

Hanns Christian Schmidt

Von Star Wars zu Culture Wars. Worldbuilding, Worldmaking und toxische Fans einer (nicht allzu) weit, weit entfernten YouTube-Galaxie

2020

<https://doi.org/10.25969/mediarep/23477>

Veröffentlichungsversion / published version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Schmidt, Hanns Christian: Von Star Wars zu Culture Wars. Worldbuilding, Worldmaking und toxische Fans einer (nicht allzu) weit, weit entfernten YouTube-Galaxie. In: *AugenBlick. Konstanzer Hefte zur Medienwissenschaft*. Heft 78/79: Smarte Serienfans Resistente Praktiken der Teilhabe in Fangemeinschaften (2020), S. 65–82. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/23477>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0/ deed.de Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution - Share Alike 4.0/deed.de License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

Von STAR WARS zu Culture Wars

Worldbuilding, Worldmaking und toxische Fans einer (nicht allzu) weit, weit entfernten *YouTube*-Galaxie

1 «Kill it, if you have to.» Toxische und professionelle Fans des größten Erzähluniversums aller Zeiten

Als STAR WARS: THE LAST JEDI¹ Ende 2017 weltweit in die Kinos kam, schien eine Sache völlig klar zu sein: Es handelt sich um ein «complete cinematic failure.»² Es ist ein Film, der eines der beliebtesten und profitabelsten Unterhaltungsfranchises in der Geschichte des Kinos in «a divisive and embarrassing train wreck of biblical proportions»³ verwandelt und dabei beliebte Filmfiguren unserer Vergangenheit opfert («and that's just nasty to my childhood, okay?»).⁴ Aber: STAR WARS: THE LAST JEDI scheint gleichzeitig auch voller «ineffable spirit and grandeur»⁵ zu sein; mit Szenen, die den Eindruck vermittelten, als würde ein «maestro [...] a concerto the size of the cosmos»⁶ dirigieren.

Kurz gesagt: STAR WARS: THE LAST JEDI polarisiert. Das Auffälligste und Überraschendste an den auseinandergehenden Reaktionen besteht jedoch in der deutlich auszumachenden Spaltung zwischen klassischer Filmkritik auf der einen und neueren Formen der Publikumsbewertung auf der anderen Seite. Wo etablierte Kritiker*innen im Film eine erfrischende Perspektive auf schal gewordene narrative Formeln und abgegriffene stilistische Gemeinplätze sahen, da machten tausende von STAR WARS-Fans ihrem Ärger auf Online-Plattformen Luft: Review-Aggregatoren

- 1 Rian Johnson: STAR WARS. THE LAST JEDI. USA: Lucasfilm Ltd., 2017.
- 2 Vito (Vito Gesualdi): The Last Jedi: A Complete Cinematic Failure. In: *YouTube*, 22.05.2018, <https://youtu.be/5ECwhB21Pnk> (10.09.2020).
- 3 Will Jordan (The Critical Drinker): The Last Jedi, and the Assassination of Luke Skywalker. In: *YouTube*, 09.07.2018, <https://youtu.be/Wr5A93glKqk> (10.09.2020).
- 4 The Daily Wire (The Daily Wire): Ben Shapiro Reviews Star Wars: The Last Jedi (SPOILERS). In: *YouTube*, 19.12.2017, <https://youtu.be/B-t4bU3-lHA> (10.09.2020).
- 5 Mahnola Dargis: Review: «Star Wars: The Last Jedi» Embraces the Magic and Mystery. In: *New York Times*, 12.12.2017, <https://www.nytimes.com/2017/12/12/movies/star-wars-the-last-jedi-review.html> (10.09.2020).
- 6 Alissa Wilkinson: The Last Jedi is a magnificent next step for the Star Wars universe. In: *CNBC*, 16.12.2017, <https://www.cnbc.com/2017/12/16/the-last-jedi-is-a-magnificent-next-step-for-the-star-wars-universe.html> (10.09.2020).

wie *Rotten Tomatoes*⁷ und *Metacritic*⁸ wurden von wutentbrannten Fans regelrecht geflutet, um den Film durch niedrige Bewertungen abzustrafen; auf *YouTube* wurden zahlreiche Videoessays veröffentlicht, die den Film in teilweise stundenlangen Videoanalysen verrissen und die Schauspielerin Kelly Marie Tran, die in der neuen Trilogie eine unbeliebte Nebenfigur spielt, wurde von unzähligen *STAR WARS*-Fans derartig hartnäckig angefeindet, dass sie ihre Social Media-Konten löschte.⁹

Es ist nicht ohne eine gewisse Ironie, dass gerade ein solches Verhalten den Einfluss unterstreicht, den Fans auf die Rezeption und die Deutungshoheit eines Medientexts haben. Fans sind offenbar keine «machtlosen, leicht kontrollier- und beeinflussbaren Konsument[*inn]en», sondern «aktiv partizipierenden Rezipient[*inn]en» und «selbst schöpferisch Tätige[,] deren rückwirkender Einfluss auf die Produktion von Medien, Inhalten und Waren gar nicht hoch genug eingeschätzt werden kann.»¹⁰ Offenbar haben sich gewisse Machtkonstellationen gedreht: Sind es nun nicht mehr allein Journalist*innen und die etablierten, professionellen Vertreter*innen der Filmkritik, die über das Privileg des abschließenden Urteils eines Spielfilms in der Öffentlichkeit verfügen – sondern vor allem passionierte *STAR WARS*-Fans selbst?

Auf einen zweiten Blick ist dieser Eindruck jedoch kaum haltbar. Die Arbeit, die sich viele (vermeintliche) Fans mit der Kommunikation ihrer Botschaften machen, welche dabei nicht nur kritische, sondern durchaus auch toxische Züge annehmen kann, hat sich seit geraumer Zeit professionalisiert. Sie hat ferner eine ganz eigene Rhetorik ausgebildet, die sich nicht nur in kulturellem Kapital, sondern auch monetär – etwa durch die bereits erwähnten Videoessays auf *YouTube* – wortwörtlich bezahlt macht. Dabei hat sich mit einer Konvergenz zwischen Fandom und dem professionellen Anfertigen von Rezensionen nicht nur die Filmkritik als kulturelle Form der Wissensvermittlung massiv gewandelt. Sie ist ferner zu einem verworrenen, kaum entzerrbaren Netz geworden, an dessen stets weiterwachsendem Gewebe sich ganz unterschiedliche Akteur*innen auf ganz unterschiedliche Weise beteiligen. Diese scheinen nicht nur vielfältige Interessen zu verfolgen, sondern sind oftmals ideologisch hochgradig auffällig – was das Urteil darüber, auf welche Akteur*innen die Bezeichnung «Fan» überhaupt zutrifft, immens erschwert.¹¹

Ein Versuch einer möglichen Entzerrung – zumindest an einer bestimmten Stelle – dieses Netzes soll hier dennoch gemacht werden. Dabei wird das Fallbeispiel *THE LAST JEDI* herangezogen, um einige Mechanismen zu beleuchten, die

7 Rotten Tomatoes, <https://www.rottentomatoes.com> (17.09.2020).

8 Metacritic, <https://www.metacritic.com> (17.09.2020).

9 Kelly Marie Tran: I Won't Be Marginalized by Online Harassment. In: *New York Times*, 21.08.2018, <https://www.nytimes.com/2018/08/21/movies/kelly-marie-tran.html> (10.09.2020).

10 Vera Cuntz-Leng: Einführung: konsumieren, partizipieren, kreieren. In: Dies. (Hrsg.): *Creative Crowds. Perspektiven der Fanforschung im deutschsprachigen Raum*. Marburg 2014, S. 9–16, hier: S. 10.

