

Diplomarbeit

Titel der Diplomarbeit:

Zur Bedeutung, Funktion und Repräsentation kultureller Praktiken in der
„Star Trek“-Fankultur

Verfasserin:

Christina Maad

angestrebter akademischer Grad:

Magister der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, im September 2011

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 307

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Kultur- und Sozialanthropologie

Betreuerin:

Univ.-Prof. Dr. Elke Mader

Danksagung

Ich möchte an dieser Stelle meinen Eltern Luise und Erwin Maad danken, die mir durch ihre finanzielle Unterstützung mein Studium ermöglicht haben, und ganz speziell meiner Mutter, die mich immer mental unterstützt hat, an mich geglaubt hat wenn ich selbst nicht mehr dazu in der Lage war, mich auch in schwierigen Situationen darin bestärkt hat, durchzuhalten und ohne deren Zutun ich dies nicht geschafft hätte.

Besonderer Dank gilt auch meinen Freunden, die mich motivierten und darin unterstützten, meinem geplanten Weg zu folgen und mich nicht von anderen darin beirren zu lassen, besonders aber Mag. Ulrich Rois, der mir durch mehrfaches Korrekturlesen meiner Arbeit und mit seinem Fachwissen dabei behilflich war, auftretende Hürden aus dem Weg zu räumen.

Schließlich möchte ich noch meiner Betreuerin Frau Univ.-Prof. Dr. Elke Mader danken, in deren Vorlesung mir die Idee zu meinem Thema kam, die mir mit konstruktiven Anmerkungen und Ratschlägen immer zur Seite stand und mir in ausweglosen Situationen wiederholt behilflich war, den Fokus meiner Arbeit nicht aus den Augen zu verlieren.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	S.	4
2. Methoden	S.	8
2.1. Die qualitativ teilnehmende Beobachtung	S.	8
2.1.1. Beobachtungsfeld	S.	8
2.1.2. Wahl der Methode	S.	8
2.1.3. Aufzeichnung der Beobachtung	S.	10
2.1.4. Unstrukturierte Beobachtung und Probleme bei der Forschung	S.	11
2.2. Visuelle Aufzeichnung der Beobachtungssituation	S.	13
3. Theoretische Perspektiven und Forschungsstand	S.	15
3.1. Vorstellung des Materials	S.	15
3.2. Der öffentliche Diskurs rund um Fans	S.	16
3.2.1. Das öffentliche Bild von Fans	S.	16
3.2.2. Differenzierung unterschiedlicher Fankulturen	S.	18
3.2.3. Repräsentation durch die Medien	S.	20
3.2.4. Stereotype als Repräsentationspraktiken	S.	22
3.2.5. Conclusio – Herausbildung der Stereotype	S.	24
3.3. Wissenschaftlicher Diskurs rund um Fankulturen	S.	26
4. Der Konsum von Inhalten	S.	31
4.1. De Certeau und die Kunst des Lesens	S.	31
4.2. Fanproduktionen	S.	33
4.3. Die Selektion populärer Texte	S.	37
4.4. Macht und Widerstand	S.	41
4.5. Conclusio	S.	42
5. Der Konsum von Waren	S.	45
5.1. Der Gebrauch der Waren	S.	47
5.1.1. Das Herstellen von Fanprodukten	S.	47
5.1.2. Das Sammeln von Fanprodukten	S.	51

5.2. Die kulturelle Ökonomie	S. 56
5.3. Konsum als ritueller Akt	S. 58
5.4. Der Wert der Waren für die Fans – empirische Beispiele	S. 61
5.5. Conclusio	S. 63
 6. Die Akkumulation von Wissen	 S. 66
6.1. Wissen als kulturelles Kapital in der Fangemeinde	S. 66
6.2. Klingonisch	S. 71
6.3. „Fan Gossip“/„Fan Talk“	S. 73
6.4. Guestpanels	S. 79
6.5. Conclusio	S. 81
 7. Performative Fans	 S. 83
7.1. Performance und Ritual	S. 84
7.2. Der kostümierte Körper	S. 87
7.2.1. Die Aneignung einer Rolle durch das Kostüm	S. 88
7.2.2. Symbolische Übernahme sozialer Strukturen der Serienwelt	S. 97
7.2.3. „Performative Consumption“	S. 99
7.2.4. KlingonInnen	S. 100
7.2.5. Das Karnevaleske	S. 104
7.3. Communitas und Anti-Struktur	S. 105
7.3.1. Die Convention als Übergangsritus	S. 105
7.3.2. Spontane Communitas beim Weltrekordversuch	S. 107
7.4. Widerstand und semiotische Macht	S. 109
7.5. Conclusio	S. 112
 8. Schlussfolgerungen und zentrale Ergebnisse	 S. 115
 9. Bibliographie	 S. 121

1. Einleitung

Als ich mich auf die Suche nach einem geeigneten Thema für meine Diplomarbeit begab, war mir bereits bewusst, dass sich dieses nur innerhalb des Themenkreises populärer Medien bewegen konnte. Die Idee, populäre Fankulturen zum Inhalt meiner Forschung zu machen, kam mir in einer Vorlesung, in der diese Thematik behandelt wurde. Das Forschungsfeld einzugrenzen und dahingehend gezielte Fragestellungen zu entwickeln, sollte sich jedoch als schwieriger gestalten, da dieses sehr weitgefasst ist und zahlreiche interessante und relevante Themen behandelt. Je mehr ich mich damit auseinandersetzte und nachforschte, desto schwieriger wurde es, eine konkrete Themenstellung zu finden. Im Laufe der Zeit begegnete ich immer wieder Menschen, denen gegenüber ich erwähnte, dass ich meine Diplomarbeit über Medienfankulturen verfassen und diese mithilfe der teilnehmenden Beobachtung erforschen möchte. Darauf folgten bei den meisten GesprächspartnerInnen ähnliche Reaktionen, und immer wieder wurden Fankulturen mit „Freaks in Kostümen“ assoziiert. Diese Erfahrungen zeigten mir deutlich, dass das öffentliche Bild über Medienfans stark von negativen Stereotypen geprägt ist, da das bloße Erwähnen derselben fast immer mit den bereits erwähnten Assoziationen einherging. In meiner Forschung wollte ich diesem, von Stereotypen geprägten Bild des Medienfans nachgehen. Es fiel mir auf, dass keiner der erwähnten Personen jemals selbst mit dieser Art von Fankultur direkt in Kontakt gekommen war oder auch nur jemanden kenne, der darin involviert wäre. Aus diesem Grund wuchs mein Interesse daran, worauf sich diese Stereotypisierung eigentlich stützt, und wie die Bereiche und Aktivitäten, auf die sie sich bezieht, eigentlich beschaffen sind. Die spezifische Gruppe der „Star Trek“- und, in weiterem Sinne, der Science Fiction-Fangemeinschaft wählte ich als Forschungsobjekt, da diese eine der ältesten und bekanntesten Medienfankulturen ist und ihre Fankultur mit Kostümierung assoziiert wird. Aus diesem Grund schien sie mir als repräsentatives Forschungsobjekt geeignet.

Ich beschäftigte mich im Folgenden mit wissenschaftlichen Auseinandersetzungen mit Medienfankulturen und deren Stereotypisierung und führte eine Feldforschung auf einer Fanconvention durch. Den Fokus legte ich dabei auf Fragen nach den repräsentativen Praktiken dieser Fangemeinde und deren Funktionen für die

Beteiligten, sowie der Herausarbeitung typischer Formen dieser Praktiken. Die einzelnen Kapitel der vorliegenden Arbeit behandeln jeweils eine bestimmte Aktivität von Fanpraktiken, die dieser Stereotypisierung zugrunde liegen.

Zunächst möchte ich einen Überblick geben über den öffentlichen Diskurs rund um Fankulturen und aufzeigen, wie und warum Medienfans derart mit dieser negativen Stereotypisierung konfrontiert sind und worin der Unterschied zu anderen Arten von Fankulturen besteht. Ich werde die diesbezüglich wesentlichen Stereotype herausarbeiten, sowie aufzeigen, was Stereotypisierung eigentlich ist und wie diese entsteht. Im Anschluss möchte ich einen kurzen Überblick geben über die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Fankulturen und deren Repräsentation.

Das erste Kapitel widme ich der Rezeption von Medieninhalten. Hierfür möchte ich zunächst darauf eingehen, auf welche Art und Weise Bedeutungen in Texten von denjenigen geschaffen werden, die sie lesen, sowie jene Prozesse erläutern, wie die RezipientInnen sich diese anhand von Ressourcen, die sie aus dem Text gewinnen, zunutze machen. Anschließend werde ich Konsum und Produktion von Texten behandeln und aufzeigen, wie Fanproduktionen entstehen und welche Kriterien dabei entscheidend sind. In einem darauf folgenden Schritt möchte ich die zugrunde liegenden Selektionsprozesse erläutern und aufzeigen, auf welche Art und Weise Fans sich bereits bestehender Ressourcen bedienen. Hierfür werde ich Kategorien anführen, die für die Selektion von Texten entscheidend sind. In einem abschließenden Punkt dieses Kapitels möchte ich kurz darauf eingehen, wie Fans vorhandene Ressourcen als Ausdruck des Widerstandes in ihre Performance einbauen. Es wird anhand dieser Punkte ersichtlich, dass Fans kritische KonsumentInnen sind.

Im zweiten Kapitel möchte ich mich dem Konsum von Fanartikeln widmen, Alternativen dazu aufzeigen, den Wert der Waren für die Fans erläutern und aufzeigen, wie diese in der Gemeinschaft damit operieren, welchen Stellenwert die Produkte einnehmen und welche Funktionen sie für die Fans erfüllen. Hierfür werde ich mich zunächst dem Gebrauch der Waren widmen und Wege aufzeigen, wie Fans auf unterschiedliche Art und Weise den Produkten eigene Gebrauchsweisen entnehmen und ihren jeweiligen Bedürfnissen anpassen. Anschließend möchte ich die Zirkulation der Waren in der kulturellen Ökonomie erläutern und deren Wert als

kulturelles Kapital in der Fangemeinschaft darlegen. In einem nächsten Schritt widme ich mich der rituellen Funktion des Konsums und der erworbenen Produkte für die Fans und werde konkrete Beispiele meiner Feldforschung heranziehen.

Im anschließenden Kapitel werde ich mich der Akkumulation von spezifischem Wissen widmen und darlegen, welchen Nutzen und Stellenwert dieses in der Fangemeinde erfüllt, wie Fans damit umgehen, worin die Funktion für die Fans besteht und welche diversen Formen es annehmen kann. Zunächst werde ich aufzeigen, wie spezifisches Wissen als kulturelles Kapital in der Fangemeinschaft zirkuliert und welche Bedeutung es als solches einnimmt. Um dies zu veranschaulichen werde ich als konkretes Beispiel die fiktive Sprache Klingonisch heranziehen. Als nächstes möchte ich auf die Bedeutung und Funktion von „Fan Gossip“ eingehen, dessen Stellenwert erläutern und aufzeigen, welche Kategorien hier wirksam werden. Weiters möchte ich aufzeigen, welchen Raum die Convention für die Akkumulation und Präsentation von spezifischem Fanwissen zur Verfügung stellt und inwiefern die Fans sich diesen selbst schaffen. Hierfür möchte ich die so genannten Guestpanels als konkretes Beispiel heranziehen.

In einem abschließenden Kapitel möchte ich jene Fanpraktiken behandeln, die Kostümierung und Rollenspiel beinhalten. Diese werden mithilfe von Konzepten von Performance und Ritual untersucht. In diesem Zusammenhang möchte ich herausfinden, wie anhand eines Kostüm eine Rolle angenommen, bzw. eine Identität geschaffen wird, in welche Kategorien sich diese Praktiken unterteilen lassen, wie Fans auf einer Convention damit agieren und welche Funktionen die Kostüme haben. Hierfür werde ich einige spezifische Beispiele der Fanconvention anführen, um aufzuzeigen, welches breites Spektrum an unterschiedlichen Darstellungsformen hier existiert.

Weiters möchte ich herausfinden, wie die Fans diese Rollen gestalten, inwiefern sie von diesen vereinnahmt werden, ob auch soziale Strukturen der Serienwelt übernommen werden, welche Rituale oder Charakteristika von Ritualen eine Fanconvention aufweist, und ob es eine Form des Widerstandes gegen Stereotypisierung von außen gibt.

All die hier angesprochenen Themen und Fragen sollen einen Überblick geben über die kulturellen Praktiken und Aktivitäten dieser Fangemeinschaft jenseits der Stereotypisierung, und aufzeigen, wie diese populäre Fankultur tatsächlich beschaffen ist. Hierfür werde ich die Ergebnisse meiner Feldforschung auf einer Fanconvention mithilfe unterschiedlicher theoretischer Perspektiven interpretieren und anhand zahlreicher Photographien dokumentieren und veranschaulichen.

2. Methoden

2.1. Die qualitativ teilnehmende Beobachtung

In diesem Kapitel möchte ich jene Methoden darstellen, die ich für meine Forschung ausgewählt habe, sowie diese Wahl begründen.

2.1.1. Beobachtungsfeld

Das bereits dargestellte Thema wird anhand empirischer Daten untersucht. Für die Datenerhebung habe ich mich für eine Feldforschung basierend auf unstrukturierter teilnehmender Beobachtung auf einer Fanconvention entschieden. Diese Art von Veranstaltung ist eine der wichtigsten öffentlichen Institutionen der „Star Trek“-Fankultur. Ich gehe davon aus, dass Stereotype dort entstehen, wo Fans als solche an die Öffentlichkeit treten.

Meine Wahl fiel auf die FedCon in Bonn, die als Europas größte „Star Trek“- und Science Fiction- Convention gilt und vom 30. April bis zum 2. Mai 2010 zum 19. Mal stattfand. Die FedCon lockt einmal jährlich ca. 5000 bis 6000 BesucherInnen an und ist für eine Veranstaltung dieser Art bereits legendär. Die Angebote dort beinhalten Guestpanels mit SchauspielerInnen, die für Frage und Antwortstunden zur Verfügung stehen, sowie Autogrammstunden, die Möglichkeit zu einem Photo-Shooting mit den Stars geben, eine umfangreiche HändlerInnenbörse, Filmvorführungen, Vorträge und Berichte von „hinter den Kulissen“, Spiele und Vergnügungsaktivitäten, Modellbau und Kunstausstellungen, Partys und Konzerte sowie mehrere Wettbewerbe für Fans (vgl. <http://www.fedcon.de/>, 22.03.11).

Obwohl die vorliegende Arbeit die spezifische Gruppe der „Star Trek“-Fans zum zentralen Inhalt hat, möchte ich die darin angeführten empirischen Beispiele auf Science Fiction-Fans im Allgemeinen erweitern, da meine Beobachtungen auf der Convention diese mit einbeziehen und wichtige Erkenntnisse ansonsten nicht adäquat dargestellt werden könnten.

2.1.2. Die Wahl der Methode

Grundlage meiner Arbeit sind die empirischen Ergebnisse der strukturierten teilnehmenden Beobachtung auf einer Fanconvention. Bei der teilnehmenden Beobachtung handelt es sich um eine bedeutende Methode in der Feldforschung, bei der die Interaktion der ForscherInnen mit den AkteurInnen im Feld die zentrale

Voraussetzung bildet und die durch deren Teilnahme am Geschehen charakterisiert wird. Ziel ist es, durch Teilnahme an sozialen Prozessen der erforschten Personen oder Gruppen, Einsichten in deren Verhalten zu gewinnen, sowie ihre soziale Wirklichkeit in Hinblick auf die jeweilige Forschungsfrage zu rekonstruieren (vgl. Atteslander 2000: 73). Diese Methode eignet sich besonders zur Anwendung in Situationen, in denen eine Befragung mithilfe von Interviews nicht möglich ist oder es nicht erlaubt, die Forschungsfrage zu beantworten (vgl. Atteslander 2000: 80). Die ForscherInnen werden dabei selbst aktiver oder passiver Teil des zu untersuchenden sozialen Systems, um Daten zu sammeln, die dem natürlichen Umfeld der untersuchten Personengruppen entspringen, wobei die aktive Teilnahme der ForscherInnen dahin geht, dass sie selbst eine bestimmte soziale Rolle im Feld einnehmen (vgl. Atteslander 2000: 96). Dies geschieht in dem Sinne, dass „der aktiv teilnehmende Beobachter an der natürlichen Lebenswelt der Untersuchungspersonen teilnimmt und intensiven Kontakt zu ihnen pflegt“ (Atteslander 2000: 96).

Es bleibt den ForscherInnen dabei selbst überlassen, ob sie sich hierbei als WissenschaftlerInnen zu erkennen geben oder verdeckt arbeiten, was je nach Forschungssituation Vorteile oder Nachteile bietet. Dies hängt auch von der jeweiligen Beobachtungssituation ab. Ziel dieser Methode ist es, das Sozialverhalten einer bestimmten Gruppe in ihrem natürlichen Umfeld zu untersuchen, ohne die dort herrschenden Bedingungen zu beeinflussen. Die diesbezügliche Anonymität ist dann von Vorteil, wenn „die für die Untersuchung relevanten Verhaltensweisen bei einer Beobachtung zu stark verändert oder gar nicht gezeigt würden“ (Atteslander 2000: 93). Dies wäre beispielsweise dann der Fall, wenn die beobachteten Personen durch die Anwesenheit der ForscherInnen in ihrem Verhalten gehemmt wären und daher nicht mehr auf natürliche Weise agieren würden.

Bei der Wahl der geeigneten Methode zur Durchführung meiner Forschung stellte sich schnell heraus, dass nur die unstrukturierte teilnehmende Beobachtung dafür in Frage kommt. Es ging darum, ein neues und für mich völlig unbekanntes Feld zu betreten. Trotz langer intensiver Recherche von Literatur und Videomaterial vergangener Conventions, konnte ich mir dennoch keine Vorstellung davon machen, was mich dort erwarten würde. Da meine Arbeit von vorherrschender Stereotypisierung der Fans durch Aussenstehende ausgeht und sich auf Bereiche

der kulturellen Aktivitäten und der kulturellen Repräsentation stützt, auf denen diese Stereotypisierung basiert, erschien es mir nicht sinnvoll, meine Daten mithilfe von Interviews zu erheben, da ich nicht fälschlicherweise den Eindruck erwecken wollte, die erforschten Fans bloßstellen zu wollen. Außerdem ging es mir darum, die Strukturen und Funktionen der kulturellen Aktivitäten dieser Gruppe von Innen heraus zu erfassen und deren tiefere Bedeutungen offen zu legen. Die subjektive Sichtweise von Interviews wäre diesbezüglich nicht aufschlussreich gewesen. Aus selbigem Grund traf ich die Entscheidung, verdeckt ins Feld zu gehen und mich nicht als Forscherin zu erkennen zu geben.

Um einen besseren Zugang zur Fangemeinde zu erhalten und mich besser in diese, mir fremde Welt, einzugliedern, entschied ich mich zusätzlich dafür, während der gesamten Veranstaltung selbst ein (Sternenflotten-)Kostüm zu tragen, da es für mich wichtig war, mich aktiv ins Geschehen einzubinden. Tatsächlich erleichterte es mir diese Entscheidung, rasch Anschluss in der Fangemeinde zu finden. Bereits kurz nachdem ich das Gelände betreten hatte, nahmen Fans von sich aus Kontakt zu mir auf.

2.1.3. Aufzeichnung der Beobachtung

Die Aufzeichnung meiner Beobachtungen erfolgte anhand von handschriftlichen Protokollen in Notizbüchern, die ich während meiner Beobachtung ständig bei mir trug. Darin hielt ich Beobachtungsnotizen, Tages- und Eventzusammenfassungen, Kontaktdaten der InformantInnen sowie Ideen für meine weitere Forschung fest. Diese notierte ich im selben Augenblick der Beobachtung, sofern es die Situation zuließ. Jedoch war es mir nicht immer möglich, vor Ort Notizen zu machen, einerseits, da ich mich vor Fans nicht als Forscherin outen wollte und dies während eines Gesprächs sofort aufgefallen wäre, andererseits, da das Programm auf der Veranstaltung sehr dicht war, oftmals keine Zeit dafür blieb und ich mich gezielt auf die Beobachtung konzentrieren wollte. Am Ende jedes Tages verfasste ich ein ausführliches Gedächtnisprotokoll. Es ist nicht notwendig, diese während der laufenden Beobachtung zu verfassen, jedoch sollten nicht mehr als ein paar Tage dazwischen liegen, „da Protokolle aus der Erinnerung eine spezifische Selektivität aufweisen“(Atteslander 2000: 92-93).

2.1.4. Unstrukturierte Beobachtung und Probleme bei der Forschung

Im Gegensatz zur strukturierten Beobachtung, der ein Beobachtungsschema zugrunde liegt „das einen hohen Grad an Quantifizierbarkeit, Kontrollierbarkeit und Vergleichbarkeit gewährleisten soll, indem sie die Beobachtung der subjektiven Interpretation eines einzelnen Beobachters entzieht“ und den Fokus auf Fragen nach Häufigkeit und Verteilung des Verhaltens legt, basiert die unstrukturierte Beobachtung auf den „Leitfragen der Forschung“ (Atteslander 2000: 91). Sie wird erst durch die Vorgänge im Feld bestimmt und konzentriert sich auf „die Beschreibung der AkteurInnen, ihres Verhaltens, der Situationen und Zusammenhänge sowie die Erfassung ihrer Handlungsmuster“ (Atteslander 2000: 91-92).

Die Vorteile der unstrukturierten teilnehmenden Beobachtung bestehen darin, dass der Ablauf der Beobachtung durch das Geschehen im Feld bestimmt wird, was bedeutet, dass die ForscherInnen hier nur über geringe Vorkenntnisse verfügen müssen. Aus diesem Grund eignet sich diese Methode gut für frühe Phasen der Forschung, da sie nicht dazu dient, Hypothesen zu überprüfen, sondern diese vielmehr während des Forschungsablaufs aufgrund gewonnener Informationen generiert (vgl. Atteslander 2000: 92). Dies ermöglicht den ForscherInnen eine gewisse inhaltliche Offenheit bei ihrem Feldzugang, da nicht nach vorgefertigten Schemata gehandelt wird, sondern neue Erkenntnisse und Beobachtungen in den Forschungsablauf mit einfließen. Offenheit ist in diesem Fall nicht nur möglich sondern auch ein notwendiges Kriterium. Den ForscherInnen sollte es gelingen, sich an die individuellen und willkürlichen Situationen, die sich durch die Beobachtung ergeben, anzupassen, da diese selten einem im Vorfeld geplanten Ablauf folgen und daher ungeahnte Wendungen nach sich ziehen können.

Kritik wird an der teilnehmenden Beobachtung geäußert hinsichtlich der mangelnden Überprüfbarkeit der gewonnenen Daten. Da jede Beobachtungssituation individuell verläuft und die Ergebnisse daher einzigartig sind, ist die Wiederholbarkeit ausgeschlossen. Das erschwert es, in unterschiedlichen Situationen gesammelte Daten zu vergleichen.

Ein weiteres Problem der teilnehmenden Beobachtung ist das so genannte „Dilemma von Teilnahme und Distanz“ (Atteslander 2000: 109). Diese Problematik besteht darin, dass die ForscherInnen Gefahr laufen, sich zu sehr mit den Erforschten zu identifizieren. Dieses Phänomen wird in der Fachliteratur „going native“ genannt. Ein

anders gelagerter Fehler wäre es, ethnozentristische Sichtweisen in die Forschung einzubringen. Jedoch wird das in der qualitativen Forschung nicht als Problem erachtet. Es wird vielmehr vorausgesetzt, dass die Teilnahme im Feld mit Empathie und Identifikation mit den untersuchten Personen verbunden ist (vgl. Atteslander 2000: 106).

Schon einige Zeit, bevor ich damit begann, mich gezielt auf die Feldforschung vorzubereiten, fing ich damit an, mir die „Star Trek“-Filme sowie ausgewählte Folgen der einzelnen Serien anzusehen, um mich mit deren zentralen Inhalten und vor allem mit den einzelnen Charakteren und Wesen sukzessiv vertraut zu machen. Dies erschien mir sinnvoll, da ich unter anderem beobachten wollte, wie die Medienrezeption die Darstellung der Figuren beeinflusst und wie soziale Strukturen der Serienwelt übernommen werden und ich in diesem Zusammenhang mit den Charakteren bis zu einem gewissen Grad vertraut sein musste, um dies beobachten zu können und diesbezüglich einen Vergleich anzustellen. Weiters wurde es mir dadurch erleichtert, eine Vertrauensbasis herzustellen und somit an Gesprächen der Fans teilzunehmen, welche ohne nötiges Grundwissen nicht zustande gekommen wären.

Vor Antritt meines Feldforschungsaufenthaltes erstellte ich eine Liste mit Kategorien von Fanaktivitäten, die ich beobachten wollte und jeweils spezifischen Fragen, die mich diesbezüglich interessierten. Aufgrund der Unvorhersehbarkeit des Forschungsablaufes war ich jedoch bemüht, relativ offen ins Feld zu gehen und mich spontan von den Geschehnissen dort leiten zu lassen. Da das Programm der Convention einen angefüllten Zeitplan umfasste, jeweils mehrere Aktivitäten parallel zueinander stattfanden und die Angebote teilweise dauernden Änderungen unterworfen waren, wurde es mir zusätzlich erschwert, einer gewissen Planung zu folgen. So war ich gezwungen, Prioritäten zu setzen bezüglich der Aktivitäten, die ich beobachten wollte, und andere, die parallel stattfanden, ausfallen zu lassen. Daher legte ich den Fokus auf einige spezifische Aktivitäten, die für meine Forschung besonders relevant waren, und ließ mich in der restlichen Zeit auf das aktuelle Geschehen ein und mich von diesem leiten.

Diese unstrukturierte Vorgehensweise, die es mir anfangs erschwerte, den Überblick zu behalten, stellte sich jedoch als großer Vorteil heraus, da ich dadurch einen

flexibleren Ablauf verfolgen konnte und mich so besser ins Geschehen einbinden und mich von diesem leiten lassen konnte. So war es mir auch möglich, einige unvorhergesehene, aufschlussreiche Gespräche mit Fans zu führen, intensiven Kontakt mit diesen aufzunehmen und dadurch Beobachtungen zu sammeln, die mir bei strikter Befolgung eines vorgefertigten Plans verwehrt geblieben wären.

2.2. Visuelle Aufzeichnung der Beobachtungssituation

Um die Ergebnisse meiner Forschung zu dokumentieren, entschied ich mich für die zusätzliche Aufzeichnung des Geschehens mithilfe einer Kodak Digitalkamera „Easy Share C743“. Diese trug ich ebenso immer bei mir, wie meine Notizbücher. So konnte ich einige Geschehnisse, aber auch Darstellungen von Fans bildlich festhalten und dokumentieren.

Die visuelle Anthropologie stellt eine relativ junge Subdisziplin innerhalb der Kultur- und Sozialanthropologie dar, die sich auf visuelle Systeme und visuelle kulturelle Formen bezieht (vgl. Banks/Morphy 1997: 5). Sie beschäftigt sich mit dem Einsatz von Photographie, Film und Video in unterschiedlichen Bereichen der Forschung. Banks und Morphy (1997) unterscheiden zwei hauptsächliche Verwendungszwecke, den Gebrauch von visuellen Materialien in der anthropologischen Forschung und das Studium von visuellen Systemen und visueller Kultur (vgl. Banks/Morphy 1997: 2). In der anthropologischen Forschung nehmen visuelle Darstellungen und das Einbeziehen visueller Medien jedoch noch eine eher marginale Position ein.

Bei der Verwendung von Photographien in der Forschung besteht die Möglichkeit, zu dokumentarischen Zwecken selbst Photographien zu machen, sie von den AkteurInnen des Geschehens machen zu lassen oder auf Archivmaterial zurückzugreifen.

Marcus Banks nennt drei Fragestellungen, die man in der Sozialforschung mit Bildern berücksichtigen muss: Was beinhaltet das Bild? Wer hat es wann und wo aufgenommen? Wie wird es von anderen Menschen gelesen und was machen diese damit (vgl. Banks 2009: 7)?

Die Dokumentation einer Feldforschung mithilfe von selbst aufgenommenen Photographien ermöglicht es, sich besser an die Erfahrungen, die man gesammelt hat, zu erinnern, sie anderen zugänglich zu machen und Dinge aufzuzeichnen, die zu kompliziert wären, um sie zu erklären (vgl. Banks 2009: 114). Somit kann durch das

Aufzeichnen von Photographien ein vielschichtigeres Bild der erforschten Gruppe oder Gemeinschaft entstehen und vermittelt werden. Jedoch sollten Photographien in diesem Kontext niemals für sich selbst sprechen, sondern vielmehr der Illustration eines Textes dienen.

In akademischen Publikationen gibt es zwei Arten, Photographien an den Text zu binden, durch Bildunterschriften oder durch entsprechende Referenzen im Text (vgl. Banks 2009: 144-145). Nachteile der Dokumentation mithilfe von Photographien bestehen in der subjektiven Darstellung, da sie nur eine Sichtweise des Geschehens wiedergeben. „Eine Photographie ist nicht einfach die Repräsentation einer Person, sondern vielmehr die Repräsentation einer Repräsentation, nämlich die Eigenschaften die mit einer Person verbunden werden“ (Banks 2009: 50).

In diesem Sinne möchte ich die Photographien, die ich während meiner Forschung aufgenommen habe, in die vorliegende Arbeit zentral einbeziehen, da sie als Teil der Repräsentation dienen und gewisse Punkte besser veranschaulichen und dokumentieren. Probleme bei der Aufzeichnung der Photographien im Feld ergaben sich keine, da auf dieser Veranstaltung beinahe alle TeilnehmerInnen einen Photoapparat mit sich tragen und sich dies daher nicht negativ oder störend auf das Geschehen auswirkt.

