Polizei analysiert.

Viele Personen haben ihre Zeit und ihr Know-How in dieses Buchprojekt investiert. An dieser Stelle möchte ich aber vor allen Dingen Rafael Bienia (Maastricht University), Isabella van Elferen (Kingston University London), Nadine Farghaly (Universität Salzburg), Ingrid Hotz-Davies (Eberhard Karls Universität Tübingen), Ruth Knepel (Goethe-Universität Frankfurt), Christof Leng (International Computer Science Institute Berkeley), Sonja Loidl (Universität Wien), Jonas Nesselhauf (Universität Vechta), Andreas Rauscher (Johannes Gu-

tenberg-Universität Mainz), Markus Schleich (Universität des Saarlandes), Irene Schütze (Kunsthochschule Mainz) und Meike Uhrig (Eberhard Karls Universität Tübingen) ganz herzlich danken, ohne deren hervorragende Unterstützung und Expertise dieser Sammelband nicht hätte realisiert werden können. Mein Dank gilt außerdem dem Büchner-Verlag für die ausgezeichnete Betreuung, ganz besonders Andreas Kirchner für sein offenes Ohr und seine wertvollen Hinweise. Danken möchte ich außerdem noch Alex Grey, der die Idee und Grundlage für das Cover freundlicherweise zur Verfügung gestellt hat.