11 Vgl. Bridget Kies, William Proctor: Editors' Introduction: On toxic fan practices and the new culture wars. In: *Participations. Journal of Audience & Reception Studies* Nr. 15(1), 2018, S. 127–142, hier: S. 134.

hinter den aktuellen Formen eines solchen vermeintlichen Fan-Aktivismus am Werk sind. Meine These lautet dabei, dass toxische Formen des Fandom und «anti fandom»¹² sich als (relativ) neues Geschäftsmodell innerhalb einer größeren «fan world»¹³ begreifen lässt, das nicht zuletzt durch die Mechanismen der Videoplattform *YouTube* entstehen konnte. *STAR WARS* liefert dabei einen ganz besonders fruchtbaren Nährboden: Nicht nur als transmediale Welt, die ihre Faszination auf ganz entscheidende Weise einem medienübergreifenden «Worldbuilding»¹⁴ verdankt, sondern zugleich auch als Phänomen, das über Jahre hinweg verschiedene mentale Modelle unterschiedlicher Weltversionen evoziert hat, die von Fans intersubjektiv konstruiert wurden. Dies wird von mir in Anlehnung an den Philosophen Nelson Goodman als «Worldmaking»¹⁵ bezeichnet.

Die geradezu anti-nostalgische Anweisung des *STAR WARS*-Bösewichts Kylo Ren an die Protagonistin Rey – «Let the past die – kill it, if you have to» – wird damit auch zu einem Tagesordnungspunkt auf der Agenda vieler *YouTube*-*innen, die sich an aktuellen Iterationen dieser populären Erzählwelt programmatisch abarbeiten. Um meine These zu entwickeln, soll in den folgenden Abschnitten zunächst auf die Unterscheidung zwischen Worldmaking und Worldbuilding eingegangen werden. Im Anschluss daran wird illustriert, wie besonders über *STAR WARS* regelmäßig «User Generated Content» entsteht, der sich vor allem durch eine zynische, auf vulgärer Überbietung basierende Rhetorik auszeichnet, die letzten Endes politische Implikationen aufweist. Im letzten Abschnitt wird eine «neue Hoffnung» in Hinblick auf eine neue Form der Film- und *YouTube*-Literacy geworfen, die sich derzeit zu entwickeln scheint.

2 Von Worldbuilding, Worldmaking und ideologischen Weltbildern

Bevor wir uns der inhaltlichen Kontroverse im Fandom um *THE LAST JEDI* zuwenden, muss betont werden, dass ein heterogenes, kritisches Publikumsfeedback auf aktuelle Iterationen von historisch lange gewachsenen Franchises kaum überraschen sollte. *STAR WARS* ist dabei aus mehreren Gründen eine beachtliche Fallstudie. Am reinen Einspielergebnis in den jeweiligen Erscheinungsjahren gemessen ist *STAR WARS* – nur noch übertroffen vom *Marvel Cinematic Universe* – nicht

12 Jonathan Gray: New Audiences, New Textualities: Anti-Fans and Non-Fans. In: *International Journal of Cultural Studies* Nr. 6(1), 2003, S. 64–81, hier: S. 72.

13 Matt Hills: From Fan Culture/Community to the Fan World: Possible Pathways and Ways of Having Done Fandom. In: *Palabra Clave* Nr. 20(4), 2017, S. 856–883, hier: S. 869.

14 Eine Definition für Worldbuilding lautet beispielsweise: «the creation of an imaginary world and its geography, biology, cultures, etc. especially for use as a setting in science fiction or fantasy stories, games etc.» Jeff Prucher: *Brave New Words. The Oxford dictionary of Science Fiction*. New York 2007, S. 270.

15 Vgl. Nelson Goodman: *Weisen der Welterzeugung*. Frankfurt a.M. 2007.

nur die finanziell erfolgreichste Kinoserie der Welt, sondern neben den JAMES BOND-Filmen und den Iterationen um die Figur Batman auch das älteste aktive Spielfilm-Franchise unserer Zeit.¹⁶ Dabei teilen sich das *Marvel Cinematic Universe (MCU)* und *STAR WARS* eine Besonderheit: Im Gegensatz zu vielen anderen Franchises, die sich auf eine bestimmte Figur oder ein Figurenensemble beziehen und ihre Welt regelmäßig einem Reboot unterziehen, erschaffen die im Kino erscheinenden Filme um die Saga der Jedi-Ritter eine einzelne Storyworld – eine singuläre, kohärente Diegese, die als eine Art Container (oder «abstract content system»)¹⁷ fungiert, in der die verschiedenen Geschichten angesiedelt sind und sich darin weitestgehend widerspruchsfrei zueinander entwickeln.

Dass dies überhaupt gesagt werden kann, liegt allerdings nicht nur und allein an einer sorgfältig abgestimmten dramaturgischen Abfolge der narrativen Ereignisse in den Filmen, sondern vor allem an der aufwändigen paratextuellen Meta-Kommunikation der Lizenzgebenden – in diesem Falle dem Konzern *Disney* in seinen zahlreichen Werbekampagnen und Presse-Events. Denn natürlich existierten bereits vor der großangelegten sogenannten «Phase 1» des *MCUs* diverse Comic-Adaptionen, in denen die *Marvel*-Superheld*innen auf der Kinoleinwand zu sehen waren; es wurde dem Kinopublikum lediglich *gesagt*, dass beispielsweise Sam Raimis *SPIDER-MAN* (2002) oder Ang Lees *THE HULK* (2003) nicht zu einem größer angelegten Erzählstück des *MCUs* gehören. Eine Pressemitteilung, die sich wiederum über einschlägige Nachrichtenportale und Ankündigungen in sozialen Medien verteilt, setzt damit den Rahmen, durch den wir ein Medienereignis wahrnehmen. Aus Rezeptionsästhetischer Sicht ist das nichts Neues und bestätigt lediglich den Punkt, den Gérard Genette bereits in den 1980er-Jahren in der Literaturwissenschaft gemacht hat¹⁸ – und der spätestens von Jonathan Gray für aktuellere Medienphänomene aktualisiert wurde. Ein Paratext wie eine Pressemitteilung sei laut Gray

both «distinct from» and alike – or, I will argue, intrinsically part of – the text. [...] Paratexts are not simply add-ons, spinoffs, and also-rans: they create texts, they manage them with many of the meanings that we associate with them. Just as we ask *paramedics* to save lives rather than leave the job to others, and just as a *parasite* feeds off, lives in, and can affect the running of its host's body, a paratext constructs, lives in, and can affect the running of a text.¹⁹

Und tatsächlich wurde der Kanon des Werkkörpers, der bei *STAR WARS* den Eindruck einer einzigen kohärenten Welt vermitteln soll, erst mit dem Verkauf der Lizenz von *Lucasfilm* an *Disney* im Jahr 2012 auf das Medium des Spielfilms reduziert.

16 Vgl. Bernhard Weidenbach: *Statista Dossier on Star Wars*. Hamburg 2019.

17 Lisbeth Klastrup, Susana Tosca: Transmedial worlds – rethinking cyberworld design. In: *International Conference on Cyberworlds*, Tokyo 2004, S. 409–416, hier: S. 409.