3. Theoretische Perspektiven und Forschungsstand

3.1. Vorstellung des Materials

Die Science- Fiction- Kultserie „Star Trek“ startete am 8. September 1966. Die erste Serie dieser Reihe ist im deutschsprachigen Raum als „Raumschiff Enterprise“ bekannt und umfasst heute fünf weitere Serien und elf Kinofilme, sowie zahlreiche Romane und Comics, Zeitschriften, Sachbücher sowie eine enorme Bandbreite an unterschiedlichen Merchandisingartikeln (vgl. Wenger 2006: 99-104). Doch erst in den frühen 70er-Jahren wurde die Serie zum Kult und die erste „Star Trek“-Convention in New York zog, entgegen den Erwartungen der OrganisatorInnen, mehrere tausend Menschen an (vgl. Jenkins/Tulloch 1995: 10-11). Heute genießt die Fangemeinde einen schon beinahe ebenso anerkannten Kultstatus wie die Serie selbst.

Fanaktivitäten sind vielfältig und finden, mit wenigen Ausnahmen, nicht in der Öffentlichkeit statt, sondern werden vorwiegend privat praktiziert, oder in eigens dafür vorgesehenen Clubs und Vereinen. Die Fanconvention stellt die diesbezüglich größte Veranstaltungsform dar und ist daher auch die einzige, die öffentlich in den Medien kommentiert wird. Bei Conventions handelt es sich um überregionale Treffpunkte für die gesamte Fangemeinde, die für gewöhnlich einmal jährlich stattfinden. „Diese Großveranstaltungen bieten den Fans die Gelegenheit, sich nicht nur ‚imaginär‘ einer Gemeinschaft zugehörig zu fühlen, sondern diese auch in der Interaktion mit anderen Fans ‚leibhaftig‘ zu erfahren“ (Wenger 2006: 196).

Wenn ich im Rahmen dieser Arbeit von „Star Trek“ spreche, so bezieht sich das auf die gesamten Inhalte der Serienwelt, die alle Filme und Serien mit einschließt. Das Konzept der Serie besteht darin, eine „Vision einer toleranten Gesellschaftsordnung vorzustellen, in der die verschiedensten Völker und Kulturen friedlich miteinander leben“ (Wenger 2006: 104) und weist viele Charakteristika einer sozialen Utopie auf.

Ich verwende für die vorliegende Arbeit die Definition von Fans im Sinne von John Fiske:

„Fandom is a common feature of popular culture in industrial societies. It selects from the repertoire of mass-produced and mass-distributed entertainment certain

performers, narratives or genres and takes them into the culture of a self-selected fraction of the people. They are then reworked into an intensely pleasurable, intensely signifying popular culture that is both similar to, yet significantly different from, the culture of more 'normal' popular audiences" (Fiske 2001: 30).

3.2. Der öffentliche Diskurs rund um Fans

"Fans get a bad press. The familiar images of fandom are loaded with negative stereotypes and labels of deviancy" (Lewis 2001: iii). Schon dem Wortursprung des Terminus Fan haftet eine negative Konnotation an, da er dem lateinischen Wort „fanaticus“ entspringt, das sich ursprünglich auf orgiastische Riten und enthusiastische Raserei bezog (vgl. Jenkins 1992: 12). Unter dem Begriff „fanatic“ findet man in Wörterbüchern und Lexika Definitionen wie beispielsweise: „A person whose enthusiasm or zeal für something is extreme or beyond normal limits“ (Collins Dictionary of the English Language 1991: 558).

Jenkins schreibt „[...] it never fully escaped its earlier connotations of political zealotry, false believes, orgiastic excess, possession, and madness, connotations that seem to be at the heart of many of the representations of fans in contemporary discourse“ (Jenkins 1992: 12). Eine andere Definition von Fans lautet wie folgt: „The fan is consistently characterized as a potential fanatic. This means that fandom is seen as excessive, bordering on deranged, behavior“ (Jenson 2001: 9).

Ich möchte in diesem Abschnitt kurz Aufschluss darüber geben, wie Medienfans im öffentlichen Diskurs repräsentiert werden, welche Stereotype dadurch entstehen, inwiefern sich dieses öffentliche Bild von demjenigen anderer Arten von Fangemeinschaften unterscheidet, welchen Beitrag die Medien zur Festsetzung dieser vorherrschenden Stereotype leisten und auf welche grundlegenden Fanaktivitäten sie sich beziehen.

3.2.1. Das öffentliche Bild von Fans

Joli Jenson unterscheidet in ihrer Arbeit bezüglich des Diskurses über Fans zwei grundsätzliche stereotype Bilder, die „obsessiven Einsamen“ und die „hysterische Masse“. Zum einen werden Fans hier als EinzelgängerInnen bezeichnet, die ihre mangelnden sozialen Beziehungen durch imaginäre Beziehungen zu den Stars ausgleichen, was in Extremfällen mit negativer Besessenheit zum Beispiel von

Personen des öffentlichen Lebens verbunden wird. Zum anderen existiert das Bild von Fans als Mitglieder einer Masse. Dieses letztgenannte Bild wird überwiegend mit Musikfans und Sportfans in Verbindung gebracht, während der erstgenannte Typ nicht ausschließlich, jedoch vorwiegend der Gruppe von Film- und Serienfans, sowie Fans von Computerspielen zugeordnet wird (vgl. Jenson 2001: 10-12).

Während weibliche Fans vermehrt als kreischende Teenager oder Groupies, assoziiert mit der Musikszene und eindeutigen sexuellen Absichten, gelten, manifestiert sich das Bild des männlichen Fans eher in Vorstellungen von Psychopathen oder realitätsfernen Comic- und Fantasy-Fans, denen ein Image von asexuellen Sonderlingen anhaftet (vgl. Jenkins 1992: 15). Insbesondere Medienfans erfahren meist eine stereotype Darstellung entweder als übergewichtige Frauen oder als desexualisierte Freaks mit mangelndem Bezug zur Realität (vgl. Jenkins 1992: 19). In jedem Fall wird hier eine psychische Instabilität und mangelnde Sozialkompetenz suggeriert. Die Flucht in Phantasiewelten und das Einnehmen anderer Rollen werden als, für diese Art von Fans, charakteristisch betrachtet und scheinen das Wesentliche an der Fankultur darzustellen.

Die dominante Kultur weist den Fans diesbezüglich eine eindeutige Position der Schwäche zu, indem sie sie als Stereotyp konstruiert. „Fanidentitäten verfügen über keinen positiv besetzten Bezugspunkt außerhalb ihrer Fankultur, sondern sehen sich meist mit einer negativen bzw. einer Nicht-Identität konfrontiert, sobald sie als Fan in die Öffentlichkeit treten“ (Wenger 2006: 251).

Generell werden Fans oft mit Hysterie, Besessenheit und unkontrolliertem Verhalten in Verbindung gebracht. Dennoch werden nicht alle Fangemeinschaften gleichermaßen mit dieser negativen Stereotypisierung konfrontiert. Es wird im öffentlichen Diskurs deutlich unterschieden zwischen den einzelnen Fankulturen. Während es sich beispielsweise beim Fußball um einen innerhalb der Gesellschaft anerkannten und prestigeträchtigen Sport handelt, dessen AnhängerInnen zwar oftmals durch negatives Verhalten in die Schlagzeilen geraten, der sich jedoch einer großen allgemeinen Anerkennung und Beliebtheit erfreut, ist die Leidenschaft für Fantasy- oder Science-Fiction-Filme der großen Masse nicht in diesem Maße zugänglich. Daher werden diese Gruppen von Fans viel eher assoziiert mit von der Norm abweichendem Verhalten, mit Phantastereien und mit der Entfremdung von der Realität.

Als eine mögliche Begründung dafür, dass Sportfans einen anderen Status genießen als Medienfans, nennt Jenkins die Tatsache, dass diese ihre Leidenschaft und ihre Zeit realen Veranstaltungen widmen, anstatt fiktiven, die im Vergleich einen minderwertigen Stellenwert einnehmen (vgl. Jenkins 1992: 19).

Eine adäquate Anekdote hierfür liefern John Tulloch und Henry Jenkins in ihrer Arbeit über „Science Fiction Audiences“. Darin wird eine Szene beschrieben, in der „Star Trek“-Fans von einem Reporter interviewt werden. Als der Kameramann plötzlich fragt: „Don’t you think it’s pretty abnormal for grown people to run around in costumes and be able to quote every word Mr. Spock ever said?“ erfolgt darauf die Gegenfrage eines Fans bezüglich seines Wissens über Baseball, woraufhin der Kameramann erwidert: „No! Baseball is normal; this stuff isn’t.“ (Tulloch/Jenkins 1995: 14)

3.2.2. Differenzierung unterschiedlicher Fankulturen

Joli Jenson geht der Frage nach, was Fans beispielsweise von OpernliebhaberInnen, ExpertInnen und KunstsammlerInnen unterscheidet und warum diese nicht derselben negativen Stereotypisierung ausgesetzt sind. Dabei nennt sie zwei grundsätzliche Aspekte, die hierfür entscheidend sind: die Objekte der Verehrung und die Art der Involvierung. Die Gegenstände von KunstliebhaberInnen und SammlerInnen werden, im Unterschied zu denjenigen der Fans, der Hochkultur zugeschrieben. Demnach werden populäre Objekte, die billig, leicht zu erhalten und der Mittelschicht zuzuordnen sind, den populären Fankulturen zugeschrieben (vgl. Jenson 2001: 19). Während sich hier also beide Parteien ihrer Hingabe zu einer bestimmten Sache widmen, werden klare Unterscheidungen getroffen, ob man seine Leidenschaft Fernsehserien widmet oder anerkannten SchriftstellerInnen und ob man die Oper besucht oder ein Rockkonzert.

„At least one key difference, then, is that it is normal and therefore safe to be attached to elite, prestige-conferring objects (afficionado-hood), but it can be abnormal, and therefore dangerous to be attached to popular, mass-mediated objects (fandom)“ (Jenson 2001: 20).

Als weiteres Unterscheidungskriterium nennt Jenson hier Wertigkeiten von Status und, damit verbunden, auch Klasse. „Congruently, then, ‘good’ affinities are

expressed in a subdued, undisruptive manner, while 'bad' affinities (fandom) are expressed in dramatic and disruptive ways" (Jenson 2001: 21).

Der Medien- und Kommunikationswissenschaftler M. A. Peterson schreibt hierzu:

„Similarly, in the United States, for consumers to give to science-fiction television the kind of devoted critical attention that is acceptable for a genre such as Opera (or even 'classic' cinema), is to position oneself as needing to 'get a life'" (Peterson 2003:135).

Auch Roberta Pearson beschäftigt sich mit den Unterschieden und Gemeinsamkeiten zwischen AnhängerInnen der Hochkultur und populären Fankulturen. Dabei geht sie insbesondere der Frage nach, warum Menschen, die in die Populärkultur involviert sind, generell als Fans bezeichnet werden, und im speziellen Fall der „Star Trek“-AnhängerInnen sogar einer weiteren Kategorisierung unterworfen sind, die sie, unter anderem, als „Trekkies“ bezeichnet. Während diese Bezeichnungen als soziales Urteil gelten und meist negativ behaftet sind, finden sich AnhängerInnen der Hochkultur zwar auch mit einer ähnlichen Kategorisierung konfrontiert, doch beinhaltet diese die Implikation von spezialisiertem, bedeutenderem Wissen, verbunden mit einer positiven Aufwertung für denjenigen, auf den sie sich bezieht (vgl. Pearson 2007: 98-99). Auch Pearson spricht hier über die Wertigkeit von Klasse. Das lohnende und spezialisierte Wissen, akkreditiert mit „aficionados/cognoscenti/connoisseurs“ impliziert eine höhergestellte Position als das der „fans/buffs/enthusiasts“ (vgl. Pearson 2007: 103).

Harrington und Bielby fanden heraus, dass Fans und KonsumentInnen von Vielen als auf demselben Kontinuum existierend, betrachtet werden. Fans unterscheiden sich von Zweiteren demnach lediglich durch den Grad ihrer emotionalen, psychologischen Investition in Medientexte und deren aktives Engagement mit diesen. Befragte Personen wiesen auch auf die Punkte Gemeinschaft, Sozialität, Selbstidentifikation und die Regelmäßigkeit der Konsumgewohnheiten, bezüglich der Unterscheidung von Fans und KonsumentInnen, hin (vgl. Harrington/Bielby 2007: 186-187).

3.2.3. Repräsentation durch die Medien

Einen signifikanten Beitrag zur Festsetzung dieser Stereotype leisten, wie bereits erwähnt, die Medien. Die ursprüngliche Assoziation mit „dämonischer Besessenheit“ wird immer wieder auch durch die Nachrichten übermittelt. Berichte über psychopathische Fans, deren Hingabe zu den Stars in Gewalttaten und antisozialem Verhalten gipfelt, werden mithilfe stereotypischer Repräsentationen von Fans als emotional instabil, sozial verhaltensgestört und realitätsfremd erklärt (vgl. Jenkins 1992: 13). Doch nicht nur Berichte über PsychopathInnen und MörderInnen, sondern auch Darstellungen von Fans in Kostümen sind besonders medienwirksam. „The popular press, as well, has stigmatized fandom by emphasizing danger, abnormality, and silliness. And the public deny their own fandom, carry on secret lives as fans or risk the stigma that comes from being a fan“ (Lewis 2001: 1).

Um Fans als solche erkennen zu können, ist es notwendig, dass sie innerhalb eines bestimmten und vor allem sichtbaren Kontextes agieren (vgl. Wenger 2006: 249). Bezüglich dieser nach außen hin sichtbaren Ebene gibt es Unterschiede zwischen verschiedenen Fankulturen. Während beispielsweise Fußballfans ihre Anhängerschaft optisch oft durch Teamtrikots zur Schau stellen, erkennt man Musikfans meist an Kleidung, die den Namen der Lieblingsband trägt oder etwa einem Styling, das dem des Idols nachempfunden ist. In beiden Fällen handelt es sich um Phänomene, die im Alltag präsent sind, denen nicht diese „Aura des Spektakulären“ anhaftet.

Anders verhält es sich in Fällen, in denen die Identität als Fan durch ein spektakuläres Kostüm betont wird und mit einem gewissen Rollenverhalten verbunden ist, dem phantastische Aspekte anhaften. Dies gelangt durch mediale Rahmung schnell in einen determinierten Kontext, in dem es als typisch für eine Fankultur wahrgenommen wird (vgl. Wenger 2006: 250). Für den uneingeweihten Zuschauer manifestiert sich dabei das Bild der realitätsfremden Fans.

Henry Jenkins beschreibt zu Beginn seines Werks „Textual Poachers“ eine Szene aus der Show „Saturday Night Live“, in der „Star Trek“-Fans veralbert wurden. Die Darstellung der Fans erfolgte dabei anhand stereotyper Kriterien, die das vorherrschende Bild der Science Fiction-Fans verkörpern sollten. Die darin vermittelten Stereotype waren: Fans sind unkritische Konsumenten, vergeuden ihr

Leben mit sinnlosem Wissen, legen Bedeutung in wertlose kulturelle Materialien, sind soziale AußenseiterInnen die von der Show so besessen sind, dass andere Bereiche des sozialen Lebens darunter leiden, sind desexualisiert, sind infantil, emotional und intellektuell unreif und können Phantasie nicht von der Realität trennen (vgl. Jenkins 1992: 9-10).

“The ‘Trekkies’ were depicted as nerdy guys with glasses and rubber Vulcan ears, ‘I Grok Spock’ T-shirts stretched over their bulging stomachs. One man laughs maliciously about a young fan he has just met who doesn’t know Yeoman Rand’s cabin number, while his friend mumbles about the great buy he got on a DeForest Kelly album” (Jenkins 1992: 9).

Diese stereotype Darstellung in der Show wird durch den Auftritt von William Shatner an die Spitze getrieben, der, frustriert von den sinnlosen Fragen der Fans, sie dazu auffordert, aus ihren Elternhäusern auszuziehen, erwachsen zu werden und endlich Mädchen zu küssen (vgl. Jenkins 1992: 9-10). „Get a life, will you people? I mean, I mean, for crying out loud, it’s just a TV show!” (Shatner zitiert nach Jenkins 1992: 10).

An anderer Stelle macht Jenkins auf einen Zeitungsartikel der Zeitschrift „Newsweek“ aus dem Jahr 1986 aufmerksam, in der „Star Trek“-Fans mit auffälligem Konsum, infantilem Verhalten und selbstgefälliger Überlegenheit beschrieben werden. Der Aufhänger des Artikels lautet: „Hang on: You are beamed to one of those Star Trek conventions, where grownups greet each other with the Vulcan salute and offer in reverent tones to pay \$100 for the autobiography of Leonard Nimoy” (Jenkins 1992: 11).

Ein weiteres Beispiel bezüglich der stereotypen Darstellung von Film- und Serienfans lieferte ein Artikel der Zeitschrift „New York Post“ bezüglich des Erscheinens des vierten „Harry Potter“-Films im Jahr 2005. Die Fans wurden darin betitelt als „Potterheads: Wizards of Odd“ und in weiterer Folge hieß es „adult fans go hogwart’s [sic] wild as new Trekkies“ (New York Post 2005: 47-47 zitiert nach Gray 2007: 2). Wie dieses Beispiel zeigt, werden „Trekkies“ hier schon als Prototypen für den realitätsfernen Medienfan gehandelt. In diesem Vergleich spiegelt sich das, was Jenkins und Tulloch bezeichnen als „the stereotype of the ‘Trekkie’, a grotesque

embodiment of everything that critics feared about mass culture – blind consumerism, obsessive commitment to the trivial, a loss of dignity and respect, a retreat from reality into the world of the ‘boob tube’”(Tulloch/Jenkins 1995: 14).

3.2.4. Stereotype als Repräsentationspraktiken

Ich möchte mich an dieser Stelle kurz auf den Begriff der Stereotypisierung beziehen, aufzeigen, was man darunter versteht und welche Praktiken sie umfasst. Unter Stereotypisierung versteht man eine Praxis, die Menschen auf gewisse Wesenseigenschaften reduziert und in diesem Sinne meist dazu dient, sie abzuwerten und als unterlegen darzustellen. Es handelt sich also um eine Repräsentation, die Menschen von Außen auferlegt wird (vgl. Hall 2008: 143).

Richard Dyer spricht davon, dass man zwischen „Typisierung“ und „Stereotypisierung“ unterscheiden müsse. Typisierung ist notwendig, da wir uns ohne die Klassifizierung in „Typen“ nicht zurechtfinden würden. Menschen und Dingen werden demnach bestimmte Rollen zugeordnet, die, augenscheinlich betrachtet, zu ihnen passen. Diese Einteilung erfolgt nach Kriterien wie beispielsweise Alter, Geschlecht und Nationalität, anhand derer wir einer bestimmten Gruppe von Personen zugeordnet werden, und teilt uns auch in Persönlichkeitstypen ein, je nachdem ob Menschen fröhlich, aggressiv, ernst, etc. agieren. Wir machen uns also demnach ein Bild von einer Person, indem wir sie aufgrund gesammelter Informationen „innerhalb dieser verschiedenen Ordnungen der Typisierung positionieren“ (vgl. Dyer 1977: 28 zitiert nach Hall 2008: 142-143).

„Stereotype erfassen die wenigen einfachen, anschaulichen, leicht einprägsamen, leicht zu erfassenden und weithin anerkannten Eigenschaften einer Person, reduzieren die gesamte Person auf diese Eigenschaften, übertreiben und vereinfachen sie, und schreiben sie ohne Wechsel oder Entwicklung für die Ewigkeit fest“ (Hall 2008: 143-144).

Negative Stereotypisierung ist gekennzeichnet durch Differenzen, die dadurch geschaffen und betont werden, durch die Praxis des Ausschlusses und durch Ungleichheiten in der Machtverteilung. Es werden die als normal und akzeptabel betrachteten Verhaltensweisen innerhalb einer Gesellschaft herausgefiltert und überbetont, um Verhalten, das dem nicht entspricht und somit nicht akzeptiert wird,

auszuschließen und als anormal abzustempeln. Dabei wird also alles ausgeschlossen und verbannt, das nicht als dazugehörig betrachtet wird. Diese Einteilung in Typen, die sich den gesellschaftlichen Regeln entsprechend verhalten, und Stereotypen, die durch diese Regeln ausgeschlossen werden, dient dazu, eine symbolische Grenze zwischen „uns“ und „denen“ zu ziehen und ist demnach in gewisser Weise „Teil der symbolischen Ordnung“ (vgl. Hall 2008: 144).

Wie bereits erwähnt, tritt Stereotypisierung verstärkt dort auf, wo es ein Ungleichgewicht der Macht gibt, da sich diese üblicherweise gegen die untergeordneten Gruppen richtet. Hall beruft sich hier auf Michel Foucault und benennt Stereotypisierung als etwas, das dieser als eine Art von „Macht/Wissen-Spiel“ bezeichnete. Die untergeordneten Gruppen werden demnach einer Norm entsprechend klassifiziert und somit als „anders“ bewertet. Dieser symbolische Akt, jemanden auf diese Art und Weise zu repräsentieren, ist symbolische Macht, und damit auch eine Art von Gewalt, die sich durch Stereotypisierung ausdrückt. Diese Macht der Repräsentation, die in der Stereotypisierung liegt, beinhaltet also die Macht, zu kennzeichnen, zuzuweisen und zu klassifizieren und, in Folge, die Macht des Ausschlusses (vgl. Hall 2008: 145-146).

Ich möchte an dieser Stelle noch auf einen weiteren wichtigen Punkt eingehen, den Hall hier nennt, den für mich wichtigsten Punkt. Stereotype beziehen sich demnach sowohl auf Vorstellungen in der Phantasie, als auch auf Dinge, die als „wirklich“ wahrgenommen werden. Also setzt sich nur ein Teil davon durch die Praktiken der Repräsentation zusammen. Den Rest bildet das, was jede Person durch Phantasie hinzufügt, „was nicht gesagt, aber vorgestellt wird, was impliziert wird, aber nicht gezeigt werden kann“ (Hall 2008: 150).

So kommt es vor, dass die Unterdrückten sich gegen diese Repräsentation die ihnen von außen auferlegt wird, zur Wehr setzen und versuchen, dem entgegen zu treten. Jedoch verhält es sich so, dass sie, indem sie diese Stereotype herausfordern, oftmals die Phantasie, die dahinter steckt oder seine „Tiefenstruktur“ ist, ungewollt bestätigen. Hall spricht in diesem Zusammenhang von einer „eigenen Logik“, da Repräsentation zur selben Zeit auf zwei unterschiedlichen Ebenen stattfindet, nämlich auf einer bewussten, offensichtlichen Ebene und auf einer unbewussten, unterdrückten Ebene (vgl. Hall 2008: 150).

3.2.5. Conclusio - Herausbildung der Stereotype

Die hier angeführten Beispiele und Definitionen sind nur ein Auszug aus den theoretischen Diskussionen bezüglich der negativen Repräsentation von Fans und zeigen offenkundig, dass Fans im öffentlichen Diskurs nicht nur positiv dargestellt werden. Insbesondere Film- und Serienfans, deren Fanpraktiken mit einem gewissen Rollenverhalten und einer dazugehörigen Kostümierung gekoppelt sind, werden negativ stereotypisiert und dadurch auch gelegentlich der Lächerlichkeit preisgegeben. Es lässt sich also zusammenfassend feststellen, dass folgende Stereotype bezüglich der spezifischen Gruppe der „Star Trek“-Fans und in weiterem Sinne der Science Fiction-Fans existieren und vorherrschen:

- Fans nehmen Inhalte der Serie unkritisch hin
- Fans kaufen nutzlose Artikel, die sie mit der Serie verbinden (mindless consumers)
- Fans sammeln nutzloses Wissen an
- Fans verhalten sich infantil
- Fans leben in einer Phantasiewelt, fern der Realität

Ich möchte im Rahmen der vorliegenden Arbeit auf die kulturellen Aktivitäten hinweisen, die hinter dieser Stereotypisierung stecken. Die Stereotype stützen sich primär auf Aktivitäten, die drei zentrale Bereiche umfassen, dem Konsum von Inhalten oder Waren, der Akkumulation von spezifischem Wissen, sowie der Kostümierung und dem Rollenspiel. Ich möchte im Folgenden die Aktivitäten und Fanpraktiken, die diese spezifischen Bereiche umfassen, fokussieren und analysieren, sowie deren Funktionen für die Fangemeinschaft und die beteiligten AkteurInnen eruieren. Den Ausgangspunkt meiner ethnographischen Forschung bildet die Fanconvention als Großveranstaltung, die den Rahmen für die Ausübung dieser Fanaktivitäten bildet. Es geht mir darum, aufzuzeigen, wie entlang dieser drei Bereiche und damit assoziierten Praktiken, aus fremden Individuen ein kulturelles Gefüge konstruiert wird, mit eigenen kulturellen Praktiken und Ritualen. In diesem Zusammenhang werde ich die Funktionen dieser Fanaktivitäten erläutern.

Zu Beginn möchte ich mich dem Stereotyp des unkritischen Medienkonsums widmen, mich hierfür auf den Konsum von Medieninhalten konzentrieren und mich

auf die Praktiken innerhalb der Fangemeinde beziehen, die darauf basieren. Ich möchte dabei die Praktiken der Medienrezeption von Fans exemplifizieren und die Schnittstelle von Konsum und Produktion erläutern.

Anschließend möchte mich dem Konsum von Waren und spezifischen Fanprodukten widmen. Den Fans wird exzessiver Konsum unterstellt, der sich auf wertlose Fanartikel ohne jede Funktion bezieht. Ich möchte mich in diesem Zusammenhang nicht nur dem Konsumverhalten der Fans widmen, sondern auch speziell dem Wert der Waren und deren Funktion für die Fangemeinde. Ich möchte aufzeigen, dass auch hier nicht der eigentliche Konsum im Vordergrund steht und die Prozesse beleuchten, was verschiedenste Fans mit den gekauften Artikeln machen und welche Funktion diese für sie erfüllen.

In einem weiteren Schritt werde ich die Akkumulation von spezifischem Wissen innerhalb der Fankultur untersuchen und spezifische Bereiche aufzeigen, die auf der Convention zu diesem Zweck zur Verfügung gestellt werden.

In einem fortgeschritteneren Teil dieser Arbeit widme ich mich dann den Praktiken und Aktivitäten auf den Ebenen von Performance, Ritual und Rollenspiel. Es handelt sich dabei um jene Aktivitäten, die am Stärksten zur negativen Stereotypisierung beitragen. Durch Kostüme wird die Fan-Identität sichtbar nach außen getragen und man daher von Aussenstehenden auf den ersten Blick als Fan identifiziert. Dies erweckt oftmals den Anschein von Realitätsflucht und infantilem Verhalten. Fans werden in diesem Kontext von Aussenstehenden nicht vollwertig ernst genommen, da sie in einer Phantasiewelt leben würden, und es wird ihnen eine Position der Schwäche zugeschrieben. Ich möchte in diesem Zusammenhang Aufschluss darüber geben, was passiert, wenn Fans in andere Rollen schlüpfen, wie dies vonstatten geht und inwiefern hierbei eine Identität konstruiert wird. Dabei werde ich auch die rituellen Praktiken der Fankultur durchleuchten.

Ich möchte dafür die Aktivitäten, auf die sich die genannten Stereotype stützen, mithilfe einer teilnehmenden Beobachtung untersuchen und aufzeigen, was sich tatsächlich in der Fangemeinde ereignet, welche Funktionen für die Gemeinschaft oder die einzelnen Fans dadurch erfüllt werden, und welche Rolle eine Großveranstaltung wie die Convention dabei einnimmt, bzw. welchen Raum sie dafür zur Verfügung stellt. Es geht mir darum, die stereotype Darstellung von Fans zu dekonstruieren und ein umfassenderes und objektiveres Bild der kulturellen

Aktivitäten innerhalb der Fankultur zu liefern. Dieses Bild zeigt Fans als Mitglieder einer komplexen, alternativen Gemeinschaft, die sich ihre eigenen kulturellen und sozialen Praktiken innerhalb dieser Gemeinschaft schaffen.

3.3. Wissenschaftlicher Diskurs rund um Fankulturen

Ich möchte im Folgenden einen kurzen Überblick über Forschungen bezüglich der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Medienfankulturen geben und in diesem Zusammenhang kurz auf die Arbeiten einiger wichtiger AutorInnen eingehen. Die Bereiche, die sich innerhalb der Sozial- und Kulturwissenschaften mit dieser Thematik auseinandersetzen, sind primär die Medienanthropologie und die Cultural Studies.

Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit populären Kulturen war lange Zeit ein eher marginaler Bereich innerhalb der kultur- und sozialanthropologischen Forschung. Lange Zeit vertrat man in wissenschaftlicher Hinsicht allgemein die Auffassung, dass die Menschen von den Produkten der Kulturindustrie geformt werden und diese unkritisch konsumieren. Sie galten als passive und kontrollierte Masse von RezipientInnen, die mit den Produkten der Massenkultur gleichgestellt wurden.

AutorInnen wie Robert Jewett und John S. Lawrence widmeten ihre Forschungen gezielt der Pathologisierung von „Star Trek“-Fans. Sie stellten sie als unfähige KultistInnen und Eiferer dar und verglichen sie in ihrem obsessiven Interesse an einem banalen Text mit der Manson Family. Für andere AutorInnen, wie David Hartwell, waren Science Fiction-Filme und Serien infantilisierte Versionen des ernsthafteren literarischen Genres. Es existieren auch einige Arbeiten, die die Sachkenntnis und Vertrautheit der Fans mit den Texten als nutzloses „Pseudo-Wissen“ abwerten und als belanglos darstellen (vgl. Jenkins/Tulloch 1995: 15-18).

In den frühen 1980er-Jahren kam es zu einem Paradigmen-Wechsel innerhalb der „media studies“. Von weniger intimen und positivistischen Ansätzen ging man zu kontextbezogenen Studien über. Forschungen von David Morley, Janice Radway und anderen haben einen bedeutenden Wandel zur Folge, weg von der Suche nach der objektiven Bedeutung von Texten hin zu einem Verständnis, wie Praktiken des Medienkonsums und der Interpretation von denen verstanden werden, die darin

involviert sind (vgl. Peterson 2003: 125-126). Besonders AutorInnen wie Camille Bacon-Smith, Constance Penley und Henry Jenkins haben ihre Arbeit dem Dialog mit den Fans gewidmet und anhand ethnographischer Studien aufgezeigt, dass es sich dabei um eine andere Form der Gemeinschaft handelt, eine autonome Subkultur die versucht, ihre eigenen sozialen Identitäten und kulturellen Praktiken zu definieren (vgl. Tulloch/Jenkins1995: 18).

