

Karina Kellner: Fan-Sein als alltägliche und kulturelle Aneignungspraxis. Faszination – Motivation – Rezeption

Münster: Waxmann 2020, 333 S., ISBN 9783830940975, EUR 34,90

(Zugl. Dissertation an der Friedrich-Schiller-Universität Jena 2018)

Die Volkskundlerin Karina Kellner fragt in ihrem 2018 eingereichten und nun publizierten Dissertationsprojekt nach den Auswirkungen des Fan-Seins auf den Alltag sowie nach der Herkunft des Phänomens und seinen unterschiedlichen Ausprägungen.

Die Arbeit lässt sich im Wesentlichen in zwei Teile gliedern. Im einführenden Teil werden Grundlagen über verwendete Termini, historische Vorbedingungen sowie angewandte Methoden vorgestellt. Anschließend werden in einem praktisch auswertenden und interpretativen Teil die 19 der Arbeit als Grundlage dienenden narrativen Interviews umfangreich aufgearbeitet.

Den Beginn macht ein Kapitel, in dem der Begriff ‚Fan‘ grundlegend definiert, etymologisch hergeleitet und die historische Entwicklung dieses Phänomens nachzeichnet wird (vgl. S.12-51), beginnend mit Goethes *Die Leiden des jungen Werther* von 1774. Als Hintergrund führt die Autorin unter anderem Sinn- und Identitätsstiftung, Orientierungshilfe während des Erwachsenwerdens, Suche nach Gemeinschaft und Alltagsflucht an.

Auf dieses erste Kapitel folgt eine kurze Abhandlung zum Begriff ‚Star‘ als notwendiger Gegenpol zum Fan sowie seiner historischen Genese (vgl. S.52-75). Die nächsten beiden Kapitel lesen sich wie ein Grundlagenwerk über

die Einführung in die Geschichte und die Methoden der Disziplinen der *Cultural Studies* und der Volkskunde (vgl. S.76-98,99-111). Obwohl die Autorin die Geschichte, Begrifflichkeit und Bedeutung von populärer Kultur, *Cultural Studies* sowie die Methode des narrativen Interviews verständlich darlegt, beinhalten diese doch lediglich die Vermittlung von Basiswissen. Mit Kapitel fünf (vgl. S.113ff.) kehrt die Autorin unter Heranziehung von Zitaten aus den von ihr geführten und ausgewerteten Interviews zurück zum eigentlichen Forschungsgegenstand. Die Herleitung bestimmter, das Fan-Sein betreffender Phänomene und Merkmale wird den Leser_innen aus diesen Erfahrungsberichten plausibel und nachvollziehbar dargelegt. Dabei benennt Kellner die wichtigsten Qualitäten des Fan-Seins als folgende, ihm zugrunde liegende Tätigkeiten und Zustände, die sie unter Hinzuziehung der Interviewantworten genauer analysiert: Informieren (S.131-145), Kommunizieren (S.146-173), Sammeln (S.174-209), Kreativ-Sein (S.210-234), Erleben (S.235-275) und Fan-Star-Beziehung (S.276-302).

Die Autorin schreibt verständlich und terminologisch präzise. Die herangezogenen Zitate sind gut platziert und treffend ausgewählt. Schade ist allerdings, dass bei der Auswahl der Interviewpartner_innen zwar

auf die gleichmäßige Verteilung im Alter, im Geschlecht und in der sozialen Position geachtet wurde, nicht jedoch auf eine kulturelle Vielfalt. Dadurch verspielt sich die Publikation interessante Ansatzpunkte innerhalb ihrer Untersuchung. Die Fragen, ob es etwa Unterschiede des Fan-Seins in verschiedenen Ländern und Kulturen gibt oder ob die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Religion den Umgang mit dem Fantum verändert, ignoriert die Autorin völlig. Die Erörterung der Frage nach dem Fan-Sein als Ersatzreligion fügt sie als Exkurs ein und zieht ausschließlich Parallelen mit der Institution der christlichen Kirche heran (vgl. S.271-275). Obwohl sie zu einem früheren Zeitpunkt feststellt: „Überspitzt ausgedrückt könnte man das Fan-Sein also als eine Art Ersatzreligion betrachten“ (S.18), negiert sie am Ende des Exkurses diese Möglichkeit, ohne auf weiterführende Publikationen (z.B. Bickerdike, Jennifer Otter. *The secular religion of fandom: pop culture pilgrim*. Sage, 2015) einzugehen.

Die Publikation berücksichtigt deutsche Forschungsliteratur bis 2016,

fremdsprachige Titel nimmt sie, mit einer Ausnahme, nicht auf, was beim Forschungsfeld der Fan Studies, das sich vornehmlich im angloamerikanischen Raum etabliert hat, eklatant ist. Damit verringert sich die Bedeutung dieser Publikation für die internationale Forschung beträchtlich, lässt sie doch wichtige neuere Ansätze außer Acht. Mediale Neuerungen über diesen Zeitpunkt hinaus und deren Relevanz für die Entwicklung des Star- bzw. Fan-Seins in den sozialen Medien wurden vor der Drucklegung nicht mehr ausreichend eingearbeitet. Weder der Begriff ‚Influencer‘ noch die mittlerweile für das Generieren von Fans wichtigen Plattformen wie Instagram oder TikTok werden genannt, wodurch eine wirkliche Aktualität fehlt. Behandelte Themenkomplexe werden leicht verständlich erörtert, was das Buch für ein interessiertes Laienpublikum öffnet. Ansonsten hätte dem Buch eine stärkere Fokussierung auf das eigentliche Forschungsthema sowie eine Horizonterweiterung über unsere Landesgrenzen hinaus gutgetan.

Iris Haist (Köln)