18 Gérard Genette: *Paratexte: Das Buch vom Beiwerk des Buches*. Frankfurt a. M. 2014[1997].

19 Jonathan Gray: *Show Sold Separately: Promos, Spoilers, and Other Media Paratexts*. New York 2010, S. 6.

Beide der bis dato existierenden Filmtrilogien (aus den 1970- und 1980er-Jahren und den frühen 2000er-Jahren) wurden bis zu diesem Zeitpunkt von einer geradezu unüberschaubaren Armada aus transmedialen Geschichten in Romanen, Comics, Computerspielen, vereinzelt Spin-Off-Filmen und TV-Specials flankiert, die als kanonische Elemente einer größeren, medienübergreifenden Erzählwelt fungierten. Diese kanonischen Erweiterungen erklärte der *Disney*-Konzern kurz nach der Übernahme der Rechte für die Haupthandlung des Franchise für unzulässig, um neue, mit den zukünftigen Plänen des neuen Lizenzinhabers *Disney* nicht im Widerspruch stehende Fortsetzungen und Spin-Offs produzieren zu können.²⁰

Derartige paratextuelle Markierungen und semantische Verschiebungen, welche die Kanonizität und die «Gültigkeit» der einzelnen Iterationen beeinflussen, sind bei der Vermarktung größerer Franchise-Filme eher die Regel als die Ausnahme. Sie sind aber nicht nur Rahmen, die uns Orientierung bieten, sondern auch Filter, durch die wir Informationen selektieren und schließlich auch bei der subjektiven Bewertung eines Medienprodukts eine besondere Rolle spielen. Und hier spielen andere Paratexte – etwa solche, die nicht von den Lizenzgeber*innen selbst, sondern von Fans hergestellt werden – ebenfalls eine entscheidende Rolle. Dieser Prozess ist ferner mit einem zentralen Aspekt verbunden, den wir im Alltagsdiskurs häufig als Weltenbau oder Worldbuilding bezeichnen. Eine solche Bezeichnung verdient jedoch – zumindest für den wissenschaftlichen Zugriff – eine differenziertere Betrachtungsweise. Wir sollten dabei mindestens zwischen zwei Bereichen unterscheiden, die bei der Konstruktion einer Erzählwelt eine Rolle spielen:²¹ Einen ersten Bereich, der die medial vermittelten Inhalte und die Eigenschaften der Erzählwelt umfasst, stellt der Medientext dar, den wir durch formale Analysen untersuchen können. Ein zweiter Bereich schließt die ästhetischen Eindrücke ein, die wir wahrnehmen und die sich als Ergebnisse einer Medienrezeption als mentales Modell der jeweiligen Erzählwelt in unserem Geist verfestigen. Diese mentalen Modelle sind laut Jens Eder in unserem Kurz- oder Langzeitgedächtnis gespeichert und stellen «prozesshafte imaginative Konstrukte [dar], die auf einer Verbindung aus Wahrnehmungen, Wissensbeständen und sinnlichen Imaginationen beruhen.»²² Sie werden durch narrative

20 Trent Moore: Here's How Disney + Lucas Plan to Define (And Redefine) Star Wars Canon. In: *Syfy Wire*, 07.01.2014, <https://www.syfy.com/syfywire/heres-how-disney-lucas-plan-define-and-redefine-star-wars-canon> (18.09.2020). Dabei muss festgehalten werden, dass diese Erweiterungen trotz der Irrelevanz für die nachfolgenden Spielfilme einen «eigenen» Kanon unter dem sogenannten «Legends»-Banner erhalten haben. Die Spezifika dieser Weltversionen hat Jan-Noël Ton aus der Perspektive der transmedialen Narratologie untersucht. Ders.: *Converging Worlds. From Transmedial Storyworlds to Transmedial Universes*. In: *Storyworlds. A Journal of Narrative Studies* Nr. 7(2), 2015, S. 21–53, hier: S. 39.

21 Vgl. Herbert Grabes: *Three Theories of Literary Worldmaking: Phenomenological (Roman Ingarden), Constructivist (Nelson Goodman) And Cognitive Psychologist (Schank and Abelson)*. In: Vera Nünning (Hrsg.): *Cultural Ways of Worldmaking: Media and Narratives*. Berlin 2010.

22 Jens Eder: *Transmediale Imagination*. In: Julian Hanich, Hans J. Wulff (Hrsg.): *Auslassen, Anzeichen, Auffüllen. Der Film und die Imagination des Zuschauers*. München 2012, S. 170.

und ästhetische Schlüsselreize der wahrgenommenen Medien angeregt und kognitiv ver- und aufgearbeitet. Sie können allerdings auch vergessen, wiedererinnert und in Zusammenhänge mit anderen Modellen gebracht werden. Mentale Modelle von Erzählwelten sind damit keine statischen Gebilde, sondern hochgradig flexibel und dynamisch. Eine von repräsentationalen Medienprozessen errichtete Welt ist somit immer nur eine *Möglichkeit*, die erst durch die (bereits immer vorgeprägte) Imagination der Rezipient*innen realisiert wird. Worldbuilding – hier als produktionsästhetischer Prozess verstanden – ist daher auch immer mit einem rezeptionsästhetischen und kognitiven Prozess verbunden, der von mir²³ in Anlehnung an Nelson Goodmans konstruktivistischen Ansatz als «Worldmaking»²⁴ bezeichnet wird. Mit Goodman könnten wir sagen, dass durch die Rezeption von Symbolen – womit Goodman sehr allgemein repräsentationale Zeichen wie Bilder und Texte meint – die medienästhetischen Potenziale, die in den einzelnen Teilen einer transmedialen Erzählwelt angelegt sind, mental zur Entfaltung gebracht werden.

Im Falle eines größeren Medienfranchise können wir uns einzelne Filme recht wörtlich als Bausteine für ein mentales Modell vorstellen, das eine Erzählwelt repräsentiert. Durch die oben beschriebenen unterschiedlichen Formen paratextueller Unternehmenskommunikation versuchen uns die Lizenzgeber*innen dabei eine Art Bauanleitung an die Hand zu geben, mit der die entsprechende Konstruktion stattfinden soll. Damit ist die Ausgangsbasis, auf der wir einen solchen Konstruktionsvorgang vornehmen, auch keineswegs eine ‚Tabula Rasa‘. Der Bauprozess findet nicht in einem Vakuum, sondern eher in einer Art Echokammer²⁵ aus individuellem Vorwissen, unterschiedlichen Erwartungshaltungen und verschiedenen Graden der emotionalen Involvierung statt, die durch eine Vielzahl von anderen mentalen Modellen gefärbt und vorgeprägt ist. Gerade der Aspekt der emotionalen Involvierung ist für Fans einer narrativen Marke, die sich seriell fortsetzt, keineswegs trivial – und wenn die kognitiven Mühen zur Herstellung eines konsistenten Bildes der Erzählwelt später von Autor*inneninstanzen als ‚unwahr‘ disqualifiziert werden, mag dies durchaus in Frustration und Ablehnung resultieren. Das formale Merkmal der Serialität spielt dabei deshalb eine maßgebliche Rolle, weil sie eine Art Initialzündung für eine Form von *Verlangen* darstellt – und zwar nicht nur ein Verlangen, das Ende einer auf Fortsetzungen ausgelegten Geschichte zu erfahren:

This act of [mental] creation is always fuelled by desire. It starts by an effort of comprehension that develops into a wish of *experiencing* more that can also be

23 Folgende Ausführungen basieren auf Überlegungen, die ich in meiner Dissertationsschrift ausführlicher dargelegt habe: Hanns Christian Schmidt: *Transmediale Topoi. Medienübergreifende Erzählwelten in seriellen Narrativen*. Marburg: Böhner, 2020.

24 Goodman 2007.

25 Will Brooker: *Hunting the Dark Knight: Twenty-First Century Batman*. London 2012, S. 6.

about *inhabiting* our favourite worlds, maybe also into a wish of *transforming* the transmedial world itself.²⁶

Das Merkmal der Serialität erschwert indessen die Annahme eines «allgemein gültigen» mentalen Modells der Erzählwelt enorm – und damit auch die Annahme von prototypischen Modelleser*innen²⁷ oder impliziten Leser*innen.²⁸ Deshalb spielt gerade bei historisch gewachsenen Franchises wie STAR WARS nicht nur die Bauanleitung eine Rolle, die uns für den Vorgang eines mentalen Worldmakings von den Lizenzinhabern zur Verfügung gestellt wird. Es sind vielmehr auch die Bausteine selbst, die sich von Publikumsgeneration zu Publikumsgeneration unterscheiden und über Jahrzehnte hinweg neue Zugänge zur «Galaxy far, far away» errichtet haben.