Die Medienethnographie beschäftigt sich primär damit, die Rezeption von Medien zu verstehen. Es wird also untersucht, wie Texte sich mit dem Alltagsleben der RezipientInnen verbinden. Diese Studien stellen das Publikum in den Mittelpunkt der Bedeutungsproduktion (vgl. Peterson 2003: 124-125). Es handelt sich dabei also um einen Wandel von der textlichen Semiotik zur sozialen Semiotik. Das Erforschen der Fans ermöglicht es, die sich verändernden Muster des Medienkonsums zu verstehen, insbesondere wenn LangzeitmedienkonsumentInnen Soziales und Persönliches in Medientexte und Intertexte investieren (vgl. Peterson 2003: 151).

Der Wechsel zur Ethnographie bewegt sich also von dem Begriff der „Macht des Textes“ zum Begriff der „interpretativen Praxis“, die die Rezeption und Interpretation von Medientexten involviert. Dieser Wechsel zu einer Ethnographie des Medienkonsums zeigt jene Rollen auf, die Situationen, sozial organisierte Normen der Interpretation und Intertextualität in der Konstruktion von individuellen Subjekten und Gruppen spielen können. Einen weiteren wichtigen Punkt bildet hier die Unvermeidbarkeit der Beziehung zwischen anderen sozialen Praktiken und den Praktiken der Medieninterpretation. Die Untersuchungen von Fankulturen zeigen also auf, dass der Konsum von Medien nicht gleichgesetzt werden kann mit dem Konsum von Kultur, da Kultur immer und überall ein generativer Prozess ist. Es gilt also zu berücksichtigen, wie durch Aktivitäten der Medienproduktion nicht nur Texte produziert werden, sondern auch Personen (vgl. Peterson 2003: 158).

„Media ethnography attempts to tease out all these levels of analysis through observation of and engagement with the everyday situations in which media are consumed and the practices by which media are interpreted“ (Peterson 2003: 124).

Cultural Studies ist ein poststrukturalistischer und interdisziplinärer Ansatz, bei dem die Dekonstruktion von Repräsentation, das heißt von Bildern und Darstellungen

populärer Phänomene, im Mittelpunkt steht. Ihre VertreterInnen gehen dabei der Frage nach, wie Menschen Produkte der Massenkultur in ihren Alltag integrieren. Die Produktion von Bedeutung steht dabei auf mehreren Ebenen im Zentrum der Forschung. Bedeutung ist in diesem Ansatz also nicht etwas, durch die Produktionen der Populärkultur in den Massenmedien festgeschriebenes und starres, sondern wird vom Publikum konstruiert (vgl. Fiske 2003: 7).

Einer der wichtigsten Vertreter der Cultural Studies ist John Fiske. In zahlreichen Publikationen unterscheidet er zwischen Massenkultur und Populärkultur und untersucht die Art und Weise, wie Menschen sich die Produkte der Massenkultur zunutze machen, um ihre eigenen Bedeutungen daraus zu produzieren. Einen zentralen Punkt in seiner Arbeit stellt die Untersuchung der kulturellen Ökonomien in Fankulturen dar. Darin greift er den Habitusbegriff von Pierre Bourdieu (1984) auf, um Kultur mit Begriffen der Ökonomie zu beschreiben, in der die Menschen Kapital investieren und akkumulieren (vgl. Fiske 2001b: 30-31). Fans betrachtet er als aktive ProduzentInnen und NutzerInnen von kulturellem Kapital. Er geht davon aus, dass sich jedes populäre Publikum mit einer semiotischen Produktivität beschäftigt, anhand derer aus den Produkten der Kulturindustrie Bedeutungen produziert werden, die die soziale Situation betreffen. Fans hingegen erschaffen aus dieser semiotischen Produktivität auch Texte, die sie untereinander austauschen und die dabei helfen, die Fangemeinde zu definieren.

Die Fans erschaffen auf diese Weise eine Fankultur mit ihrem eigenen System der Produktion und Distribution. Fiske bezeichnet dies als „shadow cultural economy“ (vgl. Fiske 2001b: 30). Er betrachtet „Fandom“ als Weg, das Fehlen von kulturellem Kapital auszugleichen und an soziales Prestige und Selbstbewusstsein zu gelangen. Durch Wissen und Anerkennung wird also unoffizielles kulturelles Kapital innerhalb der jeweiligen Gruppe akkumuliert (vgl. Fiske 2001b: 33). Fiske unterscheidet drei Hauptcharakteristika der Fankultur: Diskriminierung und Unterscheidung, Produktivität und Teilnahme sowie Kapitalansammlung (vgl. Fiske 2001b: 34).

Es gibt klare Grenzen, mithilfe derer unterschieden wird, was in den Bereich der Fankultur fällt und was nicht. Beide Seiten der Grenzen betonen die Differenzen. Diese „populäre“ Diskriminierung besteht in der Selektion von Texten oder Stars, die den Fans Möglichkeiten bieten, Bedeutungen ihrer sozialen Identitäten und Erfahrungen zu erzeugen (vgl. Fiske 2001b: 35).

Weiters nennt Fiske drei unterschiedliche Arten von Produktivität, semiotische, erklärende und textliche Produktivität. Diese Produktivität entsteht im Zusammenspiel zwischen den industriell produzierten kulturellen Einheiten und dem Alltagsleben der Fans (vgl. Fiske 2001b: 37).

Die dritte und letzte Charakteristik von Fankulturen, die Fiske hier beschreibt, bezieht sich auf die Akkumulation von Kapital. Laut Fiske besteht eine komplexe, oft widersprüchliche Beziehung zwischen kulturellem Kapital von Fans und offiziell kulturellem Kapital, die von Ähnlichkeiten und Gegensätzen geprägt ist (vgl. Fiske 2001b: 42).

Ein bedeutender Vertreter der Fankulturforschung ist Henry Jenkins. Er schuf, unter anderem, mit seinem Buch „Textual Poachers“ ein grundlegendes Werk, indem er Fankulturen als populäre Antworten auf die Massenmedien darstellt. Ausgehend von gängigen Stereotypen geht es ihm darum aufzuzeigen, dass es sich bei Fans um aktive ProduzentInnen und ManipulatorInnen von Bedeutung handelt, denen ein unerschlossenes Terrain der kulturellen Aktivität und ein umfassendes Netzwerk von LeserInnen und SchreiberInnen zugrunde liegt (vgl. Jenkins 2006: 40). Diese besitzen spezielle Formen der kulturellen Produktion, ästhetischer Tradition und verschiedener Praktiken. Den Fokus seiner Arbeit widmet Jenkins der Untersuchung und Analyse von verschiedenen Arten von Fanfiction. Es geht ihm darum aufzuzeigen, wie Fans aus den Produkten und Texten der Massenkultur heraus ihre eigenen Texte und Bedeutungen schaffen (vgl. Jenkins 1992: 155). Diese bauen auf den interpretativen Praktiken der Fangemeinde auf. Dabei wird der kollektive Metatext als Basis verwendet, aus der sich eine Bandbreite von medienverwandten Geschichten ergibt. Die Fähigkeit der Fans, persönliche Reaktion in soziale Interaktion zu verwandeln, von ZuseherInnen zu TeilnehmerInnen zu werden, bezeichnet Jenkins als eine der zentralen Charakteristiken des „Fandoms“ (vgl. Jenkins 2006: 41). Das Schreiben betrachtet er als eine soziale Aktivität der Fans, als persönlichen Ausdruck und Quelle der kollektiven Identität. „Fandom“ involviert für ihn also eine spezielle Art der Rezeption und spezielle kritische und interpretative Praktiken. Es ist die Basis für KonsumentInnenaktivitäten, integriert spezielle Formen der kulturellen Produktion und ästhetischen Tradition und funktioniert als Grundlage für eine alternative soziale Gemeinschaft (vgl. Jenkins 1992: 277-280).

In seinem Werk „Textual Poachers“ stützt sich Jenkins auf Theorien aus Michel De Certeaus „Die Kunst des Handelns“. Dieser betrachtet darin das Lesen als eine Art verkannte Tätigkeit, da er davon ausgeht, dass das Entziffern von Buchstaben und das Lesen von Bedeutung zwei voneinander getrennte, wenn auch ineinanderspielende Tätigkeiten sind (vgl. De Certeau 1988: 298). Die LeserInnen widmen sich der Lektüre, lösen sie von ihrem Ursprung und interpretieren den Text. So bekommt ein und derselbe Text für die LeserInnen eine andere Bedeutung. De Certeau postuliert, dass die LeserInnen kreativ und produktiv sind und dass man daher die Gleichsetzung der Lektüre mit Passivität in Frage stellen sollte (vgl. De Certeau 1988: 297-298).

Matt Hills zeigt in seinem Werk „Fan cultures“ Wege auf, wie Fans in der Forschung konzeptualisiert wurden und stellt viele dieser etablierten Theorien in Frage, indem er die Widersprüche des Fandoms hervorhebt (vgl. Hills 2002: i). Dabei verfolgt er, unter anderem, die Frage nach der Angemessenheit moralischer Urteile und die damit verbundene Einteilung in „gute“ und „böse“ Fans und schreibt Fankulturen eine mehrdeutige Position zu. Gleichzeitig betont er die Notwendigkeit einer einheitlichen Theorie des Fandoms.

Dabei kritisiert er Fiskes Kategorien der „semiotic and enunciative productivity“, mit welchem dieser das Lesen eines Textes und das Sprechen darüber, als eine Form der Produktivität definiert. Hills meint, dass der Versuch, den Begriff der Produktivität auf alle Fans auszulegen, diesen zu sehr ausdehnt. Demnach würde dem Individuum keine Chance eingeräumt werden, nicht produktiv zu sein (vgl. Hills 2002: 30). Hills Standpunkten und Theorien möchte ich mich in der vorliegenden Arbeit jedoch nur bedingt anschließen.

Ein weiteres umfangreiches, und für diese Arbeit grundlegendes Werk ist Christian Wengers „Jenseits der Sterne“, in welchem der Autor die soziale Welt der „Star Trek“-Fans darstellt. Es war mir besonders hilfreich bei den Vorbereitungen für meine Feldforschung auf der Convention, da es mir einen Überblick über die Fankultur und deren diverse kulturelle Aktivitäten verschaffte und einen kurzen Einblick in diese gewährte. Das Buch thematisiert den „Dreiklang von Kultur, Gemeinschaft und Identität vor dem Hintergrund einer Gesellschaft in der späten Moderne“ (Wenger 2006: 7).

4. Der Konsum von Inhalten

Beginnen möchte ich mit dem ersten Stereotyp, welches Fans mit der kritiklosen Übernahme von Inhalten assoziiert. Ich werde dabei der Frage nachgehen, ob reiner Konsum bei diesem Prozess der Appropriation von Medieninhalten durch die Fans tatsächlich vordergründig ist, wie oftmals unterstellt wird, oder ob dabei der Konsumprozess auch eine aktive, produktive und kreative Dimension hat. Weiters werde ich der Frage nachgehen, ob dem ein spezifisches Selektions- und Auswahlverfahren zugrunde liegt. Ich möchte hierfür den Fokus auf Fanproduktionen und Fankritiken legen. Dafür werde ich einleitend beschreiben, wie Fanproduktionen beschaffen sind und welche Kriterien bei deren Entstehung eine Rolle spielen. Als konkretes Beispiel möchte ich mich an dieser Stelle in erster Linie auf das Schaffen von Fanfiction/Fanwriting beziehen.

Fanfiction/Fanwriting rekurriert darauf, wie Filme bei Fans Bedeutungen hervorrufen durch die Texte, die daraus hervorgehen. Daraus entsteht eine enorme Bandbreite an Produktionen. Manche Fanproduktionen erlangen selbst Kultstatus in der jeweiligen Fangemeinde (Jenkins 2006: 37-60). Fanfictions gibt es schon sehr lange, durch das Internet erleben sie aber seit einigen Jahren einen stetigen Aufschwung.

4.1. De Certeau und die Kunst des Lesens

Nach Michel De Certeau geht die Elite grundsätzlich davon aus, dass die Öffentlichkeit von den Produkten geformt wird, die man ihr vorsetzt. Man würde demnach voraussetzen, dass Assimilieren damit gleichgesetzt werden kann, dem ähnlich zu werden, was man aufnimmt und nicht das Aufgenommene an das anzupassen, was man ist (vgl. De Certeau 1988: 294). Ebenso verhält es sich mit dem hier besprochenen Stereotyp, nach welchem Fans Inhalte unkritisch hinnehmen. Man setzt voraus, dass Fans alles anerkennen und akzeptieren, was ihnen präsentiert wird, solange es sich nur auf die spezifischen Medieninhalte bezieht. Es wird also von VertreterInnen dieses Stereotyps jede Form von Kritik, Produktivität und Kreativität von Seiten der Fangemeinde verleugnet.

„Indem die Produktionslogik die Produzenten voneinander isoliert, hat sie beim Produzenten den Eindruck hervorgerufen, dass es auf Seiten der Konsumenten keine Kreativität gibt“ (De Certeau 1988: 296). Man gehe demnach also von einer

„passiven, ‚informierten‘, bearbeiteten und markierten“ Masse aus, die keinerlei historische Funktion erfüllt (vgl. De Certeau 1988: 296).

De Certeau betrachtet das Lesen als eine Art verkannte Tätigkeit, da er davon ausgeht, dass das Entziffern von Buchstaben und das Lesen von Bedeutung zwei voneinander getrennte, wenn auch ineinanderspielende Tätigkeiten sind (vgl. De Certeau 1988: 298). Die LeserInnen widmen sich dabei der Lektüre, lösen sie von ihrem Ursprung und interpretieren in den Text etwas völlig anderes hinein, als ihre Intention war. So hat ein und derselbe Text für jede LeserIn eine andere Bedeutung. De Certeau geht davon aus, dass es möglich ist, eine kreative Produktivität dort zu entdecken, wo sie verleugnet worden ist (vgl. De Certeau 1988: 297-298).

Ich möchte mich hier den Theorien De Certeaus anschließen. Jedoch geht er davon aus, dass sich diese Theorien nur auf geschriebene Texte beziehen. Dem kann ich mich hier nicht anschließen. Die Rezeption von Inhalten, die er postuliert, kommt meiner Ansicht nach auch bei der Rezeption von Medientexten zum Tragen. Wie De Certeau schreibt: „Der Text bekommt seine Bedeutung nur durch die Leser, er verändert sich mit ihnen, er wird nach Wahrnehmungscodes gegliedert, die ihm selber nicht geläufig sind“ (De Certeau 1988: 302). Für mich ist nicht die Beschaffenheit der Quelle das Ausschlaggebende, sondern das was die LeserInnen daraus machen. Und die Grundvoraussetzungen hierfür sind somit auch in Fernsehtexten gegeben (vgl. Jenkins 1992: 155).

Betrachtet man dies nun in Hinblick auf Fanproduktionen, so meine ich, sagt das also nicht nur aus, dass Produktivität eine entscheidende Rolle dabei spielt, sondern auch, dass bereits von Beginn des Konsumprozesses an ein produktiver Akt stattfindet. Diese unbewusste Reaktion auf den Text wirkt noch bevor die bewusste Entscheidung, Fanfiction zu produzieren, tatsächlich getroffen wird (vgl. Fiske 2001b: 41). Das Lesen bezeichnet De Certeau hier also als einen „fundamentalen Teilaspekt des Konsums“ (De Certeau 1988: 297). Demnach unterscheiden sich bestimmte Arten von Literatur von anderen nicht so sehr durch den Text an sich, sondern vielmehr durch die Art, wie der Text gelesen wird.

„Weit davon entfernt, Schriftsteller [...] zu sein, sind die Leser Reisende; sie bewegen sich auf dem Gelände des Anderen, wildern wie Nomaden in Gebieten, die sie nicht beschrieben haben, und rauben gar die Reichtümer Ägyptens, um sie zu genießen“ (De Certeau 1988: 307).

So wird das Buch zur Konstruktion der LeserInnen und somit die Herangehensweise, also das Lesen selbst, zu einer den LeserInnen eigenen Produktion, indem sie die Inhalte von ihrem Ursprung lösen und neu interpretieren. Somit erhält, laut De Certeau, der Text seine Bedeutung erst durch die LeserInnen.

Der Prozess des Lesens könnte demnach also automatisch mit Produktivität gleichgesetzt werden. Doch scheint mir hier keines der beiden Extreme zu zutreffen, weder totale Passivität, noch automatische Produktivität. Ich denke, die tatsächliche Aktivität der LeserInnen lässt sich in einem Kontinuum zwischen Konsum und Produktion einordnen. Eines bedingt das Andere. Fans „wildern“, wie De Certeau es nennt, in der fernen Welt der Lektüre, werden berieselt von Eindrücken, die sie in die „reale“ Welt mitnehmen (vgl. De Certeau 1988: 307).

Diese Aktivität kann meiner Meinung nach dem Konsum zugeordnet werden. Im nächsten Schritt jedoch findet anhand der Ressourcen, die aus der Lektüre gewonnen wurden, ein Akt der Produktion statt, indem neue, eigene Bedeutungen geschaffen werden, die den eigenen Wünschen und Bedürfnissen der Einzelnen entspringen und dadurch etwas völlig Neues kreieren. Somit findet beim Lesen ein Prozess statt, der den Konsum als zentrale Grundlage voraussetzt, sich jedoch im weiteren Verlauf zu einem produktiven Akt entwickelt, dem eine Bandbreite an Möglichkeiten zugrunde liegt, Bedeutungen zu schaffen und den Text in einen neuen Kontext zu stellen.

4.2. Fanproduktionen

Henry Jenkins knüpft in vielen Punkten an De Certeaus Werk an, meint aber auch, dass das, wie De Certeau es nennt, „textuelle Wildern“ auch Fernsehtexte mit einschließt und eine Praxis darstellt, die sich bemerkenswert häufig in der Fancommunity ereignet. Er bezeichnet das als einen Prozess von spielerischem Engagement und aktiver Interpretation, der die Prioritäten des Fernseh-Programms verlagert (vgl. Jenkins 1992: 155). Fans kreieren so ihre eigenen Geschichten rund um ihre Lieblingsserie und produzieren Fanfiction, die jene Bedeutungen widerspiegelt, die für sie in dem Programm enthalten sind. Den LeserInnen geht es dabei nicht darum, die Bedeutung der AutorInnen wiederzugeben, sondern darum, geborgte Materialien zu bearbeiten, um sie in einen neuen Kontext von erlebten Erfahrungen einzubinden. Henry Jenkins beschreibt dies folgendermaßen: „Only by integrating media content back into their everyday lives, only by close engagement

with its meanings and materials, can fans fully consume the fiction and make it an active resource" (Jenkins 1992: 62).

Dabei fungiert der kollektive Metatext als Grundlage, auf dessen Basis eine Bandbreite an medienverwandten Geschichten entwickelt wird (vgl. Jenkins 1992: 98-99). Beim Metatext handelt es sich um einen Text, auf den sich andere Texte beziehen. In dem hier gegebenen Beispiel der Fanfiction ist also, wenn man vom Metatext spricht, die Originalserie „Star Trek“ gemeint.

Die Grenzen zwischen LeserInnen und VerfasserInnen der Geschichten werden also gesprengt und verschwimmen ineinander. Die Geschichten, die dabei entstehen, bauen auf den Voraussetzungen des Fan-Metatextes auf, antworten auf die häufig ausgesprochenen Wünsche der Fangemeinschaft und gehen über bloße Kritik und Interpretation hinaus (vgl. Jenkins 1992: 155). Die Fankultur reflektiert dabei sowohl die Faszination der Fans mit den Geschichten als auch die Frustration über die Ablehnung der ProduzentInnen, die Art von Geschichten zu erzählen, die die ZuseherInnen sehen wollen. Fanwriters reproduzieren den Originaltext nicht, sondern sie umschreiben und überarbeiten ihn, ändern oder verwerfen nicht zufrieden stellende Aspekte und verfolgen Ansätze, die im Original nicht ausreichend erklärt wurden (vgl. Jenkins 1992: 162).

Nach Jenkins wird das Schreiben dabei zu einer sozialen Aktivität für die Fans. Es ist ein persönlicher Ausdruck und eine Quelle der kollektiven Identität. Fanwriting greift Details auf, die ursprünglich übertrieben werden oder aber nur peripher wichtig sind für die eigentlichen Haupthandlungsstränge. Es werden Geschichten herausgearbeitet, die für die ProduzentInnen der Filme keine oder nur marginale Bedeutung haben, für bestimmte Fans aber von zentraler Wichtigkeit sein können. Dabei werden Elemente selektiv übernommen: "The fans have embraced Star Trek because they found its vision somehow compatible with their own, and they have assimilated only those textual materials that feel comfortable to them" (Jenkins 2006: 59).

Demnach dient das Fanwriting also nicht dazu, den ursprünglichen Text wiederzugeben, sondern vielmehr, nicht zufriedenstellende Aspekte der Serie und ihrer Charaktere auszubessern und zu vervollständigen.

„Yet, fandom constitutes as well its own distinctive Art World founded less upon the consumption of pre-existing texts than on the production of fan texts which draw raw materials from the media as a basis for new forms of cultural creation. Fans write short stories, poems, and novels which use the characters and situations of the primary text as a starting point for their own fiction” (Jenkins 2001: 212).

Fans zeigen dadurch sehr deutlich, dass sie bei weitem nicht alles an der Serie kritiklos hinnehmen. Nicht alle Aspekte der Serie werden von Fans gleichermaßen angenommen und akzeptiert. Es gibt beispielsweise spezielle Charaktere oder auch bestimmte Folgen, die Kultstatus erreichen und sich großer Beliebtheit erfreuen. Aber auch das Gegenteil ist der Fall. So finden gewisse Charaktere, einzelne Folgen oder bestimmte Aspekte der Serie nur mäßig Anklang in der Fangemeinde (vgl. Jenkins 1992: 95). Fans kreieren somit ihr „Star Trek“-Universum nach eigenen Vorstellungen von dem, was in die Serie gehört und was nicht.

„What determines the range of permissible fan narratives is finally not fidelity to the original texts but consensus within the fan community itself. The text they so lovingly preserve is the Star Trek they created through their own speculations, not the one that Gene Roddenberry produced for network airplay” (Jenkins 2006: 56).

„Star Trek“-Fans zeigen sich nicht nur kritisch gegenüber gewissen, nicht zufrieden stellenden Aspekten des Programms, sondern wachen auch über die inhaltliche Richtigkeit der erzählten Geschichten. Sie stören sich daran, wenn Inhalte durcheinander gebracht werden oder Widersprüche in Handlungssträngen vorkommen. Es wurde beispielsweise kritisiert, dass Chekov zwar in der ersten Staffel von „Raumschiff Enterprise“ noch nicht an Bord ist, als Khan zum ersten Mal in der Serie auftaucht, dieser ihn jedoch im späteren Film „Der Zorn des Khan“ als Crewmitglied der „Enterprise“ erkennt. Fehler wie diese stoßen auf heftige Kritik in der Fangemeinde. Fans finden jedoch Wege, solche Fehler für sich zu korrigieren, indem sie Erklärungen dafür bereitstellen. So wird Chekovs Abwesenheit auf der „Enterprise“ in der ersten Staffel so ausgelegt, dass er zwar als Crewmitglied bereits an Bord war, sich jedoch noch nicht auf der Brücke befand und daher in dieser Folge nicht zu sehen war (vgl. Jenkins 1992: 104). Dieses Beispiel zeigt deutlich, dass

Fans nicht über Widersprüche wie diese hinwegsehen und sie akzeptieren, sondern für sich Mittel und Wege finden, diese Fehler zu beseitigen. „The fans perceive themselves as rescuing the show from its producers, who have manhandled its characters and then allowed it to die” (Jenkins 2006: 55).

Ich möchte mich an dieser Stelle auf den Medienanthropologen Mark Allen Peterson beziehen. Er vertritt die Meinung, dass für die Fans keine Erzählung jemals in einer einzigen Episode enthalten ist, da sie diese immer mit anderen, vorherigen Folgen vergleichen. Fans beginnen oftmals, Lücken in den Geschichten aufzufüllen oder Lösungen für Probleme und Widersprüche zu finden, die in der Serie ungelöst blieben. Demnach sind Fanaktivitäten nicht gekennzeichnet durch unkritische Akzeptanz der Medientexte, sondern im Gegenteil, sie konsumieren das Programm aktiv auf intellektuelle und kritische Art und Weise (vgl. Peterson 2003: 152).

Peterson greift auf die von Gerard Genette statuierten Kategorien von intertextueller sozialer Aktion zurück (vgl. Peterson 2005: 133). Der Begriff der Intertextualität bezeichnet einen aktiven sozialen Prozess, der einen Diskurs oder ein diskursives Element von einem Schauplatz herausholt und in einen anderen einfügt (vgl. Peterson 2005: 130). Es handelt sich dabei also um einen kreativen Akt, durch den die KonsumentInnen Verbindungen ziehen zwischen Texten und ihrer täglichen sozialen Praxis. Dieser Akt kann sowohl bewusst, als auch unbewusst ablaufen. Intertextualität involviert persönliche und soziale Konstruktionen von Bedeutung durch aktive KonsumentInnen (vgl. Peterson 2005: 131). Peterson betrachtet die intertextuellen Praktiken von Fans als durch den kulturellen Kontext bedingt. Bei diesem Kontext der Interpretation handelt es sich nicht um einen statischen Code, sondern um ein Produkt der kulturellen Performance. Das Schaffen von Texten, die sich auf andere Texte beziehen, wird als metatextueller Diskurs bezeichnet. Man unterscheidet darunter drei verschiedene Formen, welche folgende Funktionen erfüllen: 1. Fans auf Neuerscheinungen hinzuweisen, 2. zu überzeugen, dass der Medientext, der konsumiert wird, die Investition wert ist, 3. moralische Welten zu beschwören (vgl. Peterson 2005: 135).

Doch Fans üben nicht nur auf der Ebene von Fanfiction und „Gossip“ Kritik an den Geschichten. Als die ProduzentInnen „Star Trek“ nach der ersten Staffel absetzen wollten, gab es eine erfolgreiche Briefkampagne von Fans, um dies zu verhindern

(vgl. Peterson 2003: 155). Aus diesem Grund lässt sich feststellen, dass Fans nicht nur kritisch sind gegenüber den Geschichten, die ihnen präsentiert werden, sondern sich auch vehement dafür einsetzen, ihre Show, wenn es nötig ist, vor den ProduzentInnen zu retten. Sie gestehen sich selbst ein gewisses Mitspracherecht zu. Sie stehen also nicht unter der Kontrolle der ProduzentInnen und nehmen alles hin, was diese ihnen präsentieren.

Durch das Schreiben von Fanfiction stellen Fans Elemente des ursprünglichen Textes bereit, von denen die ProduzentInnen jedoch der Meinung sind, dass sie ihnen nicht gehören. Die Grenzen zwischen KonsumentInnen und ProduzentInnen verschwimmen dabei. Fangemeinden können also eine Vielzahl von Bedeutungen produzieren, die über die Intentionen der MedienproduzentInnen weit hinausgehen (vgl. Peterson 2003: 156). Fangemeinden sind somit nomadisch, sich ewig ausdehnend, aber auf der anderen Seite auch permanent und im Stande, starke Traditionen zu haben (vgl. Jenkins 1992: 223).

Fan sein, lässt sich also nicht ausschließlich als passiver Konsum verstehen. Fans sind in ihrer Tätigkeit enorm produktiv. Da eine immense Bandbreite an unterschiedlichen Fanproduktionen existiert, möchte ich hier hervorheben, dass sich das nicht nur auf das Schaffen von Fanfiction bezieht.

„Fans produce meanings and interpretations; fans produce artworks; fans produce communities; fans produce alternative identities. In each case, the nature of fannish production is shaped through the social norms, aesthetic conventions, interpretive protocols, technological resources and technical competence of the larger fan community” (Jenkins 2001: 214).

4.3. Die Selektion populärer Texte

John Fiske beschäftigt sich in seinem Werk „Understanding Popular Culture“ unter anderem mit der Frage nach dem Selektionsprozess und den Charakteristiken, die populäre Texte beinhalten. Er beruft sich dabei auf Charakteristiken, die Roland Barthes (1975) beschrieb. Dieser teilt Texte in zwei Kategorien ein, „readerly“ und „writerly“. „Readerly“ Texte sind gekennzeichnet durch einen relativ geschlossenen Text der einfach zu lesen ist und die LeserInnen nicht besonders herausfordert. Es handelt sich also um einen Text für passive, rezeptive und disziplinierte LeserInnen, die die Bedeutungen des Textes als gegeben betrachten. Im Gegensatz dazu steht der „writerly“ Text. Dieser fordert die LeserInnen auf, ihn umzuschreiben und ihn mit

Bedeutung zu verstehen, wobei hier die eigene textliche Strukturiertheit vordergründig ist. Barthes geht davon aus, dass der „readerly“ Text zugänglicher und populärer ist, während der „writerly“ Text vielmehr kompliziert ist und daher weniger Anklang findet. Fiske fügt nun die dritte Kategorie des „producerly“ Textes hinzu (vgl. Fiske 2007: 103). Dieser beschreibt den „populären writerly Text“, der nicht notwendigerweise kompliziert ist, der nicht voraussetzt dass die LeserInnen eine Bedeutung daraus ziehen. Es handelt sich also um einen Text, der zugänglich ist, wie ein „readerly“ Text, das heißt auf einfache Art gelesen werden kann, dennoch aber die Offenheit eines „writerly“ Textes gewährleistet und die individuelle Bedeutungskonstruktion ermöglicht, ohne diese vorauszusetzen (vgl. Fiske 2007: 104). Diese Kategorie des „producerly“ Textes lässt also die beiden von Barthes genannten Rubriken in gewisser Weise verschmelzen. Fanserien sind demnach eindeutig der „producerly“ Kategorie zuzuordnen. Exzess und Offensichtlichkeit betrachtet Fiske als zentrale Merkmale des „producerly“ Textes. Sie stellen produktive Ressourcen zur Verfügung, aus denen heraus die Populärkultur geschaffen werden kann (vgl. Fiske 2007: 114). Dieser „producerly“ Text bildet also die Grundlage für die Weiterverarbeitung durch die Fans und stellt demnach die Grundvoraussetzung für die Konstruktion von Bedeutung und das Schaffen von Fanproduktionen dar.

Bei Texten müssen Gefühle und Motivation der besprochenen Charaktere detailreich beschrieben werden, während die FernsehzuschauerInnen all dies durch Mimik und Gestik, sowie durch gesprochene Dialoge selbst interpretieren müssen. Fiske meint nun, dass populäre Texte sich einer Vielzahl von sozialen Relevanzen öffnen, indem sie gezeigt und nicht erzählt werden. Das Offensichtliche zu zeigen lässt das Verborgene unausgesprochen. Lücken im Text schaffen Platz für Interpretation und geben dem „producerly reader“ die Möglichkeit, diese Lücken mit den eigenen sozialen Erfahrungen zu füllen, das heißt, eine Verbindung zwischen dem Text und den eigenen Erfahrungen herzustellen (vgl. Fiske 2007: 122).

Fiske geht weiters davon aus, dass die Natur der Ressource zwar ihren Gebrauch einschränken kann, jedoch nicht die Kreativität derjenigen, die die Ressource nutzen. Populäre Kulturen sind also beeinflusst von der Natur der Ressourcen und den kulturellen Bedürfnissen des täglichen Lebens (vgl. Fiske 2007: 142). Fiske konzipiert Fans als exzessive LeserInnen, die sich aktiv mit dem Text beschäftigen.

Zwei Hauptkriterien erachtet er als charakteristisch für Fankulturen: Diskriminierung und Produktivität. So ziehen Fans demnach deutliche Grenzen zwischen dem, was in den Bereich ihrer Fankultur fällt und Elementen, die nicht dazugehören. Diese textliche Diskriminierung ist oftmals mit sozialer Diskriminierung verbunden, da Fans sich durch die Auswahl eines Textes in eine größere Gemeinschaft einbinden. Innerhalb der Fankultur sind die Verbindungen zwischen sozialer Loyalität und kulturellem Geschmack aktiv und deutlich. Die Diskriminierung, die sie impliziert, folgt eher Kriterien der sozialen Relevanz als ästhetischen Qualitäten (vgl. Fiske 2007: 146-147).

Fans sind also produktiv und erzeugen ihre eigenen Texte, die sich jedoch nicht auf geschriebene Texte reduzieren lassen, sondern auch andere Arten von Medien beinhalten. Fanproduktionen können unterschiedliche Formen annehmen, von Fanart, über Filk music (Fan music making), Fanvideos und vielem mehr (vgl. Jenkins 1992: 152-270). Sie können sogar die Form mehrbändiger Fanromane oder ganzer Fanserien annehmen.

„Such texts may be the walls of teenagers’ bedrooms, the way they dress, their hairstyles and makeup as they make of themselves walking indices of their social and cultural allegiances, participating actively and productively in the social circulation of meaning” (Fiske 2007: 147).

Der Originaltext dient hier also lediglich als kulturelle Ressource, aus der heraus zahlreiche neue Arten von Texten entstehen. Diese Texte können auch Formen annehmen, die den Originaltext fortsetzen, reproduzieren oder ihm Konkurrenz machen (vgl. Fiske 2007: 148). So gibt es beispielsweise Werke in der Fanfiction, die als ebenso gut gelten, wie das Original, und oftmals selbst einen gewissen Kultstatus in der jeweiligen Fangemeinde erreicht haben.

Als konkretes Beispiel möchte ich mich hier kurz auf James Cawley beziehen, der als „einer der 10 wichtigsten „Star Trek“ Fans der Geschichte“ bezeichnet wird, da er die Originalserie „Raumschiff Enterprise“, die trotz geplanter fünf Staffeln bereits nach der dritten Staffel abgesetzt wurde, privat fertig stellt und darin selbst die Rolle des Captain Kirk übernimmt. Seine Fanserie „Star Trek New Voyages: Phase II“, die auf den Originaldrehbüchern basiert, ist gratis im Internet zu sehen und umfasst bisher sechs abgedrehte Folgen (siehe Abb. 1). Durch dieses Projekt schaffte Cawley es, in der „Star Trek“-Fangemeinde als „Captain Kirk aus dem Internet“ selbst einen

gewissen Kultstatus zu erreichen (vgl. <http://www.startreknewvoyages.com>, 10.03.11). Auf der Convention, auf der ich meine Feldforschung durchführte, trat er sogar als Stargast auf seinem eigenen Panel auf und präsentierte dem Publikum zwei brandneue Folgen seiner Fanserie. Die verhältnismäßig große Schar an ZuseherInnen überhäufte ihn mit gezielten, an ihn gerichteten Fragen, was darauf schließen lässt, dass sie mit ihm und seinem Werk vertraut waren. Die Tatsache, dass ein Fan durch die Produktion einer Fanserie eine derartige Berühmtheit und Beliebtheit erlangen kann, zeigt, dass Fans relativ unabhängig von den ProduzentInnen entscheiden, was sie in ihr Fan-Universum aufnehmen wollen. Die Entscheidung darüber, welche Texte angenommen werden und welche nicht, hängt nicht von den ProduzentInnen ab. Vielmehr scheint hier das Gegenteil der Fall zu sein, sodass die ProduzentInnen von den Entscheidungen der Fans abhängig sind. Was diese nicht annehmen, hat keine Chance in der Fangemeinde.



Abbildung 1: Cawley als Captain Kirk in "Star Trek New Voyages: Phase II"

Fiske bezeichnet die populäre Produktivität, die in der Fangemeinde stattfindet, als konstanten Prozess des Wiederkombinierens und Wiedergebrauchs von kulturellen Produkten des Kapitalismus in einer Form der „bricolage“, wobei er sich hier auf einen Begriff von Claude Lévi-Strauss stützt (vgl. Fiske 2007: 150). Dieser bezeichnete damit ursprünglich die tägliche Praxis indigener Völker, die Materialien und Ressourcen auf kreativer Ebene kombinieren, um Objekte oder auch Rituale zu kreieren (vgl. Lévi-Strauss 1973: 29-48). In kapitalistischen Gesellschaften hingegen bezieht sich der Begriff darauf, wie die Untergeordneten ihre eigene Kultur aus den Ressourcen des „anderen“ heraus kreieren (vgl. Fiske 2007: 150). „The term

bricolage has been widely adopted within anthropology to refer to the creation of symbolic structures from a variety of culturally available symbols" (Bowie 2006: 70).

„Bricolage“ findet also demnach beim Lesen von populären Texten Anwendung, bei der Konstruktion von Phantasien sowie beim Vermischen von Massenkultur mit oraler Kultur und von kulturellen Waren mit dem täglichen Leben. Ich möchte mich hier Fiskes Theorie anschließen. Bei meiner Feldforschung auf der Fanconvention konnte ich feststellen, dass „bricolage“ eine Technik ist, die in vielen Bereichen der Fankultur eine entscheidende Rolle einnimmt und dadurch viele Fanaktivitäten erst ermöglicht. Fans nutzen die Ressourcen, die ihnen zur Verfügung stehen, auf höchst kreative Weise und schaffen daraus auf vielfältige Art ihr eigenes Universum.

„Popular discrimination, then, is not merely the process of selection and rejection from the repertoire of cultural resources offered; it involves a productive use of the chosen meanings in the constant cultural process of reproduction by which texts and everyday life are brought into meaningful contact" (Fiske 2007: 151).

Ich möchte an dieser Stelle die Rezeptionspraktiken darlegen, die dem Prozess der Medienaneignung zugrunde liegen. Was Fans tatsächlich aus diesen Ressourcen machen, welche Funktionen diese Praktiken beinhalten, in welche Bereiche sie hineinspielen und wie in der Praxis damit verfahren wird, werde ich in den folgenden Kapiteln noch genauer behandeln.

4.4. Macht und Widerstand

Fiske spricht davon, dass das Fernsehen die Macht der Überwachung ausübt und damit menschliches Handeln kontrolliert. Dennoch ist eine wichtige Dimension dieser Macht der Widerstand gegen dieselbe. Macht verläuft somit in zwei Richtungen und hat demnach auch die Möglichkeit, Menschen „aus ihrer eigenen Kraft der Unterwerfung und Disziplinierung zu entlassen“ (Fiske 2001: 119). Wenn Menschen also Figuren und Szenarien aus dem Fernsehen in ihre eigenen Phantasiespiele einbinden und dabei aus den Ressourcen, die ihnen dadurch zur Verfügung stehen, ihre eigene orale und aktive Kultur schaffen, handelt es sich dabei um eine Art von Macht, die sie über das Fernsehen ausüben (vgl. Fiske 2001: 120).

Auf der Fanconvention konnte ich beobachten, wie Fans diese Ressourcen auf höchst kreative Art nutzen. Dies war besonders bei einer Gruppe KlingonInnen äußerst evident. Diese nutzten die Melodien mehrerer bekannter Werbespots und

Lieder, um sie mit eigenen Texten zu versehen und somit mit einer eigenen Bedeutung auszustatten. Die Texte, die dabei neu hinzugefügt wurden, handelten von Themen, die die klingonische Identität ihrer SchafferInnen herausheben und untermalen sollte und hatten daher in erster Linie kriegerische Inhalte. So wurde beispielsweise das altbekannte Lied „Country Roads“ zur Hymne auf das klingonische Kriegsschiff „Bird of Prey“ umfunktioniert und mit einem neuen Text über diesen versehen, der dann mehrmals lautstark der Menge vorgetragen wurde. Die Lieder, die dadurch entstanden, wurden hauptsächlich in englischer Sprache vorgetragen, mit teilweise eingebundenen Passagen in der fiktiven klingonischen Sprache.

„[...] filking may add yet another dimension to the practice of textual poaching since motifs and themes from media texts are often attached to tunes scavenged from popular or folk music, often with a keen awareness of the types of meanings which may be sparked by the careful juxtapositions of the two“ (Jenkins 2001: 216).

Auch hier kann man wieder von „bricolage“ sprechen. Mithilfe dieser Technik schaffen sich die Fans selbst mithilfe bereits vorhandener Ressourcen eigene kulturelle Praktiken.

Laut Fiske handelt es sich dabei um „eine ermächtigende, kreative Reaktion auf das Fernsehen wie auch um eine oppositionelle“ (Fiske 2001: 120). Er bezeichnet es als ein Beispiel der „Exkorporation“, was den Prozess beschreibt, „in dem die Machtlosen der dominanten Kultur bestimmte Elemente entwinden und diese gemäß ihrer eigenen, oftmals oppositionellen oder subversiven Interessen nutzen“ (Fiske 2001: 120).

Ich erwähne dies hier nur kurz, um ein Beispiel aufzuzeigen, wie Fans sich bereits vorhandener Ressourcen bedienen. Auf das Thema „Fans und Widerstand“ werde ich in einem späteren Kapitel im Detail eingehen.

4.5. Conclusio

Fans werden in der Öffentlichkeit vermehrt mit Passivität assoziiert und als akritisch dargestellt. Es wird ihnen nachgesagt, dass sie alles, was man ihnen bezüglich ihrer Lieblingsserie vorsetzt, unhinterfragt hinnehmen. Die Medienrezeption, die hier stattfindet, wird also in erster Linie mit reinem Konsum gleichgesetzt. Die in diesem

Kapitel dargestellten Theorien und Beispiele sollten verdeutlichen, dass dies so nicht der Fall ist.

Betrachtet man das Stereotyp des passiven unkritischen Konsums in Hinblick auf „Star Trek“-Fans und deren Darstellung, so muss bereits zu Beginn erwähnt werden, dass Fans viele Wege finden, ihre eigenen Bedeutungen und Ressourcen aus der Serie zu gewinnen und in ihr tägliches Leben einfließen zu lassen. Die Rezeption von Medieninhalten setzt zunächst einen Akt des Konsums voraus, innerhalb dessen ein Text gelesen, beziehungsweise eine Fernsehserie gesehen und ihr Inhalt konsumiert wird. Diesem rezeptiven Akt folgt jedoch eine Bedeutungskonstruktion, die der produktiven Sphäre zugeordnet werden kann. Wie De Certeau postuliert, erhält ein Text seine Bedeutung erst durch die LeserInnen selbst. In diesem Sinne lässt sich feststellen, dass die Assoziation der Fans mit unkritischer Akzeptanz von Medieninhalten so nicht zutrifft. Ich bin der Meinung, dass hier sogar das Gegenteil der Fall ist. Es reicht meiner Ansicht nach nicht, Fans ein gewisses Maß an Kritik zuzugestehen. Während „gewöhnliche“ ZuschauerInnen über inhaltliche Fehler und mögliche Fehlentscheidungen der ProduzentInnen hinweg sehen und diese als gegeben hinnehmen, ist es für Fans der Serie, die stärker in die Geschichten involviert sind, selbstverständlich, sich zu engagieren und so diese Fehler zu korrigieren. Fans sind daher nicht nur kritisch, sie engagieren sich und sind kritischer im Umgang mit der Serie als andere, gewöhnliche ZuseherInnen, da sie sich damit stärker identifizieren und dem Programm somit spezielle Aufmerksamkeit widmen. In diesem Sinne könnte man sogar davon ausgehen, dass Fans potentiell das kritischste Publikum darstellen. Sie entscheiden sich für ein Programm und machen sich so gut es geht von den ProduzentInnen unabhängig, indem sie den Verlauf der Geschichten und das Schicksal der Charaktere zum Teil selbst in die Hand nehmen und nach ihren eigenen Vorstellungen formen.

Durch das Schaffen von Fanfiction finden Fans Wege, ihre Frustration oder Zufriedenheit mit den ihnen dargebotenen Geschichten auszudrücken und deren Fehler zu korrigieren bzw. diese durch passende Erklärungen in die Handlungsstränge zu integrieren. Fan sein ist daher nicht reiner Konsum, sondern ein aktiver Prozess der Bedeutungskonstruktion, dessen Resultat unter anderem eine enorme Bandbreite an Fanproduktionen ist. Der Originaltext dient hier lediglich als kulturelle Ressource, aus welcher heraus zahlreiche neue Texte entstehen. Die

Fans erschaffen sich damit ein „Star Trek“, das über die Intentionen der ProduzentInnen weit hinausgeht und ihren Erwartungen und Bedürfnissen angepasst wird.

Ein Text, der dafür in Frage kommt, muss zugänglich sein und einen breiten Spielraum für die Konstruktion von Bedeutungen bieten, gemäß der von John Fiske definierten Kategorie des „producerly“ Textes. Dafür eignen sich Fernsehtexte, bei der die ZuseherInnen Hintergründe durch genaue Beobachtung selbst herausfinden müssen und somit entstandene Lücken in den Geschichten selbst ausfüllen können, besonders gut.

Fans ziehen also Grenzen zwischen dem, was in ihre Fankultur fällt und was nicht. Durch die Auswahl eines Textes bilden Fans soziale Loyalitäten und gliedern sich selbst in eine größere Gemeinschaft ein. Die Kultur, die dabei entsteht, baut auf einer Form der „bricolage“ auf, bei welcher sich die Fans ihre eigenen kulturellen Praktiken und Güter aus den Ressourcen der Massenkultur heraus selbst schaffen. Die Aneignung vorhandener Ressourcen für den eigenen Gebrauch dient nicht nur dazu, sich eine eigene Kultur zu schaffen, sondern beinhaltet auch eine Form des Widerstands gegen die dominante Kultur. Indem sie dieser bestimmte Elemente entwinden und sie in ihrem eigenen Interesse nutzen, üben sie ihrerseits eine gewisse Macht darüber aus.

Betrachtet man all dies, so lässt sich feststellen dass es sich bei den hier thematisierten „Star Trek“-Fans nicht um ein unkritisches Publikum handelt, sondern vielmehr um ein höchst kritisches, das streng über die Richtigkeit der Inhalte der Geschichten wacht und lautstark eingreift, wenn die ProduzentInnen zu weit gehen oder Fehler begehen. Der Kreativität und dem Eigenengagement sind somit keine Grenzen gesetzt. In diesem Sinne kann man sogar sagen, dass Fans kritischer sind, als der Rest des gewöhnlichen Publikums.

5. Der Konsum von Waren

Im vorangegangenen Kapitel ging es um den Konsum von Medieninhalten und die produktive Sphäre die damit einhergeht. In diesem Teil meiner Arbeit möchte ich mich speziell dem Konsum von Fanartikeln und anderen Waren widmen. Im Zuge der Fanconvention, auf der ich meine Feldforschung durchführte, widmete ich einen Teil meiner Beobachtung dem Kaufverhalten der Fans und führte auch ein paar spontane Interviews zu diesem Thema.

Fanconventions sind dafür bekannt, mit einem umfassenden Angebot an Merchandising- und Fanartikeln aufzuwarten. Viele Fans nutzen das Angebot, um hier an Artikel zu gelangen, die sie sonst nicht so leicht erhalten, da es nur sehr wenige spezialisierte Fanshops gibt und das Angebot an Artikeln in denselben oft begrenzt ist (vgl. Wenger 2006: 201). Bei langjährigen Fans verliert dieses Angebot nach mehrmaligen Conventionbesuchen oftmals an Attraktivität. Während viele Fans bei den ersten Besuchen das vorhandene Angebot noch verstärkt zu nutzen scheinen und von der Vielzahl an Produkten begeistert sind, nimmt dies mit zunehmender Conventionerfahrung oftmals ab. Begründet wird dies in der Literatur durch die, mit zunehmender Integration in eine große Fangemeinde steigende, Partizipation, aufgrund welcher die Fans nicht mehr vom Angebot einer Convention abhängig sind (vgl. Wenger 2006: 203).



Abbildung 2: Fanshop auf der FedCon

Ich begann meine Beobachtung im Fanshop (siehe Abb. 2), der in einer großen Halle auf der Convention angesiedelt war und zahlreiche HändlerInnen beherbergte. Auf dieser HändlerInnenbörse herrschte ständiges Gedränge, obwohl das Conventionprogramm fortlaufend unterschiedliche Aktivitäten und Angebote, die parallel zueinander stattfanden, bereithielt. Hier konnte man eine große Anzahl an unterschiedlichsten Fanartikeln erwerben, von Produkten wie T-shirts, Uniformen, Actionfiguren, Autogrammkarten und Replika von Waffen bis hin zu sehr ausgefallenen Artikeln wie beispielsweise einer Universalfernbedienung in Form eines Phasers oder einem Garagentoröffner in Form eines Kommunikators der „Enterprise“, von denen jeweils nur ein Stück vorhanden war. Besonders die beiden letztgenannten Gegenstände weckten mein Interesse, da es sich dabei um sehr spezielle und ausgefallene Fanartikel handelte, die, folgt man dem vorherrschenden Stereotyp, schnell KäuferInnen finden sollten. Jedoch konnte ich feststellen, dass gerade diese beiden Artikel, als die Veranstaltung zu Ende ging, noch immer da waren und somit offenbar nicht verkauft wurden. Das erweckte mein Interesse herauszufinden, welche Artikel auf der Convention, die ein so enormes Angebot an unterschiedlichsten Fanartikeln bereitstellte, am häufigsten verkauft wurden.

In ein paar kurzen Gesprächen mit HändlerInnen konnte ich eruieren, dass T-shirts die mit Abstand meist verkauften Artikel sind. Dies ist nicht ungewöhnlich, da T-shirts auf unterschiedlichen Arten von Veranstaltungen verkauft werden und oftmals als Andenken an diese dienen. Bei den Objekten, die am zweithäufigsten verkauft wurden, handelte es sich um Actionfiguren (siehe Abb. 3a), dicht gefolgt von „Tribbles“, in Form von Stofftieren (siehe Abb. 3b), wobei es sich um kleine pelzige Wesen handelt, die in einer bei Fans sehr beliebten „Star Trek“-Folge in Erscheinung treten. All diese Fakten verheißen jedoch nichts Außergewöhnliches und haben nur eine geringe Aussagekraft bezüglich des Konsumverhaltens der Fans. Das Kaufverhalten der Fans ist also nicht ungewöhnlich. Daher möchte ich mich im Folgenden dem Gebrauchswert der Waren widmen und herausfinden, worin dieser für die Fans besteht und welche Kriterien dabei eine Rolle spielen.



Abbildung 3a und 3b: Beliebte Fanartikel

5.1. Der Gebrauch von Waren

Laut Michel DeCerteau charakterisiert sich Konsum dadurch, in „Bräuchen“ gewisse Handlungen und Aktionen erkennen zu lassen, die ihre eigene Form und Erfindungskraft beinhalten. Der Gebrauch von Waren ist somit also nicht im Vorhinein determiniert, sondern eine Art „Repertoire“, dem die BenutzerInnen der Waren eigene Gebrauchsweisen entlehnen können (vgl. De Certeau 1988: 79-80). Die KonsumentInnen werden somit zu kreativen VerbraucherInnen, die mithilfe der Waren eigene Handlungen ausführen, die von den ProduzentInnen nicht vorausgesehen werden können. Der ursprünglichen Produktion steht hier also eine ganz andere Art von Produktion gegenüber, die durch die „Kunst des Gebrauchs“ der Ware gekennzeichnet ist (vgl. De Certeau 1988: 81). Die Produkte, die ursprünglich in ihrer Symbolik festgeschrieben und vorgefertigt sind, werden von Menschen, die nicht deren ErzeugerInnen sind, manipuliert und in einen anderen Kontext übertragen. In diesem Sinne kann man sagen, dass die VerbraucherInnen nicht mit den Produkten identifiziert werden können, die sie assimilieren. Zwischen den VerbraucherInnen und den Waren herrscht vielmehr ein gewisser Spielraum, der vom Gebrauch bestimmt wird, den sie von den Waren machen, und dieser muss um seiner selbst Willen analysiert werden (vgl. De Certeau 1988: 82).

5.1.1. Das Herstellen von Fanprodukten

Die Konsumgewohnheiten von Fans beziehen sich nicht ausschließlich auf vorgefertigte Produkte. Daher verhält es sich nicht nur so, dass Fans sich Fanartikel aneignen und sich diese im Sinne eines selbst bestimmten Gebrauchs zunutze

machen, sie machen auch Gebrauch von oftmals alltäglichen Artikeln und wandeln diese im Zuge eines kreativen Aktes erst in einen Fanartikel um. Sie geben Artikeln einen neuen Gebrauchswert und ziehen somit einen speziellen Nutzen aus der, ursprünglich für einen anderen Zweck bestimmten, Ware. Daher produzieren viele Fans ihre eigenen individuellen Artikel, wobei der Phantasie kaum Grenzen gesetzt sind (siehe Abb. 4a und 4b).

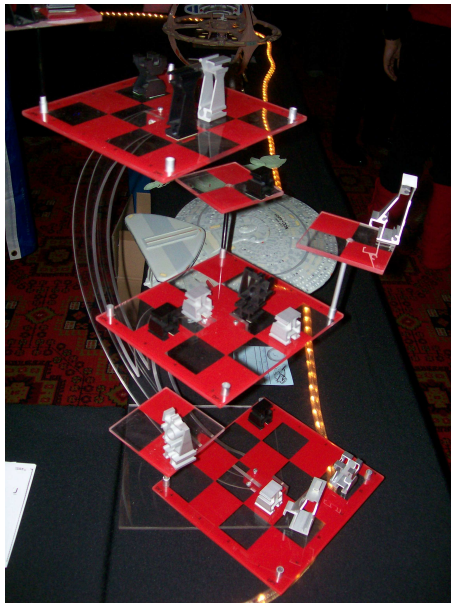


Abbildung 4a und 4b: Von Fans hergestellte Sammelstücke

Im Besonderen Accessoires und spezielles Zubehör zu den Kostümen werden von den Fans meist selbst angefertigt. So wurde zum Beispiel ein gewöhnlicher grauer Werkzeugkoffer von einem Fan mit neuen Plaketten und Schriftzügen der „Enterprise“ versehen und somit in ein individuelles Accessoire umgewandelt (siehe Abb. 5). Andere basteln kleine ferngesteuerte Roboter, die sie stolz der Menge präsentieren oder tragen selbst fabrizierte Geräte an ihrem Kostüm zur Schau. Dabei handelt es sich um einen Prozess, der in Fankulturen nicht ungewöhnlich ist und sich sehr häufig ereignet. Hier zeigt sich das, was De Certeau den „mehr oder weniger großen Spielraum des Gebrauchs“ nennt (De Certeau 1988: 82). Produkte, die eigentlich für einen anderen Zweck gedacht sind, werden ihrer ursprünglichen Funktion entzogen und in etwas Neues transformiert, das den Bedürfnissen der BesitzerInnen mehr angepasst ist.



Abbildung 5: Fan mit selbst gestaltetem Werkzeugkoffer

„The fact that the system provides only commodities, whether cultural or material, does not mean that the process of consuming these commodities can be adequately described as one that commodifies the people into a homogenized mass at the mercy of the barons of the industry” (Fiske 2007: 25-26).

Zahlreiche Fans tragen Kostüme und dazugehörige Accessoires um ihr „fandom“ auszudrücken und auszuleben. Diese sind in spezifischen Fanshops und im Internet in verschiedensten Variationen erhältlich. Viele Fans produzieren ihre Uniformen und das spezielle Zubehör jedoch selbst, da das vorhandene Angebot als nicht ausreichend empfunden wird oder nicht originalgetreu umgesetzt ist, oder weil sie ihr Kostüm individuell gestalten wollen (siehe Abb. 6). Viele arbeiten oft monatelang daran und investieren sehr viel Zeit und Geld. Ein weiblicher Fan erzählte mir, dass sie ein halbes Jahr tägliche Arbeit und etwa 1000 Euro in ihr „Tiefighter“ Kostüm investierte (siehe Abb. 7). Die Fans bedienen sich dafür eines bereits bestehenden Repertoires, aus dem heraus sie die vorhandenen Ressourcen nutzen, um ihre eigenen kulturellen Güter daraus zu erschaffen. In diesem Sinne kann man auch hier von „bricolage“ sprechen (siehe vorheriges Kapitel).



Abbildung 6: Von einem Fan gebasteltes Accessoire



Abbildung 7: Fan in selbst angefertigtem "Tiefighter" Kostüm

Die Anfertigung eigener Kostüme und Accessoires kann als eine Form der Kritik an den angebotenen Produkten interpretiert werden. Letztere erfüllen die Wünsche der Fans nicht ausreichend, da sie nicht originalgetreu oder authentisch genug sind. So investieren viele Fans Geld und Arbeit in die Produktion eigener Artikel, die ihren ganz speziellen Bedürfnissen entsprechen. Was es nicht gibt, muss selbst produziert werden. Fans sind somit nicht darauf angewiesen, dass der Markt ihnen die fertigen Produkte, die sie benötigen, zur Verfügung stellt, sondern sie bedienen sich eines

bereits bestehenden Angebots und schaffen sich mithilfe dieser Elemente genau das, was sie haben möchten. Die Kultur des täglichen Lebens, so Fiske, liegt also im kreativen, diskriminierenden Gebrauch der Ressourcen, die der Kapitalismus zur Verfügung stellt (vgl. Fiske 2007: 28).

Diesem Akt des Konsums liegt immer auch eine Form des Widerstands zugrunde, der sich gegen den „power-bloc“ richtet. „Power-bloc“ ist ein Begriff, der von Stuart Hall (1981) geprägt wurde und eine Art Allianz hegemonialer diskursiver Kräfte darstellt. Dieser Widerstand besteht in dem eigenständigen Gebrauch einer für einen anderen Zweck bestimmten Ware. Fiske nennt als Beispiel hierfür das Bleichen einer Jeans (vgl. Fiske 2007: 29). De Certeau vergleicht die Tätigkeiten der KonsumentInnen mit einem Kind, das selbst wenn es weiß, dass es dafür bestraft wird, sein Schulbuch bekritzelt und sich so Raum schafft, um in ihm ein Zeichen seiner Existenz als AutorIn zu hinterlassen (vgl. DeCerteau 1988: 80).

„Konsumenten [...] folgen ‚unbestimmten Bahnen‘, die scheinbar sinnlos sind, da sie in keinem Zusammenhang mit dem bebauten, beschriebenen und vorfabrizierten Raum stehen, in dem sie sich bewegen“ (DeCerteau 1988: 85).

5.1.2. Das Sammeln von Fanprodukten

Die Eigenproduktion von Kostümen und Accessoires ist jedoch eine Aktivität, die nur von einem Teil der Fangemeinde praktiziert wird. Nicht alle Fans sind in dieser Hinsicht produktiv tätig. Ein weit verbreitetes Hobby innerhalb der Fankultur ist das Sammeln bestimmter Produkte. Viele Fans gehen dieser Leidenschaft nach, meist mit dem Ziel, so viele Produkte als möglich zu akkumulieren. Dies kann als „materielle Aneignung der Serienwelt“ verstanden werden, indem Fans sich durch das Sammeln bestimmter Fanprodukte „ihre Serienwelt symbolisch repräsentiert vergegenwärtigen“ (Wenger 2006: 140).



Abbildung 8: Fans präsentieren ihre Produkte

Diese Sammeltätigkeit geschieht häufig in Interaktion mit anderen Fans, die derselben Leidenschaft frönen. Es lässt sich darin sowohl eine produktive als auch eine interaktive Dimension konstatieren. Der interaktive Aspekt resultiert aus dem Austausch mit anderen Fans, aus dem heraus sich häufig auch Freundschaften entwickeln. Somit bringt der Erwerb gewisser Fanprodukte und die häufig darauf folgende Präsentation derselben vor Gleichgesinnten oftmals soziale Beziehungen mit sich. Obwohl diese Sammlungen gewöhnlich zu Hause aufbewahrt werden, finden Fans Wege, diese dennoch auf Veranstaltungen, wie der Convention, anderen Fans vorzuführen. Zu diesem Zweck werden zum Beispiel Autogrammsammlungen in Mappen mitgenommen, klingonische Waffen im Kofferraum des Wagens mitgeführt, um sie zu zeigen oder Photographien herumgereicht (siehe Abb. 8 und 9). Der Austausch, der dabei stattfindet, ist nicht einseitig, denn die meisten Fans nutzen die Gelegenheit, um Zeit mit Gleichgesinnten zu verbringen, die den Wert der Objekte zu schätzen wissen und sich gegenseitig bestätigen.