Die Lego-Metapher, die hier bereits angedeutet wird, lässt sich damit weiter ausbauen. Der Journalist Chaim Gartenberg bringt dies mit einer treffenden Formulierung – wenn auch über das transmediale HARRY POTTER-Franchise – auf den Punkt:

Our stories aren't whole toys anymore inasmuch as they're individual Lego bricks meant to snap into something bigger. They may construct something spectacular. They may make a mess. But on their own, they're just blocks in a model that we have no reason to believe will ever be complete. If all storytellers ever do is build and build upon one large model, setting up sequel after sequel, it diminishes the individual stories within, every victory or loss just a side stop at this particular junction because we've met the quota of film reel or pages until the next installment rolls around.²⁹

Auch THE LAST JEDI kann als ein solcher «modularer» Zusatz einer bereits bestehenden Storyworld begriffen werden; eine Fortsetzung des ersten Teils einer neuen Trilogie, die 2015 startete und das Schicksal der berühmten Galaxie weitererzählt – mitsamt dem legendären Figurenensemble um Luke Skywalker, Han Solo und Leia Organa. Charakteristisch für diesen zweiten Film ist die Umkehrung nahezu jeder Erwartungshaltung, die Fans nach der Veröffentlichung des ersten Teils hatten. Dies betrifft in erster Linie die zahlreichen narrativen Ellipsen und Leer- bzw. Unbestimmtheitsstellen, welche von weiten Teilen eines regelrecht «forensisch» agierenden Fandoms³⁰ in einem kommunikativen Kraftakt des

26 Susana Tosca: We Have Always Wanted More. In: *International Journal of Transmedia Literacy (UTL)* Nr. 1(1), 2015, S. 38–39.

27 Umberto Eco: *Streit der Interpretationen*. Berlin 2005, S. 97.

28 Wolfgang Iser: *Der Implizite Leser: Kommunikationsformen des Romans von Bunyan bis Beckett*. München 1979.

29 Chaim Gartenberg: When did pop culture forget how to let things end? In: *The Verge*, 08.08.2016, <https://www.theverge.com/2016/8/8/12388562/harry-potter-and-the-cursed-child-star-wars-sequels> (18.09.2020).

30 Jason Mittell: Forensic Fandom and the Drillable Text. In: *Spreadable Media*, o.D., <http://spreadablemedia.org/essays/mittell/#.X2S3JdPpR1PY> (18.09.2020).

kollektiven Rätselratens ausgefüllt wurden. Dabei ist davon auszugehen, dass genau diese Subversion der Erwartungshaltungen auch die Prämisse für das Drehbuch des zweiten Teils war. So resümiert der Autor und Regisseur Rian Johnson in einem Dokumentarfilm über die Entstehung des Films: «The truth is: I always put myself in the shoes of if I wasn't involved in this movie at all. If I was just, you know, just me, just a fan, the only thing I would really want is a good movie that delights me in ways I didn't expect.»³¹

Was das engagierte STAR WARS-Publikum von *THE LAST JEDI* nach dem ersten Teil auf keinen Fall erwartet und frustriert zurückgelassen hatte, lässt sich im Wesentlichen auf drei inhaltliche Punkte herunterbrechen: Die mysteriöse und damit äußerst vielversprechende (biologische) Herkunft der neuen Protagonistin Rey, die Hintergrundschichte des vermeintlichen Superschurken Snoke, sowie die Charakterisierung des ehemals glorreichen Jedi-Ritters Luke Skywalkers. Johnsons Drehbuch verweigert sich geradezu demonstrativ den beiden ersten von Jeffrey Jacob Abrams angelegten Leerstellen, in dem – ganz im Gegensatz zu den zahllosen, im Umlauf gebrachten Fan-Theorien im Internet – die brennenden Fragen aus dem ersten Teil mit scheinbar irrelevanten Antworten aufgelöst werden. So stellen sich Reys Eltern als «Nobodies» heraus, die sie als Kind lediglich gegen «drinking money» eingetauscht hätten; und Snoke wird auf dem Höhepunkt seines finsternen Plans kurzerhand von einem Laserschwert halbiert. Und auch Johnsons Interpretation der Figur Luke Skywalkers ist dem Verständnis vieler Fans diametral entgegengesetzt: Der Optimismus, Idealismus und Heroismus, mit dem ihn viele Zuschauer*innen der ersten Trilogie in Verbindung gebracht haben, weicht hier dem desillusionierten Nihilismus eines vom Leben enttäuschten Einsiedlers. Neben diesen Aspekten wird dem Film immer wieder vorgeworfen, dass die emotionale Tragweite der eigentlichen Handlung immer wieder mit diversen – und recht eigentümlichen – Gags auf unpassende Weise konterkariert werde; dass sich bestimmte Figuren zutiefst unlogisch – gemessen an ihrem Verhaltensmuster in den ersten Teilen – verhielten und der Film mit den narrativen Regeln der Vorgängerkfilme breche. Statt sich an dieser Stelle in einem Für- und Wider der vorgebrachten Argumente zu verlieren, sei auf einen kurzen Exkurs in Umberto Ecos Vorlesungstranskriptionen *Im Wald der Fiktionen*³² verwiesen, in denen er auf den zutiefst spielerischen (und teils auch subjektiven) Aspekt solcher vermeintlichen narrativen Regeln verweist. Laut Eco konstruieren wir als Leser*innen, wenn wir uns mit der Welt des Texts befassen, ständig mögliche Weltentwürfe, die auf naheliegenden Wahrscheinlichkeiten basieren. Eco bringt es dabei auf die Formel: «[W]enn ihm die Fabel sagt «x führt eine solche Handlung aus», wird der Leser vermuten: «und weil jedes Mal, wenn x eine solche Handlung ausführt, die den Ausgang y nimmt, so wird» – dies ist die Schlussfolgerung – «die Handlung von x den Ausgang

31 Tylie Cox, Anthony Wonke: *The Director and the Jedi*. USA: Lucasfilm Ltd., 2018.

32 Umberto Eco: *Im Wald der Fiktionen: Sechs Streifzüge durch die Literatur*. München 1996.

y nehmen.»³³ Somit begeben sich Leser*innen in eine «propositionale Haltung»,³⁴ indem sie «Hypothesen über Weltstrukturen»³⁵ wagen. Um dies zu illustrieren, wählt Eco unter anderem die Metapher eines Schachspiels. Dabei entsteht nun aber keineswegs ein strenges «Regelwerk» wie bei einer tatsächlichen Schachpartie; stattdessen entnehmen wir dem Text im Verlauf der Lektüre eher ein Gefühl der Plausibilität. Die Kunst einer gelungenen Erzählung liegt nun nach Eco darin, anhand des im Text konstruierten Möglichkeitsraums eine noch nicht dargestellte Szenografie zu entwerfen, die dennoch im Rahmen des Annehmbaren ist:

Im zweiten Fall wird man eine Spielsituation präsentieren, in denen der Gewinner einen völlig unerwarteten Zug gewagt hat, der noch von keiner Szenografie verzeichnet war, so daß er seiner Kühnheit und Neuheit wegen in die Geschichte eingegangen ist und der Leser das Vergnügen hat, daß seinen Vorhersagen widersprochen wird. [...] Jede Fabel spielt ihr eigenes Spiel, und die Lust entscheidet, was dabei überwiegt.³⁶

Wenn hier also von Regeln gesprochen wird, dann sind sie nur im übertragenen Sinne an Diskurse um physikalische Erklärbarkeit oder juristische Gesetzgebung gebunden (man denke hier etwa auch an die Metapher des «Zuschauervertrags»). Zwar gibt es durchaus bestimmte Naturgesetze in bestimmten Erzählwelten, die wir nicht mit den uns bekannten Naturgesetzen in Einklang bringen können (etwa das Vorhandensein einer «Macht» oder die Überwindung der Lichtgeschwindigkeit). Viel entscheidender bei der Herausbildung eines impliziten Regelwerks eines erzählenden Werks ist jedoch, wie Eco im obigen Zitat betont, die «Lust» der Rezipient*innen – und damit nicht zuletzt auch deren persönlicher Geschmack und der Wille, bestimmte Wahrscheinlichkeiten anzunehmen. Dabei scheint es genau dieser Wille zu sein, der bei der Rezeption von *THE LAST JEDI* zwar durchaus auf Seiten der Kritiker*innen vorhanden ist – in weiten Teilen des *STAR WARS*-Fandoms nicht nur vollkommen abwesend zu sein scheint, sondern sogar mitunter toxische Züge annimmt. Warum?