Abbildung 9: Klingonische Waffen von Fans

Die produktive, kreative Dimension des Sammelns resultiert aus der individuellen Zusammenstellung der jeweiligen Sammlung, die durch die persönlichen Vorlieben der SammlerInnen geprägt ist und daher in der Strukturierung deutlich variiert (vgl. Wenger 2006: 140). Da verschiedene Fans den jeweiligen Produkten unterschiedliche Bedeutung geben können, kann man nicht davon ausgehen, dass immer dieselben Produkte gesammelt werden. Tatsächlich existiert eine enorme Bandbreite an Produkten, die gesammelt werden können. Dabei beschränkt sich das Sortiment nicht nur auf Waren, die käuflich erwerbbar sind, sondern auch auf Eigenproduktionen, sowie Autogramme und Photographien.

Besonders bei Autogrammen handelt es sich um sehr begehrte Sammelstücke, zum einen, da sie von den Stars persönlich kommen, zum anderen, da sie oftmals auch Erinnerungsstücke an ein unvergessliches Treffen mit denselben darstellen (siehe Abb. 10).

„Autogramme dienen als sichtbarer Beweis für die erlebte Nähe zu einem Star. [...] Eine Steigerung erfährt dieses Erlebnis noch durch eine persönliche Widmung, die einen Authentizitätsnachweis gegenüber vorsignierten oder bestellten Autogrammen bedeutet“ (Wenger 2006: 217).

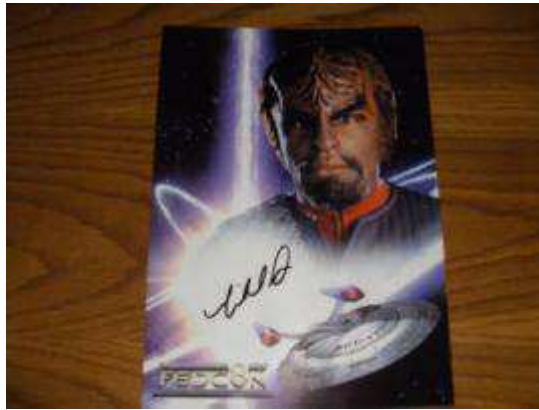


Abbildung 10: Autogramm eines Schauspielers von der FedCon

Autogramme konnte man auf der Convention nur erhalten, wenn man im Vorfeld dafür bezahlte. Der Preis variierte je nach Bekanntheits- und Beliebtheitsgrad der SchauspielerInnen und betrug zwischen fünfzehn und dreißig Euro pro Stück. Nach Aussage von einigen Fans mit längerer Conventionerfahrung bezahlt man beispielsweise, wenn William Shatner oder Leonard Nimoy anwesend sind, zwischen siebzig und hundert Euro pro Signatur. Obwohl viele sich anfangs negativ darüber äußern, für die Unterschrift der Stars bezahlen zu müssen, nutzen die meisten dennoch die einmalige Gelegenheit, um ein Autogramm zu ergattern. Dafür sind sie zudem bereit, sich stundenlang in Warteschlangen einzureihen und aufgrund langer Wartezeiten in diesen, andere Angebote oder Attraktionen, die in der Zwischenzeit stattfinden, zu verpassen.

Begründet wird dies durch die Exklusivität der Autogramme. Die Riege der Stars, die auf der Convention anwesend sind, wechselt jährlich. Hinzu kommt, dass viele SchauspielerInnen Auftritte auf derartigen Veranstaltungen meiden oder nur schwer dazu zu bewegen sind. Daher handelt es sich meist um einmalige Gelegenheiten, diesen in persona zu begegnen und ihnen die Hand zu schütteln, sowie durch das besondere Ereignis des Zusammentreffens mit ihnen ein gemeinsames persönliches individuelles Erlebnis zu erfahren. Durch das Treffen mit den SchauspielerInnen entsteht dabei oftmals eine neue, veränderte Beziehung zu diesen. Sie werden vom Podest der unnahbaren Stars heruntergeholt und als „normale“ Menschen erlebt, gleichzeitig aber, wenn sie freundlich und sympathisch erscheinen, auf ein neues Podest gehoben, das lediglich auf der Vorstellung des Erlebten basiert, und die Person oftmals auf diese Eigenschaften reduziert.

Die Erfahrungen, die die Fans dabei machen, sowie die erhaltenen Autogramme, dienen Vielen als Zeugnis dieser Begegnung und werden untereinander immer

wieder gerne ausgetauscht. Somit sind es nicht ausschließlich die Autogramme, die bei diesen Treffen als wertvolles Sammelgut fungieren, sondern die Erlebnisse selbst, die dabei oftmals sogar einen größeren Wert für die Beteiligten einnehmen. Daher wird den Angeboten, die ein Treffen mit den Stars bieten, meist Vorzug gegeben gegenüber anderen, auch wenn diese oftmals mit größeren Unannehmlichkeiten und zusätzlichen hohen Kosten verbunden sind.

Obwohl es hier, wie bereits erwähnt, üblicher ist, so viele Artikel wie möglich zu sammeln, anstelle besonders teurer Produkte, läuft die Auswahl der bevorzugten Waren anhand bestimmter persönlicher Kriterien ab. So findet auch hier ein gewisses Selektions- und Auswahlverfahren statt. Obwohl es sich bei den Sammelwaren von Fans meist um vorgefertigte Produkte handelt, findet hier dennoch ein Akt der kulturellen Produktion statt, da Konsum immer mit der Produktion von Bedeutung einhergeht (vgl. Fiske 2007: 35).

Die Waren, die erworben werden, können, nach Roland Barthes (1964), als „Mythen“ betrachtet werden. Dieser geht davon aus, dass scheinbar alles zum Mythos werden kann, da es sich beim Mythos um eine Art Mitteilungssystem oder Botschaft handelt. Er fungiert nicht als Objekt, sondern als eine Weise des Bedeutens. Beinahe alles kann daher Träger der mythischen Aussage sein, da jede beliebige Materie mit Bedeutung ausgestattet werden kann (vgl. Barthes 1964: 85-86). Die Waren, die gesammelt werden, funktionieren dabei als symbolische Repräsentation der fiktionalen Serienwelt. Der Konsum der Waren kann also nicht als gewöhnlicher Konsum eines Produktes betrachtet werden, sondern ist vielmehr der Konsum einer Bedeutung und Ideologie, die sich aus dem Mythos ergibt und demnach weder durch das Objekt selbst, noch durch seinen Tauschwert bemessen werden kann.

Den Produkten, die viele Fans sammeln, wird von Aussenstehenden kein besonderer Wert beigemessen, im Gegensatz zu den meist wertvolleren Sammlungen, die der Hochkultur zugeschrieben werden. John Fiske sieht den Unterschied zwischen den Sammlungen von Fans und beispielsweise Kunstsammlungen in erster Linie sozioökonomisch begründet. Erstere bestehen meist aus billigen Objekten die in Massenproduktion angefertigt wurden und daher keinen oder nur einen geringen Tauschwert haben. Manche Fans, deren ökonomischer Status es ihnen jedoch

erlaubt, anstatt billiger Reproduktionen teure Originale zu erwerben, können ihre Sammlungen leicht auch in ökonomisches Kapital umwandeln (vgl. Fiske 2001b: 45). Manche Fans investieren viel Geld in die Sammlung von so genannten Props. Dabei handelt es sich um Originalrequisiten aus Filmen und Serien. Diese sind, nachdem die Serien abgedreht wurden, meist käuflich erwerbbar und besitzen einen immensen Sammelwert für viele Fans. Sie zählen zu jener Kategorie von Fanprodukten, die, wie oben erwähnt, leicht wieder in ökonomisches Kapital gewandelt werden können. Besonderen Anklang darunter finden Uniformen, Phaser und Trikorder. Diese werden, nachdem sie für den Dreh nicht mehr gebraucht werden, auf einen bestimmten Wert geschätzt und dann im Zuge von Auktionen meist viel teurer verkauft. Originalrequisiten werden häufig nach einer gewissen Zeit weiterverkauft, wobei sie den BesitzerInnen meist mehr Geld einbringen, als diese ursprünglich dafür bezahlten.

Im Rahmen der Dreharbeiten zu „The next generation“ wurden Gumminasen für den Klingonen Worf in großer Anzahl produziert, wie ich während eines Vortrags in Erfahrung bringen konnte. Es handelte sich dabei um ein kleines Stück Gummi, das dem Schauspieler an der Nase befestigt wurde, um ihn in einen Klingonen zu verwandeln. Da diese nur einmalig verwendet werden konnten, wusste man nach Drehschluss nicht, was man damit anfangen sollte und wollte sie zunächst wegwerfen. Man entschied sich jedoch dafür zu versuchen, ob sie sich verkaufen ließen. Allen ursprünglichen Annahmen zum Trotz zeigten Fans reges Interesse daran und die Wornasen waren sofort ausverkauft und sind heute als begehrte Sammelware im Umlauf. Dies stellt ein Beispiel dafür dar, dass der Wert einer Ware relativ ist und allein durch die Bedeutung, die die KonsumentInnen ihr verpassen, kreiert wird und somit nur bedingt vorhergesehen werden kann.

5.2. Die kulturelle Ökonomie

John Fiske vertritt die Auffassung, dass kulturelle Waren in zwei unterschiedlichen Ökonomien zirkulieren, der finanziellen und der kulturellen Ökonomie. Die kulturelle Ökonomie ist verantwortlich für die Popularität einer Ware. Die Wahl einer Ware bedeutet für die KonsumentInnen, sich zwischen Bedeutungen, Vergnügen und sozialen Identitäten zu entscheiden (vgl. Fiske 2001: 114-115). Nach Fiske ist die Macht der KäuferInnen in der kulturellen Ökonomie beträchtlich, da es keine direkte Verbindung gibt zwischen dem bezahlten Preis und dem, was tatsächlich konsumiert

wird. Die Menschen bewerten Güter unabhängig vom Preis derselben, oder davon wie viel Güter sie erwerben können, da Bedeutungen in der kulturellen Ökonomie nicht auf dieselbe Art zirkulieren wie Vermögen in der finanziellen Ökonomie. Demnach kann die Rolle der KonsumentInnen in der kulturellen Ökonomie nicht als Endpunkt einer linearen ökonomischen Transaktion betrachtet werden, denn durch die Zirkulation von Bedeutungen und Vergnügen gibt es keinen realen Unterschied zwischen ProduzentInnen und KonsumentInnen. Damit steht die kulturelle Ökonomie im Gegensatz zur finanziellen Ökonomie, in der diese Bereiche klar voneinander getrennt sind. Die KonsumentInnen sind also selbst dafür verantwortlich, den Waren kulturelle und emotionale Bedeutung zu geben (vgl. Fiske 2001: 117).

Die Beziehung zwischen kulturellem Kapital von Fans und offiziellem kulturellem Kapital ist komplex und widersprüchlich. Sie ist von Ähnlichkeiten und Gegensätzen geprägt. Die Akkumulation von Wissen ist fundamental für die Akkumulation von kulturellem Kapital, aber auch das Sammeln von Objekten. Hier zählt es weniger, besonders gute und teure Objekte zu besitzen, sondern vielmehr, so viele Objekte wie möglich zu sammeln (vgl. Fiske 2001b: 42). Die Gegenstände, die gesammelt werden, sind also meist kostengünstig produziert und von geringem ökonomischen Wert, haben aber einen hohen persönlichen Wert für die Fans. Eine Actionfigur beispielsweise, deren finanzieller Wert ein paar Euro beträgt, kann für Fans, in deren Sammlungen sie fehlt, von unbezahlbarem Wert sein. Die Bewertung von Gütern in der kulturellen Ökonomie der Fans kann daher von Aussenstehenden nicht eruiert und nur schwer nachvollzogen werden. Einen besonderen Stellenwert nehmen die Autogramme der Stars ein. Diese können, je nach Bekanntheits- und Beliebtheitsgrad, doch auch von Person zu Person, enorm im Wert variieren. Aufgrund ihrer Exklusivität können sie jedoch leichter in kulturelles Kapital transformiert werden.

Fans sind aktive ProduzentInnen und NutzerInnen von kulturellem Kapital. Durch die Fangemeinde stellen sich ein soziales Prestige und eine Selbstwertschätzung ein, die sich durch das kulturelle Kapital ergeben. Das Sammeln kultureller Waren basiert daher also nicht auf einem eindeutig definierten Gebrauchswert von Gütern, sondern auf einem Tauschwert (vgl. Fiske 2001: 114).

Um diese Aktivität auch in kulturelles Kapital transformieren zu können, ist der direkte Kontakt zu anderen Fans notwendig, da Sammlerwaren nur durch Vorführung und Zurschaustellung ihrer Existenz tatsächlich in diesem Sinne als Kapital fungieren

können. Daher ist es keine Seltenheit, dass Sammelstücke, die das ganze Jahr über sicher verwahrt werden, auf einer großen Fanveranstaltung wie einer Convention hervorgeholt und präsentiert werden. Durch die Präsentation vor Gleichgesinnten, die den Wert der Waren für die BesitzerInnen anders nachvollziehen können als Aussenstehende, stellt sich für sie Wertschätzung innerhalb der Gruppe ein und verleiht ein gewisses Maß an Anerkennung. Auf einer großen Fanconvention treffen zahlreiche Menschen mit ähnlichen Interessen aufeinander. Dies bietet Vielen die Möglichkeit, ihre Erzeugnisse und Sammelwaren von Wert zu präsentieren und in diesem Zusammenhang kulturelles Kapital im Sinne von Prestige und Anerkennung anzuhäufen.

Dabei handelt es sich um ein signifikantes Ritual innerhalb der Fangemeinde. Die AkteurInnen erhalten die Möglichkeit, Kostüme und Accessoires vorzuführen, andere präsentieren Sammelstücke oder andere wertvolle Besitztümer. Aus diesem Grund ereignet es sich nicht selten, dass jemand während eines Gesprächs plötzlich beginnt, unaufgefordert seine Errungenschaften zu präsentieren. Wie Fiske schreibt, funktioniert die kulturelle Ökonomie also nicht auf dieselbe Weise wie die finanzielle Ökonomie, wo es eine klare Trennung von Konsum und Produktion gibt (vgl. Fiske 2001: 117).

5.3. Konsum als ritueller Akt

Der Besuch einer Fanconvention stellt ein bedeutendes Ritual innerhalb der „Star Trek“- und Science Fiction-Fankultur dar (siehe Kapitel 7.1.). Die kulturellen Güter der Fans fungieren in diesem Kontext als bedeutende rituelle Artefakte, die wichtige Teilaspekte des Rituals bilden. Die Objekte bilden also einen obligatorischen Teil des übergeordneten Rituals.

Der Konsum von Fanprodukten ist eine wichtige Aktivität innerhalb der Fangemeinde, da die erworbenen Produkte einen zentralen Beitrag dazu leisten, die jeweilige Identität als Fan zu konstruieren. Bei der Präsentation von Fanartikeln auf der Fanconvention handelt es sich, im Sinne von Mary Douglas und Baron Isherwood, um einen bedeutsamen rituellen Akt, der sich aus dem Erwerb und der darauf folgenden Präsentation dieser Artikel vor anderen zusammensetzt. Wie ich bereits ausführte, werden große Fanveranstaltungen wie Conventions dazu genutzt, besondere Errungenschaften, Sammlungen und Neuerwerbungen vor anderen zu präsentieren. Ich möchte mich im Folgenden auf den rituellen Aspekt beziehen, der

dieser Aktivität innewohnt, die Funktion, die er für die beteiligten AkteurInnen erfüllt, sowie die Funktion und Bedeutung der Waren.

Richard Schechner weitet die Grenzen dessen, was als Performance betrachtet werden kann, aus, indem er postuliert, dass auch Objekte als solche agieren können. Demnach können Artefakte Performances kreieren oder aber eine bedeutende Rolle in diesen einnehmen. Es ist möglich, zu bestimmen, wie, wann und von wem ein Objekt geschaffen wurde, wie es mit seinen BetrachterInnen interagiert und wie es sich im Laufe der Zeit verändert. „The artifact may be relatively stable, but the performances it creates or takes part in can change radically“ (Schechner 2006: 2). Ein beliebiges Objekt kann demnach als eine Art Kommunikationsmedium fungieren, als Ereignis oder als eine Verhaltensform, die aus dem Kontext heraus bestimmt wird.

Douglas und Isherwood gehen davon aus, dass Waren dafür gebraucht werden, verschiedene Kategorien von Kultur sichtbar zu machen und zu stabilisieren. Sie nehmen an, dass materieller Besitz soziale Bedeutungen transportiert und somit als Kommunikator dient. Vor allem dienen Waren aber auch dazu, soziale Beziehungen zu erhalten (vgl. Douglas/Isherwood 2000: 75). Konsum ist demnach nicht nur dazu da, die Grundbedürfnisse zu stillen, sondern man kann ihn vielmehr als nicht verbales Medium betrachten, das auf menschlicher Kreativität basiert (vgl. Douglas/Isherwood 2000: 77).

Waren können demnach als bedeutende Attribute von Ritualen betrachtet werden, da Konsum als ritueller Prozess gesehen werden kann, dessen primäre Funktion darin besteht, dem unvollständigen Fluss der Ereignisse einen Sinn zu verleihen. Die KonsumentInnen konstruieren ein verständliches Universum anhand der Waren, die sie gewählt haben.

Durch die Wahl der Waren werden also, laut Douglas und Isherwood, Muster der Diskriminierung geschaffen. Aus diesem Grund bezeichnen sie sie als den sichtbaren Teil der Kultur. Konsum verwendet Waren um spezielle Entscheidungen sichtbar zu machen, aufgrund derer Personen und Ereignisse klassifiziert werden können. Aus diesem Grund kann man ihn als rituelle Aktivität betrachten. Das Individuum nutzt den Konsum, um etwas über sich selbst, seine Familie, sein Land oder sein Leben auszusagen. Die Aussagen, die jede Person diesbezüglich trifft,

beziehen sich auf das Universum, in dem sie lebt. Durch die Aktivität des Konsums kann entweder das Einverständnis anderer KonsumentInnen eingeholt werden, oder aber man erfährt dadurch Ablehnung. Konsum ist also in diesem Sinne ein aktiver Prozess, in dem alle sozialen Kategorien ständig wieder neu definiert werden müssen (vgl. Douglas/Isherwood 2000: 81).

Konsum ist demnach als ritueller Akt zu betrachten, der die Funktion innehat, Kreativität zu fördern und soziale Beziehungen zu schaffen und zu stärken. Durch die Zurschaustellung von Konsumgütern gliedern sich Fans in eine bestimmte Gruppe, eine spezifische Fangemeinde ein und distanzieren sich gleichzeitig von anderen, oder grenzen sich von ihnen ab. Die Wahl bestimmter Waren definiert in diesem Sinne gewissermaßen, in welche gesellschaftliche Gruppe sich ein Mensch eingliedert und kann somit als eigenes Klassifikationskriterium gesehen werden. Das Zurschaustellen der Waren und Güter ist in diesem Sinne als ein zentraler ritueller Akt zu betrachten, mit dessen Hilfe Menschen ihre Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft manifestieren. Gleichzeitig wird dadurch auch die Gemeinschaft geformt und gestärkt. „Ritual is always a way for people to connect to a collective, to remember or construct a mythic past, to build social solidarity, and to form or maintain a community” (Schechner 2006: 87). Das Bekenntnis zu einer Gemeinschaft durch Zurschaustellung von spezifischen Waren dient also auch dazu, diese Gemeinschaft zu stärken und zu behaupten. Das Individuum wird dadurch zu einem Teil dieser Gemeinschaft in der es sich selbst als Mitglied der Gruppe erfahren kann und durch Akkumulation von kulturellem Kapital Wertschätzung innerhalb dieser Gruppe erfährt.

Dieses Bekenntnis zu einer Gruppe und die gleichzeitig damit verbundene Abgrenzung zu anderen findet sowohl innerhalb als auch außerhalb der Fangemeinschaft statt. Dies belegt die Tatsache, dass Personen durch die Zurschaustellung bestimmter Waren von Aussenstehenden überhaupt erst als Fan klassifiziert werden, was in der Folge oftmals mit der eingangs besprochenen negativen Stereotypisierung einhergeht. Doch auch auf großen Fanveranstaltungen wie einer Convention, wo unterschiedliche Fangemeinden aufeinander treffen, kann die Zurschaustellung von bestimmten Konsumgütern wie zum Beispiel des Kostüms und die damit verbundene Positionierung in der Fangemeinde zu der man sich

bekannt, zu Akzeptanz in dieser, und damit auch zum Ausschluss aus anderen Gruppen führen.

5.4. Der Wert der Waren für die Fans – empirische Beispiele

In diesem Abschnitt werde ich auf den persönlichen Wert eingehen, den ein Artikel für Fans haben kann. Hierfür möchte ich drei spezifische Beispiele nennen, die sich auf Menschen beziehen, zu denen ich während meiner Feldforschung einen intensiveren Kontakt pflegte.

Ich möchte hier ein kurzes Zusammentreffen mit einem männlichen Fan etwa Mitte Vierzig beschreiben. Als ich ihn antraf, befand er sich gerade in einem Gespräch mit einem anderen Fan. Stolz präsentierte er dabei einen gewöhnlichen Werkzeugkoffer, den er selbst so umgestaltet hatte, dass er aussah wie das Equipment aus der Fernsehserie. Der Koffer war mit speziellen Plaketten und Schriftzügen versehen. Wie viele andere Fans trug er eine originalgetreue der Serie nachempfundene Uniform mit Phaser und Trikorder an einer eigens dafür kreierten Halterung am Gürtel. Um ihn der herumstehenden Menge zu präsentieren, nahm er den aufklappbaren Trikorder zur Hand. Es handelte sich dabei um ein etwa handflächengroßes Spielzeug, an dem zwei kleine Knöpfe leuchteten (siehe Abb. 11). Während des Gesprächs stellte sich jedoch heraus, dass es sich dabei um eine Originalrequisite handelte, die aus der alten Fernsehserie stammte und damals für den Dreh verwendet wurde. Für das Gerät bezahlte er 1000 Euro. Auf meine Frage hin, was er damit mache, antwortete er mir, dass der Artikel das ganze Jahr über in einer Vitrine in seiner Wohnung zur sicheren Aufbewahrung untergebracht wird. Für drei Tage im Jahr holt er den Trikorder hervor, um ihn auf die Convention mitzunehmen und ihn herzuzeigen.

Bei dem Produkt aus dieser Anekdote handelt es sich eindeutig um ein seltenes Sammelstück, das man mit Objekten von KunstsammlerInnen gleichsetzen kann. Obwohl es sich in diesem Beispiel um einen sehr kostbaren Artikel handelt, der die meiste Zeit sicher verwahrt wird, wird er dennoch auf die Convention mitgenommen und präsentiert. Zum einen zeigt sich hier, wie Fiske beschreibt, dass ein bestimmtes Objekt aufgrund seiner Exklusivität leicht in ökonomisches Kapital umgewandelt werden kann (vgl. Fiske 2001b: 45). Es handelt sich nicht um eine gewöhnliche Reproduktion, die für alle Fans erschwinglich ist. Zum anderen zeigt sich hier

eindeutig die Funktion der Ware als kulturelles Kapital für den Besitzer. Die an sich sehr kostspielige und für ihn wertvolle Ware wird mitgenommen und hergezeigt, da deren Besitz ihm Anerkennung durch andere Fans bringt.



Abbildung 11: Originalrequisite aus der Serie

Während eines Gesprächs mit einem anderen, etwa vierzigjährigen männlichen Fan, holte dieser eine große Sammelmappe hervor, die er stets bei sich trug, und zeigte mir stolz zahlreiche darin enthaltene Photographien und Autogramme, die er auf den Conventions der letzten Jahre gesammelt hatte. Darunter befanden sich auch Bilder, die von FankünstlerInnen erstellt wurden. Er erklärte mir, dass er keine gewöhnlichen Fanartikel kaufe, da er daran nicht interessiert sei, sondern sein Geld vielmehr spare, um es in Fankunst und Autogramme zu investieren. Dabei wusste er genau, welche Bilder und Motive er noch erwerben wollte und bestellte diese bereits für die Convention des folgenden Jahres. Als er mir seine Autogrammsammlung präsentierte, erzählte er zu beinahe jedem Artefakt eine persönliche Geschichte über das Zusammentreffen mit den Stars, die den Wert der Sammlung für ihn enorm zu steigern schienen. Der Wert, den die Autogramme für ihn einnehmen, resultiert nicht allein aus dem Besitz derselben, sondern in erster Linie dadurch, dass sie mit persönlichen Erfahrungen und Erinnerungen verbunden sind, die er durch das Treffen mit den SchauspielerInnen sammeln konnte.

Bezüglich des Werts, den Fanartikel für einzelne Fans haben, möchte ich abschließend ein weiteres Beispiel wiedergeben. Ich schloss Bekanntschaft mit einem weiblichen „Star Trek“-Fan, Mitte Dreißig. Sie erzählte mir, dass sie mit ihrem

Mann und drei gemeinsamen Kindern vom Sozialprogramm Hartz 4 lebe. Nach eigenen Aussagen verfüge sie kaum über finanzielle Mittel. Die einmal jährlich stattfindende Convention bedeutet für sie den Höhepunkt des Jahres. Sie ist ein Ausbruch aus dem Alltag, den sie sich viel Geld kosten lässt. Zu den Kosten, die dabei anfallen, zählen das Eintrittsticket, Anfahrt und Übernachtung, Geld für die aufwendigen Kostüme, die sie trägt, Fanartikel und zahlreiche Autogramme der Stars um je 25 Euro, sowie Photographien mit ihren Lieblingsstars um je 20 Euro. Auf die, von Vielen als zu teuer bezeichneten, Autogramme möchte sie nicht verzichten, obwohl sie sonst nicht viel Geld zur Verfügung hat. Dafür ist sie gerne bereit, in anderen Bereichen zu sparen. Als zusätzliches Andenken erwarb sie im Fanshop ein Kissen, auf dem ein „Star Trek“ Charakter abgebildet war. Dieses Kissen würde zu Hause in einer, eigens für solche Zwecke bestimmten Vitrine ausgestellt werden und einen besonderen Platz in ihrer großen Sammlung einnehmen.

Diese drei Beispiele sind kurze Auszüge meiner Beobachtungen auf der Convention. Sie zeigen jedoch deutlich, dass der Wert einer Ware für die Einzelnen von Person zu Person stark variiert. Während manche Fans nur kostbare Originalrequisiten erwerben, messen Andere billigen Fanartikeln einen ähnlichen Wert bei. Wieder Andere präsentieren voll Stolz Autogrammsammlungen oder zeigen Photographien ihrer Sammlung von zu Hause. Der Wert, den ein Artikel für eine Person einnimmt, lässt sich von Aussenstehenden nicht ermessen und kann vor allen Dingen nicht verallgemeinert werden, da er immer in das persönliche soziokulturelle Umfeld jeder Person eingebettet ist.

Der Wert, den ein Objekt für einen Fan besitzt, kann also nicht nach dem Tauschwert bestimmt werden, sondern ergibt sich aus den persönlichen Bedürfnissen und Vorlieben der Einzelnen. Ein billiger Fanartikel aus Massenproduktion kann für die KonsumentInnen ein unbezahlbares Sammelstück darstellen. Umgekehrt werden Originalrequisiten, die optisch nicht von billigen Reproduktionen zu unterscheiden sind, meist sehr teuer verkauft und haben für SammlerInnen einen immensen Wert.

5.5. Conclusio

Die Akkumulation spezifischer Fanprodukte stellt eine bedeutende kulturelle Aktivität innerhalb der Fangemeinschaft dar. Dafür sind die Fans gerne bereit, viel Zeit und Geld in ihren Erwerb zu investieren. Jedoch lässt sich der Wert dieser Produkte nicht

von Aussenstehenden ermessen und verallgemeinern. Waren besitzen sowohl einen eindeutig definierten Tauschwert, als auch einen, von den persönlichen Bedürfnissen der KäuferInnen abhängigen Gebrauchswert. Obwohl die Waren, die Fans erwerben, meist billig und in Massenproduktion hergestellt werden, variiert der Wert, den sie für die Fans haben, stark vom ursprünglichen Tauschwert. Dieser kann von Aussenstehenden daher nicht eruiert werden, da er von jenem persönlichen Nutzen abhängig ist, den die Einzelnen daraus ziehen. Er kann nur unter Einbezug des individuellen soziokulturellen Umfeldes jeder Person bemessen werden.

Fans bedienen sich eines bereits bestehenden Repertoires und schaffen sich daraus durch „bricolage“ ihre eigenen Kulturgüter. In diesem Sinne entziehen sie sich dabei der Kontrolle durch die ProduzentInnen, indem sie sich bereits vorhandene Ressourcen zunutze machen und daraus neue Produkte fabrizieren. Waren, die nicht angeboten werden, oder die nicht als zufrieden stellend empfunden werden, werden eigens von den Fans hergestellt. Dafür sind viele Fans gerne bereit, viel Zeit und Geld in ihre Produktion zu investieren.

Viele Fans frönen einer gewissen Sammelleidenschaft. Bei den Waren, die dabei gesammelt werden, handelt es sich meist um billige Artikel aus Massenproduktion. Obwohl es sich dabei meist um den Erwerb vorgefertigter Waren handelt, kann man hier nicht von einem rein passiven Akt ausgehen, da diese Sammeltätigkeiten sowohl einen wichtigen interaktiven, als auch einen produktiven Aspekt beinhalten. Da unterschiedliche Fans auch unterschiedliche Bedeutungen in den jeweiligen Produkten sehen, findet hier ein gewisses Selektions- und Auswahlverfahren statt, das den Bedürfnissen und Vorlieben der Einzelnen entspricht. Daher ist es nicht zutreffend, dass alle Fans dieselben Fanprodukte sammeln. Auf Veranstaltungen wie einer Convention, auf der zahlreiche SchauspielerInnen aus den Serien anwesend sind, nutzen viele Fans die oftmals einmalige Gelegenheit, um Autogramme ihrer Stars zu erwerben. Dabei handelt es sich um ganz spezielle Sammelstücke. Dafür nehmen sie hohe Kosten und lange Wartezeiten in Kauf und verpassen durch die lange Wartezeit andere Angebote der Convention. Die Autogramme dienen dabei als Nachweis für das Zusammentreffen mit einem Star und haben daher für viele Fans einen ganz besonderen Stellenwert.

Dem Erwerb bestimmter Waren liegt auch ein entscheidender ritueller Aspekt zugrunde. Auf öffentlichen Veranstaltungen wie einer Fanconvention werden Sammlungen, Eigenerzeugnisse und wertvolle Besitztümer gerne anderen Fans präsentiert und vorgeführt. Dabei handelt es sich um ein wichtiges Ritual innerhalb der Fangemeinde. Dies dient in erster Linie dazu, Beziehungen zu knüpfen und zu stärken, sowie die eigene Zugehörigkeit zu einer Gruppe oder speziellen Fangemeinde auszudrücken und hervorzuheben. Durch die Zurschaustellung dieser Konsumgüter wird die Mitgliedschaft zu einer spezifischen kulturellen Gruppe betont und damit auch die Abgrenzung zu anderen Gruppen.

Eine weitere wichtige Funktion, die sich durch den Erwerb von speziellen Waren ergibt, ist die Anhäufung von kulturellem Kapital. Hierfür ist der direkte Kontakt zu anderen Fans unausweichlich, da Sammelwaren nur durch Vorführung und Zurschaustellung tatsächlich in diesem Sinne als Kapital anerkannt werden können. Die AkteurInnen erwerben auf diese Weise Prestige und Anerkennung innerhalb der Gruppe.

Der Erwerb und das Sammeln von Fanartikeln erfüllt innerhalb der Fangemeinde unterschiedliche Funktionen für die beteiligten Personen, die sowohl einen kreativen, einen interaktiven als auch einen rituellen Aspekt beinhalten. Produkte werden von Fans je nach sehr persönlichen Kriterien beurteilt und ausgewählt. Da es sich dabei meist um kostengünstige Produkte aus der Massenproduktion handelt, wird ihnen von Aussenstehenden nur ein geringer Wert beigemessen. Dieser Wert entspricht jedoch nicht dem Wert, den der Artikel innerhalb der Fankultur haben kann.

Die Convention wartet in diesem Bereich mit einer großen HändlerInnenbörse auf, die zahlreiche unterschiedliche Fanartikel anbietet. Die Börse ist sehr gut besucht, doch nutzen sie die meisten Fans lediglich um die vielen unterschiedlichen Produkte kennen zu lernen, oder um Andenken zu kaufen. Zum Sammeln der Waren gehört die Vorführung derselben. Auf den Conventions werden Eigenproduktionen stolz zur Schau getragen und Sammlungen präsentiert. Die Art und Weise, wie das vonstatten geht, variiert von Person zu Person und hängt vor allem von der Art der Sammlung ab. Die Convention stellt dabei sowohl die Räumlichkeiten, als auch das Publikum zur Verfügung, das den Wert der präsentierten Artefakte zu schätzen weiß.

6. Die Akkumulation von Wissen

In den beiden vorangegangenen Kapiteln behandelte ich die Bedeutung und Funktion des Konsums innerhalb der Fankultur sowie die Art und Weise, wie auf der Convention damit umgegangen wird. Eine weitere grundlegende Kategorie von kulturellen Fanpraktiken, mit der ich mich in diesem Kapitel auseinandersetzen möchte, bezieht sich auf die Akkumulation von spezifischem Wissen, das als Basis für die Partizipation innerhalb der Fangemeinde dient. Ich möchte in diesem Zusammenhang den Fragen nachgehen, welchen Nutzen und Stellenwert dieses Wissen innerhalb der Fangemeinde erfüllt, wie damit in der Fancommunity operiert wird und in welchen Bereichen es ausschlaggebend ist. Dabei werde ich insbesondere darauf eingehen, wie auf einer Convention Gebrauch davon gemacht wird, wie dieses Wissen hier Anwendung findet und welchem Zweck es dient. Ich möchte in diesem Zusammenhang auch aufzeigen, welchen Raum die Convention dafür zur Verfügung stellt und welchen Raum die Fans sich selbst damit schaffen.

Im ursprünglichen Conventionprogramm war ein Wissensquiz vorgesehen, an dem alle BesucherInnen teilnehmen konnten, sowie eine organisierte Diskussionsrunde für Fans. Leider wurden diese Angebote kurzfristig abgesagt, obwohl sie sonst offenbar zum jährlichen Fixprogramm zählen. Insofern kann man sagen, dass die OrganisatorInnen dieser Veranstaltung für gewöhnlich dafür sorgen, einen geeigneten Raum für diese Aktivitäten zur Verfügung zu stellen. Leider war dies in diesem Jahr nicht der Fall. Jedoch bietet die Convention zahlreiche andere Möglichkeiten, sich neue Informationen sowie Wissen anzueignen. Zum einen dient sie als Informationsplattform für Neuerscheinungen und Fanmagazine und bietet die Möglichkeit, sich über Fanclubs, Trekdinner und sonstige Veranstaltungen rund um die Fangemeinde zu informieren. Zum anderen beinhaltet das umfangreiche Conventionangebot Filmvorführungen, Präsentationen, Vorträge von ExpertInnen und Guestpanels, die die Möglichkeit bieten, sich neues Wissen und Informationen über unterschiedliche Bereiche des „Star Trek“-Universums anzueignen.

6.1. Wissen als kulturelles Kapital in der Fangemeinde

Wie ich im vorangegangenen Kapitel bereits ausführte, sind Fans aktive ProduzentInnen und NutzerInnen von kulturellem Kapital. Der Erwerb von Wissen ist

fundamental für die Akkumulation von kulturellem Kapital in Fangemeinden. Die Akkumulation von spezifischem Wissen ist daher entscheidend für die Identitätsbildung jedes Fans. Es ist Grundvoraussetzung dafür, überhaupt Fan eines bestimmten Mediums zu werden und Teil einer größeren Fangemeinde zu sein. Für die Integration in eine spezifische Fangemeinschaft sind gewisse Vorkenntnisse unerlässlich, da das Insiderwissen über Inhalte der Serie mit Ritualen innerhalb der Community verbunden ist.

Durch die Eingliederung in eine Fangemeinde gewinnt eine Person soziales Prestige und Selbstwertschätzung, die abhängig ist vom kulturellen Kapital jeder Person. Nach Fiske verfügen Fans über bestimmtes Wissen. Anerkennung entsteht durch unoffizielles kulturelles Kapital, welches ausschlaggebend für die Selbstwertschätzung und die Anerkennung innerhalb der Gruppe ist (vgl. Fiske 2001b: 33). Um diese Aktivitäten in kulturelles Kapital transformieren zu können, ist der direkte Kontakt zu anderen Fans unausweichlich. Wissen kann nur in Interaktion mit anderen ausgetauscht und anerkannt werden.

Bei großen Fanveranstaltungen, wie einer Convention, beginnt dies bereits bei der Wahl eines Kostüms. Dieses ordnet die Person zu einer konkreten Gemeinschaft zu und erleichtert den Zugang dazu. Hierbei wird bereits ein bestimmtes Maß an Wissen vorausgesetzt.

Im Laufe meiner Feldforschung konnte ich feststellen, dass Fans besonderen Wert auf Authentizität legen. Die Kostüme, die jemand trägt, werden präzise begutachtet. Die Kriterien, die dabei ausschlaggebend sind, beziehen sich darauf, ob das Kostüm selbst gemacht ist, ob es authentisch ist und vor allem ob Elemente hinzugefügt wurden, die nicht dazugehören und demnach fehl am Platz sind. Da ich, wie bereits erwähnt, während der gesamten Veranstaltung selbst eine Uniform trug, fühlte ich mich aufgenommen und hatte demnach diesbezüglich keine Probleme, mich in die Gruppe einzugliedern.

Eine Schwierigkeit, die sich während der gesamten Convention bemerkbar machte, betraf meinen Begleiter, der in eine gewöhnliche Uniform der „Sternenflotte“ gekleidet war. Er trug jedoch das Abzeichen eines Admirals. Dabei handelt es sich um einen etwa zwei Zentimeter großen Button am Kragen der Uniform, der kaum sichtbar war. Im Laufe der drei Tage wurde er jedoch von mehreren Fans darauf hingewiesen, dass er zu diesem Abzeichen eine falsche Uniform trug, da ein Admiral

immer eine spezielle Admiralsuniform zu tragen habe und sich niemals in einer gewöhnlichen Uniform zeigen würde. Dieses Beispiel zeigt auf, dass ein bestimmtes Repertoire an Wissen vorausgesetzt wird, wenn man an der Fangemeinde teilhaben will. Fehler wie diese werden zwar geduldet, jedoch sind sie für die Anerkennung innerhalb der Gruppe nicht von Vorteil, da hier großer Wert auf Authentizität gelegt wird. Aus diesem Grund wurden wir sofort darauf hingewiesen, dass das Kostüm Fehler aufweist und bestimmte Elemente in inadäquater Form kombiniert wurden. Die Reaktion vieler Fans diesbezüglich war negativ bis herablassend. Insofern konnte ich feststellen, dass Anerkennung innerhalb der Gruppe bereits durch die Wahl des Kostüms bedingt ist und Fans diesbezüglich sehr kritisch darüber wachen, ob alles, dem Sachverhalt entspricht.

Auf einer Veranstaltung wie einer Convention, an der eine große Anzahl an Menschen teilnimmt, ist die Wahl des Kostüms und die richtige entsprechende Ausstattung wichtig. Damit wird kulturelles Kapital öffentlich dargestellt um dadurch Anerkennung und Prestige zu gewinnen. Dies geschieht vor allem deshalb, weil der Informationsfluss auf einer sichtbaren Ebene stattfindet und die TrägerInnen von Kostümen auf Anhieb einer bestimmten Kategorie zugeordnet werden können. Das nötige Grundwissen wird benötigt, um Elemente des Kostüms korrekt zu kombinieren und diese optisch darzustellen. Je authentischer und kreativer das Kostüm ist und je glaubwürdiger man in der angenommenen Rolle agiert, desto eher steht man im Zentrum des Geschehens, wird häufig photographiert und erhält die gebührende Aufmerksamkeit. Viele Fans investieren viel Zeit und Arbeit, um dieses Ziel zu erreichen. Die Zurschaustellung des „fandoms“, das ein gewisses Maß an Wissen voraussetzt, ist demnach von zentraler Wichtigkeit, um Anerkennung innerhalb der Fancommunity zu erhalten, während offensichtliche Fehler diesbezüglich als negativ gewertet werden.

Wichtig ist hier jedoch nicht nur das Wissen, das man optisch zur Schau stellt und präsentiert. Viele Fans legen großen Wert darauf, ihr erworbenes Wissen unter Beweis zu stellen. Dies geschieht häufig durch das Wiederholen von Phrasen und Zitaten aus den Filmen und Serien. Bekannte Aussagen fließen immer wieder in Gespräche mit ein und dienen auch als Begrüßungs- und Abschiedsfloskeln. Sehr häufig vernimmt man den vulkanischen Gruß „live long and prosper“, der immer mit der entsprechenden Handsymbolik einhergeht, oder Sprüche wie „beam me up

Scotty“. Aussprüche wie diese zählen jedoch zum Standardrepertoire und setzen kein spezifisches ExpertInnenwissen in diesem Bereich voraus, da man nicht gezwungenermaßen Fan der Serie sein muss, um diese Ausdrücke zu kennen. Anders verhält es sich, wenn weniger bekannte Passagen und Auszüge aus Filmen wiedergegeben werden. Durch die Wiedergabe bestimmter Filmzitate werden oftmals Aussagen getroffen, die in einen ganz spezifischen Kontext passen und daher die Kenntnis desselben voraussetzen. Nur wenn man diesen Kontext kennt, versteht man, was die Person damit aussagen möchte. In Form eines Codes wird somit ein weiterer Kontext vermittelt, der den beteiligten Fans bekannt ist und somit ausschließlich von diesen decodiert werden kann (vgl. Wenger 2006: 159).

Der Medienanthropologe Peterson geht davon aus, dass diese Zirkulation von Medienidiomen in all jenen Gemeinschaften vorkommt, in denen die Medien eine bedeutende Rolle innehaben. Die Reproduktion solcher Medieninhalte bezeichnet er als „social performance“. Diskursive Elemente werden dabei aus den Filmen transferiert und in die alltäglichen sozialen Welten der FilmzuschauerInnen eingebunden, was als Teil der Sozialisation gesehen werden kann (vgl. Peterson 2005: 133).

Derartige Gespräche unter Fans können den Charakter von frenetischen Diskussionen annehmen, in denen ernsthaft über inhaltliche Entwicklungen und Bedeutungen philosophiert und debattiert wird. Manche Fans betrachten es als große Herausforderung, in derartigen Diskussionen gegen andere Fans zu bestehen und dementsprechend mit ihrem Wissen herauszustecken. Dabei fällt auf, dass einige sich scheinbar unentwegt auf der Suche nach neuen DiskussionspartnerInnen befinden und nach einer ständigen Herausforderung in diesem Bereich Ausschau halten. Einigen Personen fällt diesbezüglich eine gewisse „ExpertInnenrolle“ zu. ExpertInnen nehmen in der Fangemeinde eine bedeutende Position ein, da sie für die Zirkulation relevanter Wissensbestände sorgen, haben aber eine ambivalente Stellung inne. Dies kann einerseits innerhalb der Fankultur zum Ansehen und zur Bewunderung durch andere Fans führen, andererseits liegt diesem ExpertInnenstatus eine distinktive Position zugrunde, indem manche durch fehlendes Wissen aus den Gesprächen ausgeschlossen werden. Ausschlaggebend ist hierfür jedoch nicht in erster Linie das Wissen an sich, über welches jemand verfügt,

sondern primär die Anerkennung dieses Wissens in der jeweiligen Gemeinschaft (vgl. Wenger 2006: 162-163).

Im Laufe meiner Feldforschung auf der FedCon pflegte ich wiederholt Kontakt zu einem weiblichen Fan, der gegenüber ich erwähnte, dass mein Begleiter ein Quizbuch über das „Star Trek“-Universum mitgebracht hatte. Dieses Buch beinhaltete mehrere Hundert sehr spezifische Insiderfragen. Da sie selbst, nach eigenen Angaben, seit 25 Jahren Fan der Serie sei, und daher diesbezüglich über ein immenses Kontinuum an Wissen verfüge, wollte sie dieses Buch unbedingt sehen. Als ich es ihr überreichte, arbeitete sie es von vorne bis hinten durch und beantwortete beinahe alle Fragen. In einigen Fällen konnte sie sogar noch Zusatzinformationen anfügen. Die Fragen waren sehr speziell und bezogen sich auf spezifische Daten aus einzelnen Folgen, sowie Produktionshintergründe und Privates über die SchauspielerInnen selbst. Für sie schien dies eine Situation darzustellen, in der sie sich beweisen musste. Dabei war zu beobachten, dass die Tatsache, jede Frage beantworten zu können, ihr Selbstwertgefühl enorm zu steigern schien und sie mit sich selbst sehr zufrieden war. Währenddessen sprach sie unentwegt sehr laut, um andere Fans, die sich in der Nähe befanden, an den Inhalten des Gesprächs teilhaben zu lassen. Obwohl sich bei weitem nicht alle Fans bezüglich des Insiderwissens, über das sie verfügen, dermaßen beweisen müssen, scheint dies kein Sonderfall zu sein. Immer wieder begegnete ich jemandem, der diesbezüglich nach einer Herausforderung suchte.

Ausgehend von Jenkins spricht auch Peterson davon, dass Fans einen Metatext entwickeln, auf der Grundlage von umfangreichem Wissen über die Geschichte, und Themen der Serie, sowie „running jokes“ die mit ihr verbunden werden. Fans einer länger andauernden Fernsehserie erwerben spezifisches Wissen über die Beziehungen zwischen den Charakteren, deren Narrationen und Geschichten sowie die Hintergründe der Show. Darüber hinaus eignen sich manche Fans auch Wissen an über die Produktionshintergründe der Serie, Castings sowie über ProduzentInnen und DrehbuchautorInnen (vgl. Peterson 2003: 151).

Peterson betrachtet dieses spezifische Wissen über Medieninhalte als wichtigen Aspekt der Sozialisation. „Knowledge of particular kinds of media texts and an ability to display this knowledge competently is a form of cultural capital valued in many social fields“ (Peterson 2005: 130). Er meint, die Menschen rezitieren Dialoge, ahmen bestimmte Modestile nach und pfeifen Melodien, die sie aus dem Fernsehen

kennen. Das Aneignen von Medienwissen für bestimmte Situationen kann demnach als zentraler Aspekt der Sozialisation gesehen werden. Die Fans werden dabei gleichzeitig zu DarstellerInnen und zu ProduzentInnenen von Texten. Sie binden Elemente aus den Medien, die sie konsumiert haben, in neue Erzählungen und alltägliche Situationen ein, um besondere Formen der Sozialität zu schaffen (vgl. Peterson 2005: 130).

6.2. Klingonisch

Eine besondere Facette des Fanwissens innerhalb der „Star Trek“-Fankultur bilden fiktive Sprachen, die in der Serie von BewohnerInnen anderer Planeten gesprochen werden. Viele Fans eignen sich diese als Fremdsprachen an. Eine ganz besondere Priorität nimmt hier das Klingonisch ein. Dieses wurde von dem Sprachwissenschaftler Marc Okrand im Jahr 1984 für die „Star Trek“-Filme als eigene Sprache mit vollständigem Vokabular und Grammatik entwickelt (vgl. <http://www.kli.org/tlh/>, 05.05.11). Obwohl in der Serienwelt verschiedene fiktive Sprachen existieren, scheint diese mit Abstand die Populärste zu sein.

Auf der Convention befanden sich viele als KlingonInnen verkleidete Menschen. Es gab sogar einen KlingonInnenfanclub, dessen Mitglieder immer als geschlossene Gruppe auftraten, und sich nicht als Einzelpersonen in die Menge mischten. Besonders hier schien die Sprache von zentraler Bedeutung zu sein, um sich als eigenständige Gruppe von allen anderen BesucherInnen abzugrenzen und sich innerhalb der Gruppe zu behaupten.

Es war für mich von Beginn an von großem Interesse, festzustellen, ob die Mitglieder dieser Gruppe tatsächlich Klingonisch sprechen würden. Daher befragte ich jeden Einzelnen, mit dem ich ins Gespräch kommen konnte. Das war allerdings nicht einfach zu bewerkstelligen, da diese Personen Nicht-KlingonInnen gegenüber eine ablehnende Haltung einnahmen. Bereits beim Ersten stellte sich heraus, dass er seit dreizehn Jahren Klingonisch lernt, die fiktive Sprache mittlerweile fließend spricht und sogar als Übersetzer für diese Sprache tätig ist, das heißt er übersetzt Texte ins Klingonische. Eine andere Person antwortete mir, sie spreche besser Vulkanisch als Klingonisch, wovon sie jedoch auch zumindest Grundlagen beherrsche. Nach der Befragung ein paar weiterer KlingonInnen war mir aufgefallen, dass außer der ersten Person niemand weiterer wirklich dieser Sprache mächtig war. Es hatte jedoch den

Anschein, dass aber niemand gerne zugeben würde, die fiktive Sprache gar nicht zu beherrschen. Die meisten kennen einige Wörter und Phrasen und wirken bemüht, diese immer wieder zum Besten zu geben. Obwohl kaum jemand, bis auf wirklich wenige einzelne Ausnahmen, die Sprache wirklich spricht, ist sie hier doch ein wichtiges Element von kulturellem Kapital. Beherrscht man sie, erhält man die Anerkennung und Bewunderung der anderen Fans. So konnte ich beobachten, dass die Person, die seit dreizehn Jahren Klingonisch spricht, innerhalb dieses spezifischen Fanclubs großes Ansehen genießt und scheinbar eine Art Vorbildrolle für die Anderen erfüllt.

Wie ich im ersten Kapitel über den Konsum von Medieninhalten bereits ausführte, wurden von dieser Gruppe wiederholt spezielle KlingonInnengesänge vorgetragen, allerdings zum größten Teil in englischer Sprache. Manchen Liedern wurde jedoch eine Extrastrophe auf Klingonisch hinzugefügt. Dabei war zu beobachten, dass manche, die zuvor angegeben hatten, Klingonisch zu sprechen, plötzlich nicht mehr so laut mitsingen und lediglich die Lippen zu bewegen schienen. Dies zeigt umso mehr, dass innerhalb der spezifischen Gruppe von KlingonInnenfans es ein wichtiges Statussymbol und damit ein zentraler Faktor von kulturellem Kapital ist, die fiktive Sprache zumindest teilweise zu beherrschen. Dies ist auch einer der Gründe, warum es sich als richtig erwies, für diese Arbeit die teilnehmende Beobachtung als Methode zu wählen, und nicht ausschließlich mit Interviews zu arbeiten.

Jedoch konnte ich feststellen, dass dieses Hervorstreichen der Kenntnisse der fiktiven klingonischen Sprache ein Phänomen ist, das sich speziell auf Menschen bezieht, die bestrebt sind, sich eine klingonische Identität anzueignen. Für diese ist es wichtig, zumindest ansatzweise die Grundlagen der Sprache zu beherrschen.

Auch andere Fans, die nicht einem KlingonInnenfanclub angehören oder ihr „fandom“ speziell auf diese beziehen, sind oft mit der Sprache vertraut. Viele beherrschen die populärsten Phrasen, allerdings wird dies nicht in demselben Ausmaß zur Schau gestellt, wie im Falle des KlingonInnenfanclubs, und es wird diesem Wissen auch kein besonderer Wert beigemessen. Der Stellenwert von unterschiedlichem Wissen wird scheinbar primär durch die Rolle bestimmt, die man sich im „Star Trek“-Universum aneignet. Wie bereits erwähnt, spielt Authentizität diesbezüglich eine entscheidende Rolle. Um als KlingonIn glaubhaft agieren zu können, ist das Beherrschen der Sprache Grundvoraussetzung. Im Vergleich zu

Fans in anderen Kostümen fiel es deutlich auf, dass diejenigen mit KlingonInnenkostüm bemüht waren, immer wieder klingonische Phrasen zum Besten zu geben, diese entweder in Gespräche einfließen zu lassen oder sie vehement der Menge mitzuteilen. Dies erweckte den Anschein, dass das Beherrschen dieser fiktiven Sprache einen wichtigen Beitrag zur Identitätsbildung als KlingonIn beiträgt und in diesem Sinne auch die Gruppendynamik beeinflusst.

Diesbezüglich lässt sich zusammenfassend feststellen, dass das Beherrschen dieser Sprache für die beteiligten AkteurInnen gleich mehrere Funktionen erfüllt. Neben dem Ansehen und der Wertschätzung, die die vermeintlichen KlingonInnen durch dieses kulturelle Kapital erwerben, wird dadurch auch die Aufnahme und die Eingliederung der Einzelnen in diese spezifische Gruppe gewährleistet. Gleichzeitig wird dadurch der Gruppenzusammenhalt gestärkt und die Dynamik innerhalb der Gruppe von diesem Element beeinflusst.

6.3. „Fan Gossip“/“Fan Talk“

Das spezifische Fanwissen ist häufiges Thema von Gesprächen und Diskussionen. Fans beziehen Information über ihre Lieblingsserie und deren Charaktere aus Fernsehen oder Internet und diskutieren untereinander über die für sie wesentlichen Aspekte. Der Austausch von Informationen, der hier stattfindet, bezieht sich auf das gesamte Spektrum vom persönlichen Leben der Stars, über Hintergründe in der Produktion bis hin zu inhaltlichen Entwicklungen (vgl. Jenkins 1992: 80).

Der Inhalt des „Gossip“ ist dabei jedoch meist weniger wichtig, als die sozialen Bande, die durch den Austausch von Information geknüpft werden. Jenkins vertritt die Meinung, Gespräche über fiktive Charaktere seien dabei ebenso produktiv wie Gespräche über Ereignisse des realen täglichen Lebens. Die Beziehungen, die durch „Gossip“ eingegangen und aufrechterhalten werden, sind dabei jedoch von größerer Bedeutung als die tatsächliche Information. Durch den Austausch wird die soziale Beziehung aller Beteiligten gestärkt. Jenkins meint, dass die Charaktere der Populärkultur heutzutage eine immense Auswahl an Themen zur Verfügung stellen, um mit Menschen, die man kaum kennt, über gemeinsame Erfahrungen zu sprechen und diesbezüglich relevante Information auszutauschen (vgl. Jenkins 1992: 81).

Wenn das textliche Material dabei Teil eines oralen Diskurses wird, fokussieren die Fans oftmals auf Ereignisse in den Geschichten, die sich auf Religion, Geschlechterrollen, Sexualität, Familie, Romantik und professionelle Ambitionen

beziehen. Die Interessen der Fans beziehen sich dabei auf die Grenzen der Serie (vgl. Jenkins 1992: 82).

Oftmals fühlen sich Fans zu spezifischen Programmen hingezogen, weil diese fortlaufend Themen aufwerfen, die sich für Diskussionen eignen. Solche Diskussionen gewähren nicht nur Einblick in die fiktionalen Charaktere und Handlungsstränge des Programms, sondern reflektieren auch unterschiedliche Strategien der Fans mithilfe derer sie persönliche Probleme lösen (vgl. Jenkins 1992: 83). „The alien worlds of Star Trek, for example, may be read as offering alternative conceptions of masculinity and femininity as well as posing questions about interracial relations” (Jenkins 1992: 83).

Vor allem weibliche Fans nutzen, laut Jenkins, das Material, das das Programm zur Verfügung stellt, als Anlass für „Gossip“, wobei sie sich dabei auf die Vorstellung des „emotionalen Realismus“ von „Star Trek“ berufen, als Rechtfertigung dafür, dass sie sich auf persönliche Erfahrungen beziehen, um ihre Interpretationen zu stützen (vgl. Jenkins 2006: 126). „Gossip“ kann nicht auf die weibliche Sphäre reduziert werden, da nach meiner Beobachtung sowohl bei männlichen, als auch bei weiblichen Fans diese Art von Gesprächen einen wichtigen Stellenwert haben und daher diesbezüglich keine Differenzierungen in diesem Bereich getroffen werden können. Es handelt sich dabei also um eine „zentrale Kommunikationsform unter Fans beiderlei Geschlechts“ (Wenger 2006: 164).

Wenger unterscheidet in seinem Werk über die „soziale Konstitution des ‚Star Trek‘-Fandoms“ vier unterschiedliche Arten kommunikativer Gesprächsformen, die er als „typisch für die relevanten Interaktionszusammenhänge dieser Fankultur“ erachtet (Wenger 2006: 159). Die erste Kategorie von Gesprächen, die er nennt, bezieht sich auf Medienverweise, die in laufende Gespräche eingebunden werden. Diese Praxis basiert auf dem Vergnügen, das sich aus der „kompetenten Anwendung“ dieser Symbolik ergibt und eine Übereinstimmung zwischen den AkteurInnen voraussetzt. Dieser gemeinsame Gebrauch von Symboliken und Verweisen stellt das verbindende Element unter den beteiligten Fans dar. Wenger beschreibt diese Form des Gesprächs als „verdichtete Kommunikation“, bei der ein größerer Kontext verkürzt wiedergegeben wird, und nur von den Fans decodiert werden kann (vgl. Wenger 2006: 159).

Die zweite Kategorie von Gesprächen basiert auf dem Austausch von Neuigkeiten und Information, die sich jedoch weniger auf die Inhalte einzelner Episoden bezieht, da die AkteurInnen diesbezüglich über einen analogen Wissensstand verfügen, sondern auf diverse Veranstaltungen rund um die Fangemeinde (vgl. Wenger 2006: 160).

Als eine weitere Kategorie der Kommunikationsform werden interpretierende Gespräche über „Star Trek“ genannt. In deren Rahmen wird in Interaktion mit anderen Fans ein Bezug zum Alltag hergestellt und es werden geteilte Bedeutungen transportiert (vgl. Wenger 2006: 161). „Dabei handelt es sich nicht um einen objektiven Diskurs, sondern vielmehr um eine indirekte und symbolisch vermittelte Kommunikation der Akteure über sich selbst und ihre Beziehung zueinander“ (Wenger 2006: 161). Dadurch entsteht eine gemeinsame Perspektive, die auf dem Diskurs basiert und darin resultiert und die hilft, reziproke Relevanzen bezüglich des besprochenen Textes heraus zu filtern, sowie soziale Nähe zwischen den beteiligten AkteurInnen herzustellen (vgl. Wenger 2006: 161-162).

Als letzte Kategorie nennt Wenger Klatschgespräche, denen er drei wesentliche Funktionen zuerkennt: eine phatische, gemeinschaftsstiftende Funktion, eine individuelle Funktion, wonach Prestige durch das Preisgeben intimen Wissens erlangt wird, sowie eine Bedeutung als „symbolisch vermittelte Kommunikation über das Verhältnis der Fans zum Text bzw. den Produzenten des Textes“ (Wenger 2006: 164). Der Klatsch über Personen setzt intime Kenntnisse über das Objekt des Klatsches voraus, sowie dessen Abwesenheit und das Fehlen einer reziproken Bekanntschaft mit diesem. Prominente eignen sich daher als optimale Klatschobjekte (vgl. Wenger 2006: 164-166).

„Der Klatsch ermöglicht es den Fans, die eigene Erfahrung der limitierten Rolle als Fan indirekt zum Ausdruck bringen zu können. Im gemeinsamen Lästern distanzieren sich die Fans vom Text, dekonstruieren dessen Gemachtheit und erlangen dadurch eine Form der Kontrolle über den Text“ (Wenger 2006: 166).

Im Laufe meiner Forschung konnte ich beobachten, dass Fans ihr Wissen über Inhalte der Serienwelt fortlaufend in ihre Gespräche integrieren. Dies passiert meist unvorhergesehen und ist anhand des ursprünglichen Inhaltes der Gespräche oft nicht vorherzusehen. Die Fans finden durch ihr enormes Wissen leicht

Anknüpfungspunkte zu unterschiedlichen Themen und können das angesprochene Thema auch mithilfe dieses Wissens vertiefen.