3 Toxische *STAR WARS*-Fans und konnektiver Zynismus auf *YouTube*

Um dieser Frage nachzugehen, lassen sich auf der Videoplattform *YouTube* zahlreiche Videoessays und -reviews heranziehen, die sich dem Phänomen *STAR WARS* im Allgemeinen und *THE LAST JEDI* im Besonderen widmen. Im hier berücksichtigten

33 Ibid., S. 149.

34 Ibid., S. 143.

35 Ibid.

36 Ibid., S. 148

Material handelt es sich ausschließlich um sogenannten «User Generated Content», der sich zwar monetarisieren lässt, aber kein Ableger eines bereits etablierten professionellen Medienunternehmens darstellt. Das mit Abstand populärste Video über *THE LAST JEDI* trägt den Titel «The Last Jedi: A Complete Cinematic Failure» des *YouTubers* Vito Gesualdi (*YouTube*-Name Vito), das sich in rund 20 Minuten mit den vermeintlichen Unstimmigkeiten des Films auseinandersetzt. Zum Zeitpunkt des Schreibens verzeichnet es 9,2 Millionen Klicks, brachte 66.000 Kommentare hervor und hat eine Summe eingespielt, die nach Schätzungen des Portals *Social Blade* einen Betrag umfasst, der zwischen 4.600€ und 37.000€ liegt.³⁷ Es finden sich freilich weitere Reviews, die ähnlich zugespitzte Benennungen haben; so etwa das notorische «Mr. Plinkett Review»³⁸ (4,5 Millionen Aufrufe), das ironische Review «The Genius of The Last Jedi – Part 1» (412.000 Aufrufe),³⁹ die selbsternannte «Abrechnung» «Hat The Last Jedi Star Wars zerstört?»⁴⁰ (666.717 Aufrufe) des deutschen Filmportals *Moviepilot*, der Verriss «Star Wars: An Unbridled Rage»⁴¹ (1,5 Millionen Aufrufe), oder auch «Gender Wars: The Last Snowflake»⁴² des äußerst umtriebigen, dezidiert antifeministischen *YouTubers* Sargon of Akkad (1,2 Millionen Aufrufe).

- 37 O. A.: Vito's Most Recent YouTube-Videos. In: *Social Blade*, <https://socialblade.com/youtube/c/vito/videos/mostviewed> (10.09.2020).
- 38 Mike Stoklasa (RedLetterMedia): Star Wars: The Last Plinkett Review. In: *YouTube*, 28.08.2018, https://www.youtube.com/watch?v=f83D18xL7VE&t=146&ab_channel=RedLetterMedia (18.09.2020). Bei «Mr. Plinkett» handelt es sich um eine Kunstfigur des amerikanischen Videoschaffenden Mike Stoklasa, der das Genre des transgressiven *STAR WARS*-Reviews auf *YouTube* begründet haben dürfte. Dabei wäre es allerdings ein Fehler, *YouTube*-Videos wie jene von Vito, die vor allem auf Authentizitätseffekte und zynische Comedy abzielen, direkt mit denen von Mr. Plinkett zu vergleichen, da diese mehrere Ebenen aufweisen. Benjamin Kirbach beschreibt den Stil der Reviews wie folgt: «Through Plinkett, Stoklasa stitches his reviews together using schizophrenic metalepsis and intentionally awkward editing. Overlaying tropes from video essay, mockumentary, mash-up, and even horror, Plinkett blurs the line between art and armchair criticism. And at seventy minutes, The Phantom Menace review is, by most accounts, a feature-length film unto itself. By recontextualizing supplemental 102 IJCS footage and other Star Wars marketing material, Plinkett is a subversive response to a garishly overcommoditized film industry. His reviews are evidence that cultural producers do not possess ultimate control over the identities of their products. Stoklasa moreover uses a «deranged» mind as the template for defamiliarizing the hegemonic logic of consumerism.» Benjamin Kirbach: Critical Psychosis: Genre, Détournement, and Critique in Mr. Plinkett's «Star Wars» Reviews. In: *Iowa Journal of Cultural Studies* Nr. 16(1), 2014, S. 101–119, hier: S. 101.
- 39 Will Jordan (The Critical Drinker): The Genius of the Last Jedi – Part 1. In: *YouTube*, 05.03.2019, https://www.youtube.com/watch?v=iUynRyx-qDg&t=1s&ab_channel=TheCriticalDrinker (10.09.2020).
- 40 Yves Arieovich, Rob Feldmann (Moviepilot): Hat The Last Jedi Star Wars zerstört? | Abrechnung mit Star Wars. In: *YouTube*, 05.01.2019, https://www.youtube.com/watch?v=2Z1iwb5G-MYE&t=101s&ab_channel=Moviepilot (18.09.2020).
- 41 Callum Edmunds (MauLer): Star Wars: The Last Jedi: An Unbridled Rage. In: *YouTube*, 20.12.2017, <https://www.youtube.com/watch?v=9QJRw56cOVw> (18.09.2020).
- 42 Carl Benjamin (Sargon of Akkad): Gender Wars: The Last Snowflake. In: *YouTube*, 20.12.2017, https://www.youtube.com/watch?v=LPsRp7uUXUk&t=132s&ab_channel=SargonofAkkad (18.09.2020).

Die hier aufgelisteten polemischen Titel stehen generell als ein *pars pro toto* für ihren Inhalt. Die meisten von ihnen sind nach dem gleichen Schema aufgebaut: Sie beginnen mit der Erklärung, dass es sich bei *THE LAST JEDI* um einen kontroversen Film handelt; es wird in Aussicht gestellt, die Gründe dafür zu erläutern; woraufhin in der Regel eine äußerst suggestive Kritik erfolgt, die sich meistens stilistisch durch eine Rhetorik der sarkastischen (und häufig zynischen) Übertreibung auszeichnet. Kennzeichnend für diese Form der Reviews ist außerdem ein basales Vokabular aus der Filmanalyse, das als eine Art Legitimationsstrategie verwendet wird – etwa, wenn es darum geht, vermeintlich feststehende Prinzipien des filmischen Erzählens in Bezug auf *character-* und *plot arcs* oder die bereits erwähnten «Regeln» einer Narration zu erläutern (in Vitos Beispiel ist das etwa die geradezu zum Klischee avancierte Heldenreise, die auf Joseph Campbells Schriften zum Monomythos⁴³ basieren). Diese werden wiederum mit einem Humor kombiniert, der ein vulgäres bis transgressives Spektrum abdeckt. Vito bezeichnet den Film bereits in den ersten Minuten als «terrible fan fiction written by a gang of idiot children», der auf so vielen Ebenen versage, dass sie schier unzählbar seien. Der Film sähe zwar gut aus, sei aber ein «narrative clusterfuck with a bunch of characters whose actions only make sense if you assume that they were the type of kids to wear a helmet to gym class»,⁴⁴ wobei die Einblendung des Schriftzuges «I gud leader» mit einem Bild eines Kopfschutzes für Menschen mit Behinderung auf dem Kopf der Figur von Admiral Holdo erfolgt. Zwischen diesen beleidigenden Zuspidzungen werden die bereits erwähnten Storytelling-Thesen aufgestellt, die gemeinhin eine Paraphrase bekannter Drehbuchratgeber à la Robert McKee⁴⁵ darstellen («if the first movie is the stupid goofy action adventure, the second movie is the chance to start really defining your characters. Show us that Rey has some sort of weakness or trial to overcome and that this trilogy is more than just the Mary Sue space Chronicles»).⁴⁶ Der herablassende Tonfall, in den diese theoretischen Versatzstücke eingeflochten sind, wird dabei bis zum Ende durchgehalten – und schließlich um einige Seitenhiebe auf die feministischen Lesarten des Films ergänzt:

Number three: #BelieveWomen. This purple haired lady is Holdo who looks like she's about to hold an intersectional lecture on modern Afrocentric feminism. Rather than command a fleet of rebel soldiers. But Leia gets knocked the fuck out so the liberal arts major is up to bat. Now real quick I want to make it clear that this is not an attack on diversity. Space is a real big place and it makes sense that it's populated by more than just weirdo aliens a bunch of white people and one black guy. That being said Rian Johnson's attempt to inject feminism into

43 Joseph Campbell: *Der Heros in Tausend Gestalten*, Berlin 1978.

44 Vito, 00:01:08.

45 Robert McKee: *Story: Die Prinzipien des Drehbuchschreibens*, Berlin 2018.

46 Vito, 00:01:14–00:01:24.

Star Wars has backfired horribly and here's why: Now first of all this character obviously should have been Admiral Ackbar or Mon Mothma or someone the audience actually has an emotional connection to. But okay, we're stuck with the lesbian bookstore owner. [...] However, the real moral is the ultimate exercise in jamming politically correct politics into a kid's movie [...]. See, Poe thinks he's a better leader than Holdo because he's a man, so he starts mansplaining. Look at this mansplaining, such a mansplainer. But what he really should have done is *trust women* [an dieser Stelle erfolgt die Einblendung des Hashtags, HCS]. You know, no matter what; it doesn't matter what the situation, even if it seems like that particular woman is about to get you and everyone you love incinerated by a million lasers, just trust her, she knows what's best. She is living her truth, #metoo, #timesup. In summary: An assortment of differently colored people holding hands under a rainbow: Awesome, I'm totally down with that! Everybody getting killed because they didn't trust women enough? Jesus Christ.⁴⁷

Derartige polemische, oft *ad hominem* gerichtete Zuspitzungen («lesbian book store owner»), mit denen wiederum ganze feministische Teilbewegungen diskreditiert werden («#trustwomen»), gehören zum Standardrepertoire der Review-Rhetorik auf *YouTube*. Dabei stellt sich die Frage, ob es angemessen ist, eine solche Rhetorik als ein politisches – bzw. politisiertes – Statement von toxischen Fans zu lesen. Auf die mediale Konstruktion einer Erzählwelt (Worldbuilding) würde dann nicht nur die mentale Konstruktion einer Erzählwelt folgen (Worldmaking) – was gegebenenfalls die unterschiedlichen Erwartungshaltungen an einen Medientext erklärt, die der Auslöser für emotionale Reaktionen sein können – sondern ließe auch auf ein ideologisches *Weltbild* schließen, dass im Medientext angelegt und «encodiert» ist.⁴⁸ Dieses Weltbild wird von einem aktiven bzw. sogar produktiven Publikum rezipiert (bzw. decodiert) – in dem es angenommen, diskutiert, kritisiert, abgelehnt oder appropriiert wird. Die progressive Richtung, die Johnson für die *STAR WARS*-Saga eingeschlagen hatte – die Verabschiedung der Idee der Jedi als eine feudalistische Ahnenlinie, die Relativierung eines klaren Feindbildes und die Dekonstruktion einer althergebrachten männlichen Ikone zugunsten neuer Ideen und der Stärkung von weiblichen Figuren und People of Color – wären damit auch ein Teil einer neuen Art von Kulturkampf über kulturelle Repräsentation und Diversität. Laut William Proctor und Bridget Kies sei dies typisch für die Spannungen, die bei der kollektiven Reaktion auf populärer Medientexte auftreten können:

Protests surrounding diversity in comics, film, TV and video games highlight the inherent tensions and contradictions within popular culture and fan

47 Ibid. (00:07:31–00:09:57)

48 Paul Du Gay, Stuart Hall, Linda Janes, Anders Koed Madsen, Hugh MacKay, Keith Negus: *Doing Cultural Studies. The Story of the Sony Walkman*. London / Thousand Oaks, CA / Neu-Delhi / Singapur 2013[1997].

communities. On the one hand, some see the move toward more inclusive representation as proactive and reflective of genuine social change. Others, however, feel an increasing sense of disempowerment at their loss of privileged status, and social media can become [and] serve as a useful tool, allowing them to attempt to overcome a status loss by tweeting, blogging, doxing, and creating niche movements with similarly disempowered fans. As several articles [...] attest, toxic behaviors are often the result of hegemonic elites feeling as though they are marginalized or in the minority.⁴⁹

Die Annahme eines solchen politischen Weltbildes im Fan-Kontext um STAR WARS wird auch durch die Beobachtungen des Medienwissenschaftlers Dan Hassler-Forest gestützt. In seinem Essay «Transmedia Politics – Star Wars and the Ideological Battlegrounds of Popular Franchises» erkennt er in STAR WARS eine Fallstudie, anhand der sich ablesen lässt, wie sich bestimmte Fan-Aktivitäten durch einen aggressiven, sarkastischen und durchweg feindseligen Umgang mit dem Material und anderen Fans auszeichnen. Dies lasse sich laut Hassler-Forest emblematisch durch die Machwerke der sogenannten «Meme Culture» ablesen:

The politics of meme culture are therefore best understood in terms of the affect produced by its most typical combination of form and content. This affect is best described as one of emotional distance, insincere appreciation, and condescension— both toward cultural objects and toward other users. This formal structure of condescension, which emerged from 4chan and Reddit to thrive amidst the winner-takes-all model of platform capitalism and algorithmic media culture (...), therefore feeds and sustains a *politics of superiority*.⁵⁰

Hassler-Forest führt zahlreiche Beispiele an, in denen die Ikonografie um STAR WARS als Vehikel genutzt wurde, um nicht nur politische, sondern auch rassistische, frauenfeindliche und antisemitische Aussagen zu treffen, die wiederum politischen Akteur*innen wie der Alt-Right in den USA in die Hände spielen.

An dieser Stelle sollen weder die politischen Implikationen solcher Äußerungen noch die Auswirkungen bei marginalisierten Gruppen heruntergespielt werden. Es muss aber festgehalten werden, dass Proctor und Kies Hassler-Forest an anderer Stelle zurecht kritisiert haben: Hassler-Forests Appell, neue Formen der Online-Fankultur «that are mobilizing under the neo-fascist «alt-right» banner in the Trump era»⁵¹ genauer zu studieren, laufe mindestens Gefahr, ein meta-politi-

49 Kies, Proctor, S. 130.

50 Dan Hassler-Forest: Transmedia Politics. In: Matthew Freeman, Renira Rampazzo Gambarato (Hrsg.): *The Routledge Companion to Transmedia Studies*. New York 2018.

51 Dan Hassler-Forest: Star Wars fandom and toxic masculinity. In: *Dr. Dan's Medicine*, 25.11.2016, <https://danhf.wordpress.com/2016/11/25/star-wars-fandom-and-toxic-masculinity/> (18.09.2020).

sches Kalkül bestimmter Akteure zu bedienen. Diese bestehe nicht zuletzt darin, ihre Lobby als stärker darzustellen, als sie eigentlich ist – und sie überhaupt erst öffentlichkeitswirksam zu verbreiten:

For if the radical right frequently attempt to hijack forms of popular culture for their own ideological ends, including not just film, TV, video-games and comics, but also Doritos, Pepsi and Netflix (...), then it goes without saying that we *simply do not know who these people are*, whether they might be fans, trolls or reactionary protestors jumping on what they see as politically correct objects – whatever they may be.⁵²

Mit anderen Worten: Es ist hochgradig unklar, ob das STAR WARS-Fandom in Teilen tatsächlich rechtspopulistisch agiert – oder ob entsprechende Akteure (oder ganz einfach Trolle) ein Phänomen wie STAR WARS als trojanisches Pferd verwenden, sich lediglich als ‚Fans‘ ausgeben, um ihre Ideologien an eine breitere Öffentlichkeit zu adressieren, die sich aus ganz anderen Gründen für STAR WARS interessiert.

Für *YouTuber*innen* wie Vito gilt das freilich nicht. Die Gründe für die toxische Rhetorik seiner Kritik sind offensichtlich: Es geht ihm weniger um die Verbreitung politischer Aussagen per se, sondern in erster Linie um seine wachsende Popularität – und damit um Klickzahlen und ein monatliches Auskommen. Vito eignet sich durch seine Arbeit eine Fan-Expertise über STAR WARS an, um unternehmerisch tätig zu werden, was ein Phänomen darstellt, das beispielsweise Sophie G. Einwächter in der deutschen *YouTube*-Szene beschrieben hat.⁵³ Die mediale Aufmerksamkeit, die mit einem Franchise wie STAR WARS verbunden ist, stellt dabei eine Art Sprungbrett dar: Genau wie für einen enorm populären *YouTube*-Kanal wie *RedLetterMedia*,⁵⁴ dem mit seiner Mr. Plinkett-Review-Serie über die Prequel- und die aktuellen STAR WARS-Sequel-Filme ein großer Durchbruch gelang (und dessen Aushängeschild ebenfalls ein tiefschwarzer und mitunter ebenso ätzender Humor ist, aber auch sehr viel scharfsichtigere Analysen beinhaltet), kann ein gelungenes, viel geklicktes und kontrovers diskutiertes Stück über STAR WARS ein Übergang darstellen, um von einer/einem unbezahlten Amateur-*YouTuber*in* zu einer/einem professionellen *Content Creator* zu avancieren. Die von Social Blade erhobenen Daten und die Abrufzahlen der Videos auf Vitos Kanal sprechen dabei eine recht deutliche Sprache: Vitos Kanal war bereits vor dem Release des Videos «The Last Jedi: A Complete Cinematic Failure» ein mode-

52 Kies, Proctor S. 134.

53 Sophie G. Einwächter: Unternehmerische Fans: Eine Kulturwirtschaftliche Perspektive auf Fan-kulturelle Aktivität im Digitalen Zeitalter. In: Vera Cuntz-Leng (Hrsg.): *Creative Crowds. Perspektiven der Fanforschung im deutschsprachigen Raum*. Marburg 2014, S. 198–217.

54 RedLetterMedia: Kanalinfo. In: *YouTube*, 29.09.2007, <https://www.youtube.com/user/RedLetterMedia/about> (24.09.2020).

rater Erfolg. So gelang es ihm, mit seiner Parodie eines Pepsi-Werbespots während der politischen Unruhen auf dem Campus der kalifornischen Universität Berkeley 2017 («Berkeley Protestors Take the Pepsi Challenge»)⁵⁵ über eine Millionen Menschen zu erreichen. Diese Menge an Klicks ist offenbar nicht nur auf seine alleinige Kreativität und Originalität zurückzuführen, sondern vor allem auch die Folge eines Schneeball-Effekts, der wiederum durch sein erstes Video entstand, das die 30.000-Klicks-Marke durchbrach.⁵⁶ Der Inhalt dieses Videos: Eine 15-minütige kritische Auseinandersetzung über eine *andere* Auseinandersetzung – nämlich über einen sexistischen Tweet eines Journalisten, der vom aktivistischen Blog *Feminist Frequency* öffentlichkeitswirksam kritisiert wurde. Spätestens hier wird deutlich, dass Meta-Politik nicht nur eine beliebte Kommunikationsstrategie bei etablierten politischen Akteur*innen ist, sondern auch bei solchen, die sich durch eine «leichte» Form der Politisierung einen Anstrich des vermeintlich Kulturpolitisch-Versierten, des Mutigen und des Transgressiven geben, der aber häufig letzten Endes nur in einer zynischen Verballhornung endet. Dieser «rein ästhetische Zynismus (Trangression als Stil)»⁵⁷ ist durch die Einbettung auf *YouTube* schließlich auch zu einem «konnektiven Zynismus»⁵⁸ geworden: Fabian Schäfer und Peter Mühleder bezeichnen dieses Phänomen in ihrem Text über den deutschen *YouTuber* und rechten Influencer Adlersson als eine «Überlappung [...] ambivalenter Ausdrucksformen eines jugendlichen Milieus[,] [welche mit] der zynischen Kommunikationsform in den sozialen Medien verbunden [ist] und schließlich über die algorithmischen Affordanzen der Plattform verstärkt [wird]». ⁵⁹ Dabei werde versucht, sich «darin zu überbieten, immer derbere oder politisch inkorrekte Aussagen (bzw. Witze) oder immer beleidigendere Kommentare zu posten.»⁶⁰ Das große Problem darin sehen Schäfer und Mühleder aber keineswegs in einem normativen oder gar moralischen, sondern vor allem in einem politischen Kontext:

Waren diese folkloristische [und damit identitätsbildenden] Ausdrücke eines sozialen Milieus in ihrer Obszönität und Ambivalenz bis dato primär einer eingeschränkten Öffentlichkeit vorbehalten, erhalten sie über öffentliche Plattformen wie *YouTube* eine noch nie dagewesene Reichweite. Und nicht nur das – über die algorithmische und verhaltensmäßige Konnektivität der Plattformen geht auch die ursprüngliche Rahmung als Spiel (*play frame*) des Milieus

55 Vito Gesualdi (Vito): Berkeley Protesters Take the Pepsi Challenge. In: *YouTube*, 15.04.2017, <https://youtu.be/7u3uhKxNPNg> (10.09.2020).

56 Vito Gesualdi (Vito): Babylonian vs. Feminist Frequency. In: *YouTube*, 28.03.2017, https://www.youtube.com/watch?v=qgKUMcOsOu4&t=195s&ab_channel=Vito (18.09.2020).

57 Fabian Schäfer, Peter Mühleder: Konnektiver Zynismus und Neue Rechte. Das Beispiel des *YouTubers* Adlersson. In: *Zeitschrift für Medienwissenschaft* Nr. 12(1), 2020, S. 130–149.

58 *Ibid.*, S. 149.

59 *Ibid.*

60 *Ibid.*, S. 146.

verloren, die die Fetischisierung [und damit politische Verschleierung, HCS] des Humors ermöglicht. Denn plötzlich können Äußerungen und ‹Scherze› in einen anderen Kontext gerückt werden, in dem sie dann nicht mehr lustig, sondern verletzend sind oder gar Hass und Wut schüren.⁶¹

Dies führe laut Mühleder und Schäfer schließlich auch zu einer Destabilisierung anderer politischer Inhalte – und zwar,

weil es völlig undurchsichtig geworden ist, was ernst gemeint oder was ein Witz ist [...]. Es kommt hinzu, dass der in sozialen Medien zur Schau gestellte zynische Humor sich gerade aufgrund seine [sic] ideologischen Ambiguität sowie seine [sic] phatischen Charakters auch als ‹Ware› eignet, die für breite Kreise konsumierbar ist – je nach Nutzer[*]in entweder als ironisch gerahmter Joke (lol), als geteilte zynische, ‹unpolitische› Haltung oder als radikale ideologische Position.⁶²