Ich möchte hier ein spezifisches Beispiel aus den Aufzeichnungen meines Besuchs der Convention schildern. Es handelte sich dabei um einen weiblichen Fan, mit dem ich mehrere Gespräche führte. Sie berichtete Verschiedenes aus ihrem Leben, wobei sie immer wieder auf entsprechende Inhalte der Serienwelt verwies und diese miteinander verflocht. Völlig unvorhersehbar wechselte sie von Berichten über ihre Familie und FreundInnen zu SchauspielerInnen und Charakteren aus der Serie, wobei es oftmals sehr schwierig war, dem plötzlichen Themenwechsel zu folgen, da ich mit den Figuren und Entwicklungen aller „Star Trek“-Serien nicht in diesem Sinne vertraut bin. Es ließ sich auch kein Unterschied feststellen bezüglich der Art, wie sie über ihre eigene Familie, die SchauspielerInnen und über die fiktiven Charaktere sprach. Weiters erschwerte wurde die Kommunikation durch die Tatsache, dass ihre Kinder alle nach Charakteren aus der Serienwelt benannt waren. Mir fiel jedoch auf, dass sie ausgehend von Ereignissen aus ihrem Leben wiederholt auf entsprechende Medieninhalte verwies. Einem Gespräch über ihre Kinder folgte zum Beispiel ein langer trauriger und besonders emotionsgeladener Monolog darüber, dass die Figur der Deanna Troy in einem „Star Trek“-Roman vier Fehlgeburten erleiden musste. Die emotionale Dimension dieser Geschichte lässt eine starke Identifikation mit der Person und deren Problemen erkennen. In diesem Beispiel spiegelt sich der „emotionale Realismus“ wieder, von dem Jenkins spricht.

Die Inhalte und Charaktere von „Star Trek“ bieten Themen, die es den Fans ermöglichen, Lösungen für persönliche Probleme zu finden, indem sie die eigene Situation darin wieder erkennen und auf diese Art Trost erfahren. Sie fungieren daher zusätzlich als eine Art Katalysator für die persönlichen Probleme der Fans.

Nach Jenkins ist „Fantalk“ in weiterem Sinne ein Weg, Beziehungen zu anderen Fans herzustellen. Durch das Zusammentreffen mit Gleichgesinnten, die dieselben Interessen teilen und die über ähnliches Wissen verfügen, können soziale Kontakte auf einer gemeinsamen Basis hergestellt werden. Auf einer Convention befindet sich eine Vielzahl an unterschiedlichen Menschen, die im Grunde allein durch ihr gemeinsames Interesse an der Serie verbunden sind. Menschen, die außerhalb der Convention, im täglichen Leben, nicht viel gemeinsam haben, finden dadurch Anknüpfungspunkte und können auf der Basis von „Fangossip“ leicht miteinander ins

Gespräch kommen. Da sich auf einer Convention viele Gleichgesinnte treffen und diese durch ein Kostüm oftmals auf den ersten Blick identifiziert werden können, fällt es leicht, mit anderen Fans in Kontakt zu treten und Erfahrungen und Wissen zu substituieren. Dabei scheinen aufgrund dieser reziproken Basis, meiner Beobachtung nach, Barrieren beseitigt zu werden, die im täglichen Leben präsent sind. Aufgrund dieses Konsenses werden Kriterien und Vorbehalte beseitigt und somit Kontakte geknüpft, die in einem anderen Umfeld niemals zustande kommen würden.

Peterson betrachtet die geteilten Intertexte, die innerhalb der Fangemeinschaft zirkulieren, als Teil des allgemeinen kulturellen Wissens. Er gebraucht den Begriff der Intertextualität im Sinne eines aktiven sozialen Prozesses, in dem ein Diskurs oder diskursives Element von einem Schauplatz herausgenommen und in einen anderen eingefügt wird (vgl. Peterson 2005: 130). Die beteiligten sozialen AkteurInnen machen, im Sinne einer Performance, Gebrauch von den medialen Intertexten. Dies setzt jedoch voraus, dass das Gegenüber dazu in der Lage ist, die vermittelten Hinweise auch zu verstehen. „People who dwell in media-saturated societies are expected to know about an extensive series of media genres, storyworlds, and mediated figures beyond their face-to-face social experiences“ (Peterson 2005: 133).

Die Vertrautheit mit diesen Texten und Charakteren, sowie die Fähigkeit, sich mit anderen darüber zu unterhalten, ist erforderlich, um am Geschehen teilzunehmen. Peterson spricht in diesem Zusammenhang von einer „conversational performance“ (vgl. Peterson 2005: 133). Um die Medienintertextualität innerhalb dieser sozialen Performance zu definieren, stützt sich Peterson auf den Terminus der Paratextualität. Damit weist er auf das ungleich verteilte, jedoch sozial begründete Wissen hin, das Menschen aufgrund von Medientexten besitzen. Es beeinflusst sowohl wie sie sich an Texte annähern, als auch, wie mit verschiedenen GesprächspartnerInnen in unterschiedlichen Kontexten darüber gesprochen wird. Diesbezüglich operiert die Paratextualität auf zwei Ebenen. Zum Einen besteht sie aus dem Wissen, das rund um die Fernsehserie und deren Hintergründe akkumuliert wird, zum Anderen beinhaltet sie detailliertes Wissen darüber, was davon in welchen Situationen verwendet werden kann (vgl. Peterson 2005: 134).

Tatsächlich verhält es sich so, dass Fans in ihren Gesprächen miteinander gewisse Vorkenntnisse ihres Gegenübers voraussetzen. Das zeigt sich auch bei dem oben genannten Beispiel von der Convention. Über bestimmte Inhalte, Hintergründe und Charaktere wird kommuniziert, ohne Einzelheiten von Grund auf erklären zu müssen. Während ich selbst dabei dem Gesprächsverlauf oftmals nicht richtig folgen konnte, waren die Gesprächsinhalte, die oftmals Anspielungen auf den Kontext der Serienwelt beinhalteten, für eingeweihte Fans problemlos zu verstehen und nachzuvollziehen.

Dialoge, die auf dieser Codierung basieren, stellen keine Seltenheit dar, sondern fließen in Fankreisen in beinahe jede Art von Kommunikation mit ein. Diese spezifische Form von Gesprächen stellt eine konzeptionelle Verflechtung von Serieninhalten und gegenwärtigem Geschehen dar. Anhand von, innerhalb der Fangemeinde geläufigen, Zitaten und Themen werden also Aussagen getroffen, deren Inhalte sich meist nicht auf die Serienwelt beziehen, jedoch durch den Bezug auf diese, Begebenheiten des präsenten Geschehens erklären sollen. Da diese Art von Unterhaltung ein sehr spezifisches Wissen über die Inhalte voraussetzt und nur so sinngemäß interpretiert werden kann, kann dies für uneingeweihte Aussenstehende schnell zu der Annahme führen, die Gespräche der Fans würden sich ausschließlich auf die Inhalte der Serienwelt beziehen.

Matt Hills vertritt jedoch die Auffassung, dass „Fantalk“ nicht ausschließlich als Nachweis von Fanwissen akzeptiert werden kann. „Fantalk“ muss demnach auch interpretiert und analysiert werden um sich auf seine Lücken und Verlagerungen, seine Momente des Versagens innerhalb von Narrativen der Befangenheit und Selbstreflexion und seine Wiederholungen oder privilegierte (bevorzugte) narrative Konstruktionen, die sich mit gemeinschaftlicher oder subkultureller Rechtfertigung in Angesicht äußerlicher Feindseligkeit beschäftigen, zu konzentrieren. Hills betrachtet es als Ziel, Fan-Diskurs als Rechtfertigung für die Leidenschaften und Bindungen der Fans neu zu bewerten (vgl. Hills 2002: 66).

Nach John Fiske weist Fernsehen über das man spricht spezifische Merkmale in Bezug auf Inhalt und Form auf. Demnach können Relevanzen des Inhalts buchstäblich oder auch metaphorisch sein. Fiske geht davon aus, dass desto mehr darüber gesprochen wird, „je formal offener und intern-in-Frage-stellender das

Fernsehen ist“ (Fiske 2003: 183). Um diese Aussage zu veranschaulichen, bezieht er sich auf das Beispiel von Seifenopern und Sportsendungen, da diese die Gefühle der Charaktere, deren Handlungsmöglichkeiten und die Urteile, die man über sie fällt, für die ZuseherInnen als offene Fragen im Raum stehen lassen. Er charakterisiert sie als offen und voller Widersprüche. Somit werden LeserInnenbeteiligung, Widerspruch und populäre Produktivität verstärkt angeregt.

Fiske betrachtet Gespräche über Fernsehinhalte als zentral, um zwischen Fernsehen und Alltagsleben zu verhandeln und Erstere selektiv zu einem Teil der Populärkultur zu machen. Dabei sieht er das zwischenmenschliche Gespräch als Sozialbeziehung in der Praxis. Im Moment des Sehens einer Fernsehshow werden dadurch Bedeutungen produziert, die oftmals im Gespräch mit anderen aufgearbeitet werden und in sozialen Beziehungen zu zirkulieren beginnen. Diese Gespräche sind bereits selbst von vorangegangenen Gesprächen beeinflusst. Wie ich in einem früheren Punkt bereits ausführte, interpretieren die LeserInnen einen Text oder eine Fernsehserie für sich. Laut Fiske findet diese Bedeutungsproduktion bei manchen ZuseherInnen überhaupt erst dann statt, wenn sie die Inhalte mit anderen diskutieren können.

„Die mündliche Kultur reproduziert nicht nur die Bedeutungen der Massenkultur und lässt sie neu zirkulieren: sie ist ein materieller Bestandteil der Bedingungen, unter denen eine Massenkultur empfangen wird, und somit ihrer Bedeutungen“ (Fiske 2003: 183).

6.4. Guestpanels

Einen weiteren zentralen Bereich bezüglich der Zurschaustellung von spezifischem Wissen auf Fanconventions stellen so genannte Guestpanels dar. Hier stehen die SchauspielerInnen selbst den Fans auf der Bühne für Fragen zur Verfügung. Dabei ist das Publikum nicht passive Masse, die sich der Show auf der Bühne hingibt, sondern es bindet sich vielmehr durch seine Fragen und Kommentare ins Geschehen ein und beeinflusst dadurch, was dort geschieht. Es handelt sich dabei um eine Art „symbiotische Beziehung“, die zwischen den Stars und der Fangemeinde herrscht, da bei positivem Verlauf des Panels beide davon profitieren (vgl. Wenger 2006: 218). Auf dieser Convention stellten die Guestpanels die einzige Möglichkeit dar, öffentlich vor einem größeren Publikum sein Wissen zu präsentieren.

Diese Veranstaltung zielt zwar nicht vordergründig auf das Wissen der Fans ab, dieses kommt aber durch die sehr spezifischen Fragen der Fans deutlich zum Ausdruck. Die Guestpanels ermöglichen es den Fans, an neue, exklusive Informationen zu gelangen und Fragen zu stellen, die sie schon immer stellen wollten und die sie in Interaktion mit den SchauspielerInnen von ihnen selbst beantwortet bekommen. Dieser persönliche Kontakt bildet für viele den Höhepunkt der Convention. Zudem beinhalten die Fragen, die dabei gestellt werden, sehr spezifische Hintergrundinformationen, die auf das akkumulierte Wissen einer Person hinweisen. Dabei wird ihnen ermöglicht, dieses Wissen vor einem großen Publikum und sogar vor den SchauspielerInnen selbst zu präsentieren. Außerdem erhalten die Fans dabei die seltene Gelegenheit, mit ihren Stars, die auf der Bühne keine Charaktere verkörpern, sondern als sie selbst auftreten, auf derselben Ebene zusammen zu treffen. In gewisser Weise können sie durch ihre Fragen sogar Macht über diese gewinnen. Manche SchauspielerInnen sind dabei sichtlich nervös.

„Das Vergnügen der Fans besteht darin, die Distanz zu den Darstellern zu überwinden und sich mit ihnen als normale Menschen auf einer Stufe zu erfahren. Wenn dies gelingt, werden sie selbst zu den Produzenten ihres Vergnügens und gewinnen Macht über die Stars“ (Wenger 2006: 219).

Die Fragen, die dabei gestellt werden, werden von den Fans im Vorfeld sorgfältig ausgearbeitet und recherchiert. Sie reichen vom Privatleben der Stars über Produktionshintergründe bis hin zur persönlichen Beziehung der Stars zur Serienwelt. Diese befinden sich dabei oftmals in einer Situation mit Prüfungscharakter, in der sie den teilweise sehr intimen und persönlichen Fragen der Fans standhalten müssen. Dabei ist zu beobachten, dass auch sie oftmals über die umfangreichen Informationen staunen, über die die Fans verfügen und zunächst sprachlos auf die sehr intimen und unerwarteten Fragen reagieren, denn viele Fans sind auch über die Lebensläufe der SchauspielerInnen jenseits von „Star Trek“ gut informiert und beziehen sich in ihrer Fragestellung oft auf Zitate und Aussagen, an die sich die SchauspielerInnen selbst nicht mehr genau erinnern.

Die Interaktion mit den Stars läuft dabei so ab, dass die Person, die eine Frage stellen möchte, an eine von einem Scheinwerfer beleuchtete Stelle tritt, sodass sie im ganzen Saal sichtbar ist, und ihre Frage vorträgt. Dadurch rückt sie ins Zentrum des Geschehens und hat die Aufmerksamkeit der Masse für sich. Dies nutzen viele

Fans dazu, um sich selbst in Szene zu setzen, indem sie sich auf einen verbalen Zweikampf mit dem Star auf der Bühne einlassen. Dabei geht es ihnen darum, sich aus der Masse fragender Personen durch ihr spezifisches Wissen und außergewöhnliche Fragestellungen abzuheben.

6.5. Conclusio

Ausgehend von dem vorherrschenden Stereotyp, das Medienfans unterstellt, ihre Zeit mit der Ansammlung von nutzlosem Wissen zu vergeuden, wollte ich herausfinden, welchen Stellenwert spezifisches Fanwissen innerhalb der Gemeinschaft einnimmt, welche Funktionen es für die Fans erfüllt und wie damit untereinander operiert wird. Weiters war es mir wichtig, herauszufinden, welchen Raum die Convention dafür zur Verfügung stellt und wie auf einer derartigen Veranstaltung damit umgegangen wird.

Für die Teilnahme an einer großen Fancommunity, wie der „Star Trek“-Fangemeinschaft, stellt die Akkumulation von spezifischem Wissen eine zentrale Grundvoraussetzung dar. Dies beginnt bereits bei der Wahl eines Kostüms, das einen bestimmten Grundstock von Wissen voraussetzt, um authentisch und mit der richtigen Ausstattung versehen aufzutreten. Manche Fans wachen kritisch darüber, dass alles seine Richtigkeit hat und machen darauf aufmerksam, wenn dem nicht so ist.

Durch das Präsentieren von speziellem Wissen, das heißt kulturellem Kapital, und dessen Anerkennung durch die Anderen gewinnen einzelne Fans an Selbstwertgefühl. Je mehr eine Person zu wissen scheint, desto deutlicher äussert sich die Anerkennung durch die Anderen. Zu diesem Zweck werden laufend Zitate oder Serieninhalte in Gespräche eingebunden. Manche Fans befinden sich dabei ständig auf der Suche nach neuen Herausforderungen, um sich beweisen zu können.

Spezielle fiktive Sprachen der Serienwelt, wie Klingonisch, nehmen hier einen besonderen Stellenwert ein. Sie werden von einigen Fans als Fremdsprache erlernt, wobei sich allerdings die wenigsten tatsächlich die gesamte Sprache aneignen. Besonders innerhalb der spezifischen Gruppe der KlingonInnenfans fiel mir auf, dass es sich um einen zentralen Aspekt der Sozialisation handelt. Es ist Grundvoraussetzung, zumindest Grundkenntnisse der Sprache zu beherrschen, um

Teil der Gruppe zu werden und in diesem Sinne kulturelles Kapital im Sinne von Ansehen und Prestige zu akkumulieren.

„Fantalk“ oder „Gossip“ dient in erster Linie dazu, Kontakt zu anderen Fans herzustellen und in weiterem Sinne soziale Beziehungen mit Gleichgesinnten zu knüpfen. Die Gespräche über Serieninhalte bieten weiters eine Möglichkeit, in den besprochenen Themen und Geschichten die eigene Situation wieder zu erkennen und gegebenenfalls Lösungen für Probleme des täglichen Lebens zu finden. Sie können somit als eine Art Katalysator für die Probleme der Fans dienen.

Fernsehen, über das man in diesem Zusammenhang spricht, lässt Hintergründe und charakterliche Entwicklungen als offene Fragen im Raum stehen. Dies verstärkt die LeserInnenbeteiligung und regt auch die Produktivität an. Durch die Gespräche, die darauf folgen, wird die Schnittstelle zwischen Fernsehen und Alltagsleben verhandelt und damit selektiv zu einem Teil der Populärkultur gemacht. Bedeutungen, die der Einzelne durch das Sehen einer Fernsehsendung produziert, werden auf diese Weise umgearbeitet und können in der Folge im sozialen Bekanntenkreis zirkulieren. Oftmals findet diese Bedeutungsproduktion überhaupt erst statt, wenn Inhalte im Gespräch mit anderen diskutiert werden können.

Die Convention als große Fanveranstaltung stellt den Fans ausreichend Raum zur Verfügung, um sich neues Wissen anzueignen, sowie ein Publikum, mit dem dieses Wissen diskutiert und ausgetauscht werden kann.

Die Guestpanels, in denen die Stars auf der Bühne persönlich für Fragen zur Verfügung stehen, stellen dabei eine wichtige Möglichkeit für die Fans dar, ihr umfangreiches Wissen öffentlich zu präsentieren und den Stars Fragen zu stellen. Dadurch entsteht eine Art symbiotische Beziehung zwischen den Parteien, von der beide profitieren können. In gewisser Weise erhalten die Fans dadurch die Möglichkeit, durch ihre Fragen Macht über die Stars auf der Bühne zu erlangen und sich von der breiten Masse abzuheben.

7. Performative Fans

Ich möchte in diesem Kapitel auf Fanaktivitäten eingehen, die durch Kostümierung und Rollenspiel gekennzeichnet sind und diese auf den Ebenen von Performance und Ritual untersuchen. Wie ich in vorangegangenen Kapiteln bereits ausgeführt habe, ist das Tragen eines Kostüms auf einer derartigen Veranstaltung die offensichtlichste Methode, kulturelles Kapital zu akkumulieren. Während Konsumgüter und Sammlungen gezielt bestimmten Personen gezeigt werden müssen und Wissen bewusst zur Schau gestellt werden muss, ist das Kostüm, das jemand trägt, auf den ersten Blick sichtbar und kann von anderen Fans sofort dem spezifischen Kontext zugeordnet werden. Jene Fans, die die aufwendigsten, kreativsten und ausgefallensten Kostüme tragen und sich in die Rollen, die sie verkörpern, gut hineinversetzen können, stehen an der Spitze der sozialen Hierarchie unter den „Star Trek“-Fans. Das Tragen von Kostümen ist für die AkteurInnen mit Anerkennung und Prestige innerhalb der Fangemeinschaft verbunden.

In diesem Kapitel möchte ich beschreiben, wie sich Fans mithilfe eines Kostüms bestimmte Rollen zu eigen machen, welche Funktionen diese Rollen für die beteiligten Fans erfüllen und wie innerhalb der Fangemeinde damit umgegangen wird.

Ich werde mich in diesem Abschnitt speziell der performativen Darstellung der verkörperten Charaktere und Figuren widmen, sowie der Art, wie die kostümierten Personen diese Rollen und deren Handlungen gestalten. Dann werde ich darauf eingehen, ob und inwieweit manche Personen dabei selbst in den Hintergrund treten und sich von den angenommenen Rollen und Identitäten vereinnahmen lassen. Was passiert, wenn Fans in andere Rollen schlüpfen? Welche Verhaltensmuster lassen sich dabei beobachten? Werden soziale Strukturen der Serienwelt übernommen? Inwiefern lassen sich bei der Performance Charakteristika von Ritualen erkennen?

Verbunden mit einer Kostümierung werden immer wieder spezifische, für die Rolle charakteristische, Verhaltensweisen übernommen und auch Szenen dargestellt, die mit der verkörperten Figur assoziiert werden. Die kostümierten Fans stehen deutlich im Zentrum des Geschehens. Die Convention dient in diesem Sinne als Bühne für die Darstellungen derselben. Obwohl zahlreiche Fans in Kostümen daran

teilnehmen, ist es hier sehr einfach, die Aufmerksamkeit des restlichen Publikums auf sich zu ziehen. Durch das Tragen von Kostümen schlüpfen Fans in verschiedenste Rollen, die sich klar von jenen unterscheiden, die sie im Alltag übernehmen.

7.1. Performance und Ritual

Ronald Grimes unterscheidet verschiedene Arten von Ritualen. Die Kostümierung bei den Conventions fällt am ehesten in die Kategorie der Feier. Diese umfasst unter anderem Karneval, Feste sowie Festivals, kurz gesagt, Veranstaltungen die eine spielerische Dimension haben (vgl. Grimes 2008: 129). Das Feierritual zielt nicht auf Handel, Gewinn, Magie oder ein anderweitig definiertes Ziel ab. Es handelt sich dabei vielmehr um ein expressives rituelles Spiel, das eine Vielzahl an Formen annehmen kann. Beim Feiern spielen die TeilnehmerInnen mit den Grundstrukturen und Regeln ihrer Gesellschaft (vgl. Grimes 2008: 130). Feierliche Rituale besitzen keinen monotonen Charakter, sondern sind vielfältig.

„Im rituellen Spiel [...] wird die Übereinstimmung von Wissen und Erfahrung gefeiert: dem Wissen, den Gegenstand geschaffen hat und der Erfahrung des Gegenstandes als einer Kraft, die ihren Rhythmus, ihre Gestalt und ihr Leben verleiht“ (Grimes 2008: 131).

Unterscheidungen zwischen dem, was erfunden, spielerisch und theatralisch ist und nur in der Vorstellung existiert und dem, was metaphysisch, real und ewig ist, sind bei der rituellen Feier nicht relevant. Es existieren demnach unter den Beteiligten keine Wertunterschiede zwischen dem, was seriös und dem, was spielerisch ist (vgl. Grimes 2008: 131).

Performance, nach Schieffelin, beruht auf speziellen symbolischen und ästhetischen Aktivitäten, sowie auf begrenzten, vorsätzlich produzierten Verfügungen, die üblicherweise gekennzeichnet sind und sich von gewöhnlichen Aktivitäten abheben. Performances werden aufmerksam verfolgt, sie sind besondere Produktionen mit spezifischen Zielen sowohl für die Menschen, die dabei zusehen, als auch für diejenigen die sie performen (vgl. Schieffelin 1998: 194-195). Ausgehend von Baumann betrachtet Schieffelin Performance als eine Zurschaustellung von ausdrucksvoller Kompetenz durch einen oder mehrere DarstellerInnen, die an ein

Publikum gerichtet ist. Diese Art von Performance zielt darauf ab, eine vorgestellte Realität oder eine Verstärkung der Erfahrung unter den ZuschauerInnen und ein verändertes Bewusstsein ihrer Situation zu vermitteln, sowie ein Gefühl von emotionaler Befreiung zu erzeugen. Performance, in diesem Zusammenhang, bezieht sich auf spezielle Formen von performativen Events, die als ästhetisches Ganzes in einem größeren sozialen Kontext betrachtet werden können (vgl. Schieffelin 1998: 195).

Sich auf Erving Goffman beziehend, meint Schieffelin, dass sowohl menschliche Vorsätzlichkeit, als auch Kultur und soziale Realität durch die Aktivität der Performance fundamental zum Ausdruck gebracht werden. Wenn Menschen also aufeinander treffen, bringen sie ihr Selbst anhand von Stimme, Gesten, Gesichtsausdrücken, Körpersprache und Handlungen zum Ausdruck (vgl. Schieffelin 1998: 195).

Performances dienen dazu, Identitäten zu markieren und zu kennzeichnen, die Zeit zu krümmen, den Körper umzuformen und zu gestalten, sowie Geschichten zu erzählen (vgl. Schechner 2006: 28). Die Grenzen zwischen Ritual und Performance sind fließend. Der Performancetheoretiker Richard Schechner zeigte auf, dass Spiel, Sport, Theater und Ritual gemeinsame Aspekte zugrunde liegen.

„The shift from ritual to aesthetic performance occurs when a participating community fragments into occasional, paying customers. The move from aesthetic performance to ritual happens when an audience of individuals is transformed into a community. The tendencies to move in both these directions are present in all performances” (Schechner 2006: 81).

Jegliche Performance hat sowohl die Funktion, zu unterhalten, als auch zu ritualisieren (vgl. Schechner 2006: 87).

„Ritual and play lead people into a ‘second reality’, separate from ordinary life. This reality is one where people can become selves other than their daily selves. When they temporarily become or enact another, people perform actions different from what they do ordinarily. Thus, ritual and play transform people, either permanently or temporarily” (Schechner 2006: 52).

Im Spiel sind die Transformationen, die darin stattfinden, als temporär zu betrachten. Sie sind gebunden durch die Regeln des Spiels und die Umgangsformen des Genres. Emile Durkheim (1915) zeigte auf, dass das Performen von Ritualen dazu dient, „soziale Solidarität“ zu erzeugen und diese aufrecht zu erhalten. Demnach handelt es sich bei Ritualen nicht um Ideen oder Abstraktionen, sondern um Performances, die bekannte Muster von Verhalten und Text darstellen. Es geht dabei weniger darum, Ideen auszudrücken, als vielmehr darum, diese zu verkörpern (vgl. Schechner 2006: 57).

Ein Schlüsselkonzept in Schechners Verständnis von Performance ist das „restored behavior“ oder „twice-behaved behavior“. Dieses zieht sich durch Performances von Kunst und Ritual, aber auch durch diejenigen Aktivitäten des täglichen Lebens, welche aus performativen Handlungen bestehen, die von Menschen trainiert und eingeübt werden. „Restored behavior is living behavior treated as a film director treats a strip of film. These strips of behavior can be rearranged or reconstructed; they are independent of the causal systems [...] that brought them into existence“ (Schechner 2002: 34). Obwohl Performances aus Teilen dieses wiederhergestellten Verhaltens zusammengesetzt sind, unterscheidet sich jede Performance von der anderen. Diese Teile können in zahlreichen Varianten kombiniert werden, während jedoch keine Gegebenheit vollständig reproduziert werden kann. Bei einem Verhalten, das als neu, kreativ oder schockierend in einem spezifischen Kontext interpretiert wird, handelt es sich meist lediglich um die Kombination bereits bekannter Verhaltensweisen oder um solche, die aus einem anderen Kontext übertragen worden sind. Die Ursprünge dieser einzelnen Teile sind jedoch meist nicht nachzuvollziehen (vgl. Schechner 2002: 34-35).

„Restored behavior includes a vast range of actions. In fact, all behavior is restored behavior – all behavior consists of recombining bits of previously behaved behaviors. Of course, most of the time people aren’t aware that they are doing any such thing“ (Schechner 2002: 35).

Performances des täglichen Lebens unterliegen, nach Schechner, zwei Prinzipien, „make-believe“ und „make belief“. Während „make-believe“-Performances eine klare Grenze ziehen zwischen dem performativen Geschehen und dem täglichen Leben, sprengen „make belief“-Performances bewusst diese Grenzen. Rollenspiele und

Stage-Performances fallen unter die Kategorie des „make-believe“, während „make belief“ Performances der Welt der Politik zugeordnet werden können, wo es darum geht, dem Publikum eine Performance glaubhaft zu vermitteln (vgl. Schechner 2006: 42-43).

Das Geschehen auf der Convention fällt demnach eindeutig in den Bereich des „make-believe“. Ich gehe jedoch davon aus, dass diese beiden Kategorien nicht als völlig separat betrachtet werden müssen. Wenn die AkteurInnen ein Kostüm tragen und eine festgelegte Rolle spielen, lässt sich deutlich unterscheiden zwischen Alltag und Rolle. Wenn sie jedoch komplett in dieser Rolle aufgehen und damit völlig entgegengesetzt zu ihrem täglichen Ich handeln, werden die Übergänge dieser beiden Kategorien fließend. Die Performances, die auf der Convention stattfinden, können nicht ausschließlich als Spiel und Unterhaltung verstanden werden. Sie dienen vielmehr dazu, Identitäten zu konstruieren und zu formen, sowie einen gewissen Status innerhalb der Gemeinschaft zu erwerben und die Zugehörigkeit zu dieser zu festigen. Darin spiegeln sich die sozialen Strukturen des täglichen Lebens. „The performances of everyday life [...] ‘make belief’ – create the very social realities they enact“ (Schechner 2006: 42). Somit können die Performances innerhalb der Fankultur nicht eindeutig einer der beiden Kategorien zugeordnet werden. Es sind vielmehr beide wirksam.

7.2. Der kostümierte Körper

Fanconventions sind dafür bekannt, dass viele Menschen in Kostümen auftreten. Tatsächlich stellt das für viele Fans einen zusätzlichen Beweggrund dar, diese Veranstaltungen zu besuchen. Dadurch erhalten sie die Möglichkeit, im öffentlichen Raum ein Kostüm tragen zu können (vgl. Wenger 2006: 200). Die Kostüme fungieren dabei als „wichtiges Mittel zur Identitätsarbeit“ (Wenger 2006: 211). Dennoch verhält es sich so, dass nur etwa die Hälfte der BesucherInnen tatsächlich in Kostümen auf der Convention erscheint. Viele ziehen es vor, T-shirts mit Logos der Serie zu tragen oder die Veranstaltung in gewöhnlicher Alltagskleidung zu besuchen, welche sie nicht auf den ersten Blick als Fans kennzeichnet.

Peterson betrachtet „hypertextual production“ als einen Aspekt der intertextuellen Performance. Dieser Begriff bezieht sich auf Aneignungen, Transformationen und Änderungen von Medientexten durch die KonsumentInnen (vgl. Peterson 2005: 135).

Wenn Fans Ausschnitte oder Szenen aus Filmen in ihre Performances einbauen, geben sie dabei nicht das gesamte Szenario wieder, sondern vereinfachte Versionen desselben, bzw. kurze Auszüge. Es geht dabei nicht darum, die jeweilige Szene zu reproduzieren, sondern vielmehr darum, sie den Anwesenden in Erinnerung zu rufen. Den Terminus der „hypertextual production“ verwendet Peterson, um auf die Produktion von neuen Texten aus jenen Elementen hinzuweisen, die der ursprüngliche Text zur Verfügung stellt, und in denen die Transformation eines Textes zentral ist für die Bedeutung des Textes, der daraus entsteht.