Auch wenn ein STAR WARS-Video wie das von Vito keineswegs dieselbe politische Tragweite wie die Aktivitäten von rechten *YouTubern* wie Adlersson aufweist, so liefert Vitos Video dennoch Munition in dem oben beschriebenen Kulturkampf um Anerkennung und Hegemonie. Seine Rhetorik sorgt für die weite Verbreitung politischer Kampfbegriffe jenseits politischer Sphären – und seine Ideologie und zynische Haltung kann eine ‹magnetische› Wirkung entfalten, da sie durch die Weiterempfehlungsalgorithmen der Plattform *YouTube* auf radikalere und explizitere Kanäle verweisen kann.⁶³

4 Fazit: Eine neue Hoffnung für eine neue Rolle der Filmkritik

Ein *YouTuber* wie Vito mag in vielerlei Hinsicht ein Sonderfall sein, wenn über Fanpraktiken gesprochen wird. Dies liegt in erster Linie daran, dass man gemeinhin von Fans eine gewisse Sympathie gegenüber dem Medienphänomen erwarten würde, mit dem sie sich auseinandersetzen. Und dennoch ist die Arbeit und die Mühe, die *YouTuber* wie Vito in ihre Videos investieren, unbestreitbar. Sie entspricht der Definition des Begriffs von Jochen Roose, Mike S. Schäfer und Thomas Schmidt-Lux, der wiederum von Sophie G. Einwächter für ihren Text über ‹Unternehmerische Fans›⁶⁴ verwendet wird und hier sehr genau passt. Fans seien demnach

61 Ibid., S. 144.

62 Ibid., S. 147.

63 Ibid., S. 144.

64 Einwächter S. 198–217.

Menschen, die längerfristig eine leidenschaftliche Beziehung zu einem für sie externen, öffentlichen, entweder personalen, kollektiven, gegenständlichen oder abstrakten Fanobjekt haben und in die emotionale Beziehung zu diesem Objekt Zeit und/oder Geld investieren.⁶⁵

Gleichzeitig sind *YouTuber* wie Vito ganz offensichtlich am anderen Spektrum der Sympathie für das jeweilige ‚Fanobjekt‘. Daher wäre es treffender, sie mit Jonathan Grays Formulierung als Anti-Fans zu bezeichnen. Gray weist darauf hin, dass gerade dieses Phänomen ausgerechnet bei STAR WARS bereits eine lange Tradition genießt:

fans can become anti-fans of a sort when an episode or part of a text is perceived as harming a text as a whole, as for instance with Star Wars fans at the self-explanatory www.jarjarbinksmustdie.com. Behind dislike, after all, there are always expectations – of what a text should be like, of what is a waste of media time and space, of what morality or aesthetics texts should adopt, and of what we would like to see others watch or read. To study the anti-fan, then, is to study what expectations and what values structure media consumption.⁶⁶

Nehmen wir Grays Aufforderung ernst, dann lässt sich festhalten, dass sich Anti-Fans wie Vito nicht nur eine toxische, gegen marginalisierte Gruppen gerichtete Rhetorik zunutze machen, um mehr Reichweite zu erhalten. Sie stellen außerdem selbst Medientexte her, die wiederum Erwartungen und Werte des Medienkonsums anderer Rezipient*innen mitstrukturieren und mitbeeinflussen. In dem sie mit ihren Analysen Perspektiven und Lesarten auf einen Gegenstand eröffnen, ‚bauen‘ sie an einer bestimmten Weltversion von STAR WARS aktiv mit. Polemisch (und normativ) zugespitzt formuliert ließe sich sogar sagen, dass Anti-Fans im Sinne der oft attestierten Toxizität ihrer Rhetorik ein vermeintlich als progressiv zu bewertendes Weltbild, das im Medientext angelegt ist, geradezu vergiften – und dass ihre Paratexte ganz wie in Grays oben zitierter Annahme wie Parasiten fungieren, die sich von ihrem Wirtskörper ernähren aber ihm zugleich unweigerlich Schaden zufügen.

Dies ist jedoch nur eine Seite der Medaille. Neben dem Schneeballeffekt, den die toxische Rhetorik und der konnektive Zynismus auf *YouTube* hervorbringt und Nachahmer und Trittbrettfahrer auf den Plan ruft, erscheinen im Medium *YouTube* gemäßigte Stimmen, die sich nicht nur für einen wesentlich weniger beleidigenden Tonfall und eine unaufgeregttere Rhetorik stark machen, sondern

65 Jochen Roose, Mike S. Schäfer, Thomas Schmidt-Lux: Einleitung: Fans als Gegenstand soziologischer Forschung. In: Dies. (Hrsg.): *Fans. Soziologische Perspektiven*. Wiesbaden 2010, S. 9–25, hier: S. 14.

66 Jonathan Gray: New Audiences, New Textualities: Anti-Fans and Non-Fans. In: *International Journal of Cultural Studies* Nr. 6(1), 2003, S. 64–81, hier: S. 73.

das Medium des Videoessays auf eine Weise nutzen, die eine ganz eigene Form der kulturellen Wissensvermittlung darstellt. So lässt sich mit der Entwicklung eines *YouTube*-Kanals wie «Lessons from the Screenplay» nicht nur demonstrieren, wie akademische Methoden eines sorgfältigen Quellenapparats und sauberen Zitastils als glaubhafte Belege für die in den Videos aufgestellten eigenen Annahmen der Autor*innen Einzug erhalten. Sie liefern schließlich auch selbst Hypothesen, leisten Begriffsarbeit und vermitteln damit nicht «angewandtes» Wissen aus Sekundärliteratur, sondern zeigen gleichzeitig, wo theoretische Konzepte an ihre Grenzen geraten und nachgebessert werden muss – oder, anders formuliert: Wie lebhaft und intellektuell stimulierende Filmwissenschaft auf einer Plattform wie *YouTube* aussehen könnte. Der Filmwissenschaftler Johannes Binotto, der in seinem Text zu Videoessays als «Zukunft der Filmkritik»⁶⁷ bedeutende journalistische und filmwissenschaftliche Videoarbeiten nicht nur vor-, sondern auch ihre Spezifität in der Präsentationsform herausstellt, beschreibt zugleich auch, dass es gerade die populärer werdenden Formate sind, die die Relevanz klassischer, analoger Filmkritik und Filmwissenschaft untermauern. In einer Bemerkung zur inzwischen beendeten und enorm populären Essayserie *Every Frame A Painting* von Tony Zhou und Taylor Ramos zitiert er die beiden Filmschaffenden wie folgt:

A huge percentage of the internet is the same information, repeated over and over again. This is especially apparent on film websites; they call it aggregation but it's really just a nicer way to say regurgitation. So[,] go to the library. Read books. We cannot emphasize this enough: read books, read books, read books. Your work is only as good as your research, and the best research tool we have is the public library (or a film archive/research library if you're lucky).⁶⁸

Die «Neue Hoffnung» der Fanaktivität auf *YouTube* besteht also nicht nur darin, bessere, klügere, anspruchsvollere und engagiertere Essay-Formate zu produzieren – sondern das Medium dazu zu nutzen, neue Formen der Literacy zu schulen – einer rhetorischen Literalität für eine Identifizierung, Distanzierung und Entkräftigung toxischer Kommunikationsformen ebenso wie eine tatsächliche Lesefähigkeit für film- und medienwissenschaftliche Publikationsformen, die wie bei ein Schatz geborgen und produktiv für informelle Kulturbildung und Wissensvermittlung eingesetzt werden können.

67 Johannes Binotto: Analyse in Bewegung. Der Videoessay Als Zukunft Der Filmkritik (?). In: Philipp Brunner, Tereza Fischer-Smid, Marius Kuhn (Hrsg.): *Freie Sicht Auf's Kino: Filmkritik in Der Schweiz. Edition Filmbulletin*, 2019, S. 157–172.

68 Tony Zhou, Taylor Ramos: Postmortem: Every Frame a Painting. In: *Medium*, 03.12.2017, <https://medium.com/@tonyzhou/postmortem-1b338537fab3> (18.09.2020).