In einigen Gemeinschaften werden intertextuelle Elemente nicht nur innerhalb eines Diskurses performt, sondern sie werden „objectified“ und „commodified“. Demnach nutzen die Menschen sekundäre Medien wie T-shirts, Posters und Buttons, um spezielle Identitäten zu konstruieren (vgl. Peterson 2005: 136). „People are not only consumers of commodified entextualizations, however; they are themselves creators of media entextualizations“ (Peterson 2005: 136).

Stuart Hall vertritt die Auffassung, dass Identitäten nicht einheitlich sind. Vielmehr sind sie konstruiert auf Basis unterschiedlicher, ineinandergreifender und antagonistischer Diskurse, Praktiken und Positionen. Sie befinden sich in einem stetigen Transformationsprozess (vgl. Hall 2008: 170). Identitäten sind innerhalb von Repräsentationen konstituiert und immer teilweise auf Basis von Phantasie oder innerhalb eines phantastischen Feldes konstruiert. Daher müssen sie immer „als an spezifischen historischen und institutionellen Orten, innerhalb spezifischer diskursiver Formationen und Praktiken wie auch durch spezifische Strategien hergestellt“ verstanden werden (Hall 2008: 171). Es handelt sich dabei also nicht um identische und natürlich konstituierte Einheiten, sondern vielmehr um die Kennzeichnung von Differenz und Ausschluss.

7.2.1. Die Aneignung einer Rolle durch das Kostüm

Viele Fans tragen zu ihrem Kostüm eine Maske oder bemalen ihre Gesichter (siehe Abb. 12a, 12b, 12c und 12d). Masken dienen nicht nur dazu, die Identität ihrer TrägerInnen zu verhüllen. „These performing objects are suffused with a life force capable of transforming those who play with and through them“ (Schechner 2006: 203). Diese schlüpfen mithilfe der Masken in Rollen, die sich von denjenigen des Alltags unterscheiden. Dies erleichtert es den AkteurInnen, sich in die neue Situation

hinein zu versetzen. Je besser die ursprüngliche Person durch die Maske verhüllt ist, desto leichter fällt es ihr, sich in die neue Rolle zu versetzen und mit dieser zu verschmelzen. Gleichmaßen verhält es sich mit einem aufwendigen Kostüm. Je mehr spezifische Charakteristika einem Kostüm anhaften, desto selbstverständlicher geht die Transformation damit einher.



Abbildung 12a, 12b, 12c und 12d: Unterschiedliche Arten von Masken



Es besteht eine große Vielfalt an Ausdrucksformen, die sowohl in ihrer verbalen Darstellungsform variieren, als auch in der physischen. Während manche Fans sich damit begnügen, ein Kostüm zu tragen, gehen andere völlig in der Rolle auf und behalten sie das ganze Wochenende über an. Das alltägliche Ich tritt dabei in den Hintergrund. Es ist in diesem Rahmen leider nicht möglich, das gesamte Kontinuum der performativen Darstellungen auf der Convention aufzuzeigen, daher möchte ich im Folgenden einen kurzen Überblick geben. Hierfür beziehe ich mich auf Kategorien des Performancetheoretikers Michael Kirby.

Dieser spricht von fünf verschiedenen Kategorien der Schauspielerei, die durch den jeweiligen Grad der Impersonation bestimmt sind. Demnach ist nicht jede Performance als Schauspiel zu betrachten. „If the performer does something to simulate, represent, impersonate, and so forth, he or she is acting“ (Kirby 1987 zitiert nach Schechner 2006: 175).



Abbildung 13a und 13b: Fans als „VulkanierInnen“

Die Annahme einer neuen Rolle fällt also wesentlich leichter, wenn man ein originalgetreues Kostüm trägt, mit möglichst vielen Charakteristika der zu verkörpernden Rolle oder auch dessen sozialer Position. Jemandem, dessen Körper vollständig verhüllt ist, fällt es sichtlich leichter, völlig von einer Rolle vereinnahmt zu werden, als jemandem, der beispielsweise nur eine Uniform trägt und daher noch primär als er/sie selbst in Erscheinung tritt. Dabei ist zu beobachten, dass Fans, die in Sternenflottenuniformen oder etwa als „Jediritter“ gekleidet sind, also vorwiegend menschliche Charaktere verkörpern, die meiste Zeit über als sie selbst auftreten und nicht die ganze Zeit über in die verkörperte Rolle vertieft sind. Nur in besonderen Situationen, wie etwa für Photographien, agieren sie als jene Serien-Charaktere, die sie verkörpern. Diese stellen sie dann jedoch sehr authentisch dar, wobei charakteristische Attribute und Eigenschaften dieser Figuren betont und

hervorgehoben werden: „VulkanierInnen“ nehmen einen ernsten Gesichtsausdruck an und formen die Hand zum vulkanischen Gruß (siehe Abb. 13a und 13b), „Jediritter“ werfen sich mit dem Lichtschwert in eindrucksvolle Posen (siehe Abb. 14a) und Personen in Sternenflottenuniformen agieren mit Phasern und anderen technischen Geräten der Serienwelt (siehe Abb. 14b). Es ist zu beobachten, dass, besonders für Photographien, Getränkeflaschen oder anderes, das nicht zum Kostüm gehört, weggestellt oder hinter dem Rücken versteckt wird. Die Transformation, die mit dem Tragen eines Kostüms einhergeht, scheint in diesen Fällen nicht vollständig einzutreten. Im Vergleich zu Kostümen, die eine Person vollständig verhüllen oder sogar der menschlichen Form entheben, agieren diese AkteurInnen primär als sie selbst. Das alltägliche Ich bleibt also primär bestehen. Dabei ist zu beobachten, dass viele Fans Kostüme wählen, die ihnen den Rang des Captains oder einer noch höhergestellten sozialen Position als dieser verleihen.

Verhalten wie dieses kann als „symbolized matrix performing“ bezeichnet werden. Dieses bezieht sich auf das Performen von Aktionen, die als einem Charakter zugehörig betrachtet werden können, auch wenn die AkteurInnen dabei als sie selbst auftreten (vgl. Schechner 2006: 174). Dabei werden charakteristische Verhaltensweisen der verkörperten Person übernommen.



Abbildung 14a und 14b: Fans in Pose als „Jediritter“ und als „Sternenflottenoffizier“

Anders verhält es sich, wenn Fans als nicht-menschliche Wesen, wie Außerirdische auftreten oder in Kostümen, die den gesamten Körper verhüllen. Die Identifikation mit diesen scheint dabei stärker und intensiver zu sein und eine ausgeprägtere emotionale Involviertheit zu beinhalten, als die zuvor geschilderte Kategorie von AkteurInnen. Bei der „symbolized matrix performance“ scheint die Rolle, die verkörpert wird, große Unterschiede zum eigentlichen Ich der Kostümierten aufzuweisen. „Acting becomes increasingly complex the more elements are used in constructing the characterization“ (Schechner 2006: 174-175). Die ursprüngliche Identität der Person tritt währenddessen in den Hintergrund. Sie agiert nicht mehr als sie selbst und wird von der Rolle, die sie verkörpert, vereinnahmt. Tatsächlich legen diese Fans viele Verhaltensweisen an den Tag, die mit der dargestellten Figur assoziiert werden und scheinen dabei unentwegt in der Rolle verankert zu sein. Dafür sind sie gerne bereit, viele Unannehmlichkeiten, sowie das Verharren in unbequemen Posen und Stellungen in Kauf zu nehmen. Manche Kostüme sind beispielsweise so konzipiert, dass ihre TrägerInnen dadurch den ganzen Tag über nicht auf die Toilette gehen können, da die unpraktischen Kostüme dies nicht zulassen, oder in ihrer Bewegungsfreiheit stark beeinträchtigt sind (siehe Abb. 15a und 15b). Nach eigenen Aussagen verzichten sie daher tagsüber während der Convention auf die Zufuhr von allzu viel Flüssigkeit.



Abbildung 15a und 15b: Kostüme die die Bewegungsfreiheit stark beeinträchtigen

Zu dieser Kategorie von Kostümen zählen, um ein konkretes Beispiel zu nennen, die „imperialen Truppen“ aus den „Star Wars“-Filmen. Auf der Convention waren einige Fans in diesen weißen Rüstungen zugegen. Diese trugen ihre Kostüme inklusive Helm den ganzen Tag, und nur selten konnte man sie ohne Helm beobachten. Interessant dabei ist die performative Darstellung der Figuren. Das ganze Wochenende über standen sie am Eingang positioniert, was anfangs den Eindruck erweckte, als handle es sich dabei um professionelles Wachpersonal. Nach einiger Zeit fand ich jedoch heraus, dass es sich dabei um gewöhnliche ConventionbesucherInnen handelte und dass diese es als Teil ihrer Rolle verstanden, am Eingang zur Convention Wache zu halten. Wie auch in den Filmen, sah man sie ununterbrochen mit gezückten Waffen patrouillieren. Tatsächlich sahen sich viele BesucherInnen, wenn sie an ihnen vorbeikamen, dazu bewogen, unaufgefordert ihre Tickets und Conventionpässe herzuzeigen und sich auszuweisen. Diese „imperialen Truppen“ traten fast immer in der Gruppe auf, dennoch war äußerst selten zu beobachten, dass sie sich miteinander unterhielten oder sich anderweitig ins Conventiongeschehen einbanden. Tatsächlich konnte man sie lediglich beim Wache stehen beobachten oder dabei, wie sie spielerisch andere BesucherInnen, die sich darauf einließen, verhafteten und abführten. Dies bildete einen zentralen Teil ihrer Performance (siehe Abb. 16a und 16b).



Abbildung 16a und 16b: "Imperiale Truppen"

Diese Art von Performance ist der Kategorie des „received acting“ zuzurechnen. Diese Performance zeichnet sich dadurch aus, dass sie nicht direkt darauf abzielt, einen bestimmten Charakter zu verkörpern, aber trotzdem als Teil einer Szene verstanden werden kann (vgl. Schechner 2006: 176). Dabei kommt den „Extras“ eine besondere Bedeutung zu. Im Falle der „imperialen Truppen“ bezieht sich dies auf das vollständige Kostüm. Eine spezielle Darstellung ist dabei nicht vonnöten. Die Kostüme verhüllen die Person zur Gänze, sodass es nicht einmal zu erkennen ist, ob es sich dabei um einen Mann oder eine Frau handelt. Diese Form der Performance benötigt keine besondere schauspielerische Darbietung, da alleine aufgrund des Kostüms eine originalgetreue Performance gewährleistet ist und die Voraussetzungen dafür erfüllt sind. Dennoch ist die persönliche Identifikation mit diesen Figuren augenscheinlich.

„Extras, who do nothing but walk and stand in costume, are seen as ‚actors‘. Anyone merely walking across a stage containing a realistic setting might come to represent a person in that place - and, perhaps time – without doing anything we could distinguish as acting” (Schechner 2006: 175).



Abbildung 17: "Alien" mit Alienjägern

Die Darstellung der „Aliens“ aus den gleichnamigen Filmen kann hier einer weiteren Kategorie zugeordnet werden. Die AkteurInnen trugen hierfür aufwendige Ganzkörperanzüge aus Latex. Darin bewegten sie sich permanent mit langsamen fremdartig anmutenden Bewegungen fort, die die Figuren sehr realistisch und bedrohlich erscheinen ließen. Im Vergleich zu den oben genannten „imperialen Truppen“ legten diese wesentlich mehr Ausdruck in die Darstellung. Da diese Kostüme äußerst aufwendig und umständlich waren, waren die „Aliens“ laufend von „Alienjägern“ umgeben, die nicht nur Teil der Performance waren, sondern deren Funktion auch darin bestand, den Personen in den Alienkostümen hilfreich zur Hand zu gehen, da diese sich darin nicht so frei bewegen konnten (siehe Abb. 17). So musste zum Beispiel, um zu trinken, ein ca. ein Meter langer Strohhalm unter die aufwendige Maske geführt werden, was nur mithilfe von AssistentInnen zu bewerkstelligen war (siehe Abb. 18). Diese Truppe von „Aliens“ und dazugehörigen Jägern marschierte in regelmäßigen Abständen das Conventiongelände auf und ab und posierte unentwegt für interessierte ZuschauerInnen und PhotographInnen.

Die Darstellung und Performance der vermeintlichen „Aliens“ kann, nach Kirby, der Kategorie des „simple acting“ zugeordnet werden, das sich sowohl durch Simulation, als auch durch Impersonation auszeichnet. „The performer generates a character with feelings. Some emotional work is required“ (Schechner 2006: 174).



Abbildung 18: Fan in aufwendigem Kostüm erhält Unterstützung beim Trinken

Eine letzte Kategorie, die ich hier erwähnen möchte, ist die Kategorie des „complex acting“. Diese bezieht sich darauf, dass die AkteurInnen ihre gesamten physischen, mentalen und emotionalen Fähigkeiten in die Darstellung eines Charakters einfließen lassen (vgl. Schechner 2006:174-176). Als Beispiel hierfür möchte ich einen besonderen Beitrag des Kostümwettbewerbs beschreiben. Es handelt sich dabei um die Darstellung der „Diva“ aus dem Film „Das fünfte Element“ (siehe Abb. 19). Die Performance war nicht nur optisch durch das Kostüm gewährleistet, das sehr aufwendig konzipiert war und der Darstellerin nicht viel Bewegungsfreiheit bot. Dies implizierte die Darbietung einer Opernarie, die von der Akteurin live vorgetragen wurde und von entsprechenden Tanzeinlagen begleitet war. Diese Performance unterschied sich von den anderen genannten Beispielen dadurch, dass sie auf einer Bühne vollzogen wurde und daher einer intensiveren Vorbereitung bedurfte und einem im Vorhinein festgelegten Ablauf folgte. Dennoch möchte ich diese Darbietung als Beispiel anführen, um das breite Spektrum an Performances aufzuzeigen, das im Rahmen einer Convention zu beobachten ist.



Abbildung 19: Die "Diva" vor ihrem Auftritt

Es verhält sich also so, dass viele Kostüme die Bewegungsfreiheit der AkteurInnen stark beeinträchtigen, sich jedoch positiv auf die Authentizität der Performance auswirken. Anhand der Kostüme können dem Publikum bedeutende Charakteristika der Figur vermittelt werden. Die Darstellung bestimmter Eigenschaften und Sequenzen erfolgt dann automatisch. Dabei scheinen viele AkteurInnen mit dem Charakter zu verschmelzen und emotional in der Rolle aufzugehen oder sogar sprichwörtlich von dieser vereinnahmt zu werden. Manche Fans agieren dabei lediglich auf das Kostüm, das sie tragen, andere versetzen sich sichtlich emotional in die dargebotene Rolle und bieten eine Performance, die andauernden schauspielerischen Einsatz erfordert. Die Bandbreite der auf einer Convention dargebotenen Vorführungen aus dem Publikum ist groß und setzt ein gewisses Zusammenspiel der Einzelnen mit den anderen ConventioneilnehmerInnen unbedingt voraus. Hier herrscht ein Wechselspiel zwischen PerformerInnen und ZuseherInnen bzw. denjenigen, die an der Performance der jeweils anderen teilnehmen.

Jeder performative Akt hat eine ausdrucksvolle Dimension, die etwas über die AkteurInnen, sowie über die Situation, die dargestellt wird, aussagt. Diese Aussage wird von anderen TeilnehmerInnen gelesen. Das Streben nach ausdrucksvoller Kontrolle während einer Performance betrachtet Schieffelin als Teil des Aktes der Teilnahme an der Situation und als Beitrag zu seiner Bestimmung bzw. Festsetzung, seinem Prozess und seinem Resultat. Demnach sehen die ZuseherInnen genau das, was die AkteurInnen zeigen möchten. Für die DarstellerInnen und deren ZuseherInnen ist es wichtig, dass die Performance richtig durchgeführt wird und in diesem Sinne die Kommunikation zwischen beiden auch funktioniert (vgl. Schieffelin 1998: 197-198).

„Everything (in ritual no less than theatre), from the observance of the correct procedures to the resonance of the symbolism, the heightening of emotion, the sense of transformation, all depend on whether the performers and other participants can 'bring it off' “ (Schieffelin 1998: 198).

7.2.2. Symbolische Übernahme sozialer Strukturen der Serienwelt

Wie ich in diesem Kapitel bereits kurz erwähnt habe, wählen viele Fans Kostüme, die ihren TrägerInnen im Kontext der Serienwelt eine sozial hochgestellte Position

verleihen. Ich bin daher den Fragen nachgegangen, ob diese sozialen Strukturen der Serienwelt von den AkteurInnen übernommen werden und wie sich dies in der Gemeinschaft auswirkt, bzw. in welchem Rahmen diese Strukturen übernommen werden und welchen Nutzen die Beteiligten daraus ziehen.

Wenger beschreibt Gruppen, die sich „in ihrer symbolischen Ordnung an der in der Serienwelt geltenden Organisationsstruktur orientieren“ (Wenger 2006: 171). Dies beschränkt sich jedoch primär auf Fanclubs und überregionale Fangruppen und erleichtert die Orientierung in diesen. Obwohl man auch auf einer Convention vereinzelt Personen begegnet, die die Bedeutung dieser, mit der Uniform verbundenen Rollen und Aufgaben betonen, kann diese Internalisierung nicht verallgemeinert und auf die gesamte Fangemeinschaft übertragen werden. Die aus der Serie übernommene Rangordnung symbolisiert dabei den Grad des aktiven Engagements einzelner Mitglieder und kann innerhalb dieser spezifischen Gruppen auch rollenspielerischen Charakter annehmen, setzt diesen aber nicht voraus (vgl. Wenger 2006: 171-172).

„Der Umweg über solche Symbole erleichtert es, Vorstellungen des sozialen Zusammenlebens zu thematisieren, indem eine Sozialstruktur aufgebaut wird, die einen stabilen Orientierungsrahmen für die soziale Interaktion der Mitglieder bietet und die soziale Anerkennung individueller Beiträge regelt“ (Wenger 2006: 172).

Diese strikte Orientierung an den Strukturen der Serienwelt und das damit verbundene Beharren auf spezifischen Details, wie der Auswahl der „richtigen Uniform“, ist in diesem Kontext zu verstehen „als Wiederherstellung auf Dauer stabiler und verlässlicher Lebensbedingungen [, die] in der modernen Welt sonst immer weniger gefunden werden“ (Wenger 2006: 172).

Auf der Convention konnte ich dies am Beispiel des Regensburger „Star Trek“-Fanclubs „U.S.S. Danubia“ beobachten. Der Name dieser Gruppe repräsentiert ein „Sternenflottenschiff“, das nach dem Gründungsdatum des Fanclubs die Seriennummer NX-190200 trägt. Die Mitglieder des Clubs stellen eigens kreierte Charaktere dar, mit einer eigens kreierte persönlichen Geschichte und tragen selbst gemachte Uniformen mit dem Clublogo. Diesbezüglich haben sie gewisse Positionen innerhalb des Fanclubs inne, die mit deren Aufgabe und der Dauer der Mitgliedschaft

in diesem Verein verbunden sind. So hat beispielsweise der Leiter des Clubs die Position des Captains inne, während neuere Mitglieder meist als Fähnrich einsteigen. Innerhalb des Clubs existieren auch eigens kreierte Geschichten über dieses Schiff im „Star Trek“-Universum, in denen die Mitglieder in Gestalt der Charaktere und Positionen, die sie im Fanclub verkörpern, mitwirken. Sie übernehmen dafür nicht bereits existierende Charaktere, sondern erstellen eigene individuelle Figuren und bedienen sich lediglich der in der Serienwelt existenten Strukturen, um die Aufgaben innerhalb des Fanclubs zu regulieren (vgl. <http://www.uss-danubia.de>, 29.04.11).

Die Internalisierung der sozialen Strukturen der Serienwelt kann also nicht als eskapistisches Verwischen der Grenzen zwischen Wirklichkeit und Fiktion gesehen werden, sondern hat eine funktionelle Bedeutung für die jeweilige Gemeinschaft (vgl. Wenger 2006: 172).

Offensichtliche Übernahmen der Strukturen der Serienwelt können jedoch nur in speziell organisierten Clubs und Vereinen übernommen worden, in denen sie als eigenes Organisationsprinzip bewusst appliziert werden. Auf einer großen Fanconvention wird die Internalisierung dieser Strukturen jedoch nicht automatisch übernommen, da dies auf dem Konsens der Beteiligten basieren müsste und dieser auf derartigen Großveranstaltungen nicht existiert. Unter den TeilnehmerInnen der Convention war zu beobachten, dass eine Betonung und Hervorhebung dieser Strukturen und Symboliken zwar teilweise gegeben ist, jedoch vielmehr spielerischen Charakter aufweist und die Funktion erfüllt, Barrieren zu beseitigen um auf diese Weise mit völlig fremden Personen in Kontakt zu treten.

7.2.3. „Performative consumption“

Matt Hills geht davon aus dass der kostümierte Körper der Fans anhand von Theorien zu „performativity“ und Konsum erklärt werden kann. Hierfür entwickelte er das Konzept der „performative consumption“. Dabei bezieht er sich auf ein von Virginia Nightingale erstelltes Konzept, das versucht, die religiösen Diskurse rund um Fangemeinschaften durch Begriffe der „performativity“ zu ersetzen. Hills unterscheidet weiter zwischen Performance und dem Performativen. Während Performance ein vorsätzliches und freiwilliges Subjekt voraussetzt, betrachtet Hills das Performative immer als eine Form des Zitierens, das heißt eine Form der Wiederholung und Nachahmung (vgl. Hills 2002: 158). Basierend auf der Arbeit von Nightingale bezieht er sich auf zwei von ihr aufgestellte performative Kategorien:

Improvisation und Verkörperung. Verkörperung erzeugt demnach die Erfahrung der Improvisation, eine Rekreation des Stars als Geschichte des Kapitalismus, oftmals als Geschichte eines Widerspruchs im Kapitalismus. Während die persönliche Geschichte des Stars wiedererschaffen und durch die DarstellerInnen erklärt wird, wird eine andere Performance bzw. eine Erzählung weitergeführt, nämlich die des Lebens der DarstellerInnen als Stars (vgl. Nightingale zitiert nach Hills 2002: 160).

Betrachtet man den Kultkörper als festgeschrieben durch einen Prozess des Gedenkens und des Darstellens, deutet dies darauf hin, dass dieser Körper nicht zusammengebrochen und wiederhergestellt ist. „The ‚wholeness‘ of the body is celebrated via the ‚wholeness‘ of an impersonation which at times may threaten a complete loss of self-identity in the face of the powerful other” (Hills 2002: 161).

Kultfilme starten als fiktionale Texte, doch sie entwickeln sich vom reinen Spektakel zur Performance und werden dabei in Zeremonien umgewandelt (vgl. Dayan und Katz 1996: 118 zitiert nach Hills 2002: 167). Der Körper, in den dabei investiert wird, repräsentiert sowohl eine Form von Kapital als auch einen Fetisch. „Performative consumption“ weist also darauf hin, dass der „Kultkörper“ nicht gefangen ist in einem allumfassenden diskursiven oder kapitalistischen System. Er ist weder das Produkt eines freiwilligen Subjekts, noch ist er das Produkt eines Subjekts, das in einem totalen KonsumentInnencode gefangen ist (vgl. Hills 2002: 168).

Die kostümierte Person imitiert in ihrer Darstellung also nicht nur die Kultfigur, sondern sie verkörpert die Prozesse von „stardom“ und Textualität und präsentiert selbstreflexiv den Körper als Ware. Diese komplexe Form der Zurschaustellung dramatisiert und spektakularisiert nicht nur die Beziehung der Fans zum Text, sondern auch die Selbstabwesenheit der Fans, indem sie Momente des freiwilligen Subjekts und der nichtfreiwilligen Anhängerschaft des Textes verschwimmen lässt. „Performative consumption enacts the dialectic at the heart of the fan cult(ure). It is simultaneously a matter of communal and cultural ‘exchange-value’ and a matter of intensely private or cultic ‘use-value’ “ (Hills 2002: 170).

7.2.4. KlingonInnen

Im vorherigen Kapitel habe ich bereits kurz darauf Bezug genommen, auf welche Art und Weise die fiktive Sprache Klingonisch als spezieller Faktor von kulturellem Kapital verstanden werden kann, welches zur Anerkennung durch andere, zur

Eingliederung in eine spezifische Gruppe und in diesem Zusammenhang zur Stärkung der Gruppendynamik in dieser dient. An dieser Stelle möchte ich erneut auf die Aneignung der klingonischen Identität eingehen, und insbesondere darauf, was die AkteurInnen darunter verstehen sowie auf das Verhalten, das diese damit assoziieren. Ich habe bereits aufgezeigt, dass das zumindest teilweise Beherrschen der Sprache ein zentrales Element der diesbezüglichen Identitätskonstruktion ist. Doch um glaubhaft als KlingonIn zu agieren gehört mehr dazu, als nur das Aneignen der Sprache und das authentische Styling (siehe Abb. 20). Ich möchte mich auch hier auf jenen KlingonInnenfanclub beziehen, der mir schon zuvor als Beispiel diente.



Abbildung 20: Fan als Klingone

Wie bereits geschildert, trat dieser Fanclub in erster Linie geschlossen als Gruppe auf. Nur selten konnte man einen von ihnen unabhängig von dieser Gruppe beobachten. Die Mitglieder dieses Fanclubs befanden sich zwar auch als BesucherInnen auf der Convention, jedoch hatten sie dort einen eigenen Stand, der den Fanclub repräsentierte (siehe Abb. 21). Dort konnten sie sich eine Art eigenes Refugium schaffen, in dem sie sich die meiste Zeit über aufhielten und ihre klingonischen Waffen zur Besichtigung ausstellten.



Abbildung 21: Banner kennzeichnen den KlingonInnenstand

Betrachtete man diese Gruppe genau, so fiel auf, dass sie ihr Verhalten stark aufeinander abgestimmt hatten. Um als KlingonInnen glaubhaft zu agieren, waren sie sehr bemüht, ungehobeltes Verhalten an den Tag zu legen und sich unentwegt sehr laut zu äußern, um sich in der Menge bemerkbar zu machen. Von einigen, die dazu in der Lage waren, konnte man in regelmäßigen Abständen klingonische Schlachtrufe und Phrasen vernehmen, die laut der Menge mitgeteilt wurden. Doch die meisten unter ihnen machten hauptsächlich durch wiederholtes lautes Eruktieren auf sich aufmerksam. Dabei handelt es sich um eine sehr eigenmächtige Interpretation, da dies in der Regel nicht dem typischen klingonischen Verhalten entspricht, wie man es aus der Serie kennt. Jedoch schien mir das in diesem Fall vielmehr eine Art von Ausgleich darzustellen, einerseits für fehlende Sprachkenntnisse (siehe Kapitel 6.2.), andererseits für fehlende Angebote, sich als KlingonInnen anderweitig zu manifestieren.

Die Aneignung der klingonischen Identität erlaubt es den AkteurInnen, Verhaltensweisen an den Tag zu legen, die im täglichen Leben nicht akzeptiert oder geduldet werden, die man jedoch von KlingonInnen gewissermaßen erwartet, da sie deren Identität entsprechen. Die Fans erhalten somit also die Möglichkeit, sich diesbezüglich richtig auszutoben, ohne darauf achten zu müssen, wie dieses Verhalten bei anderen ankommt. Durch die Aneignung anderer Rollen und Identitäten erhalten Fans die Möglichkeit, mit den Konventionen, die ihnen im Alltag auferlegt werden, zu brechen und stattdessen ein Verhalten an den Tag zu legen, das unter anderen Umständen nicht geduldet werden würde. Im Umfeld der

Convention jedoch steht dieses Verhalten in einem anderen, separaten Kontext. Das Verhalten der KlingonInnen wird von anderen zwar zur Kenntnis genommen und nicht immer positiv beurteilt, jedoch entspricht es genau dem, was von KlingonInnen erwartet wird. Obwohl diese Personen während der gesamten Convention anderen TeilnehmerInnen gegenüber dieses aggressive und rüpelhafte Betragen an den Tag legten, war deutlich zu erkennen, dass es sich dabei um spielerische Aspekte der Performance handelte.

Die Fans sind bemüht, die charakteristischen Eigenschaften und Charakterzüge, die mit den angenommenen Rollen verbunden sind, wiederzugeben. Dies basiert auch auf einer bestimmten Erwartungshaltung der anderen TeilnehmerInnen in Bezug auf das Verhalten von KlingonInnen. Daraus resultiert ein Wechselspiel zwischen den Erwartungen der anderen BesucherInnen, die von einer subjektiven Sichtweise geprägt sind, und den KlingonInnen, die bemüht sind, diesen Vorstellungen gerecht zu werden.

Obwohl sich die hier stattfindende Rezeption an den Vorbildern im Fernsehen orientiert, entwickelt sich innerhalb der Gruppe eine gewisse Eigendynamik und es entsteht ein Wechselspiel zwischen der Rezeption des bekannten klingonischen Verhaltens und eigenmächtigen Verhaltensmustern, die sich aus dem Bruch mit den Konventionen des Alltags ergeben. Dieser Ausbruch aus dem Alltag und, damit verbunden, vom alltäglichen Ich wird intensiv auskostet und zelebriert. Kostümierung bietet den Fans unter anderem also die Möglichkeit, mit den Rollen, die ihnen im Alltag auferlegt werden, symbolisch zu brechen, in andere Rollen zu schlüpfen und sich diese spielerisch anzueignen, sowie ein Verhalten zu zeigen, das im Alltag nicht akzeptiert und geduldet wird. Bei den KlingonInnen in meinem Beispiel konnte ich beobachten, dass sie weder vollständig von den Charakteren, den sie verkörpern mochten, vereinnahmt wurden, noch ihr alltägliches Ich beibehielten. Vielmehr wird die klingonische Identität dazu genutzt, das eigene Ich den alltäglichen Konventionen zu entheben und in diesem Zusammenhang eigene Verhaltensmuster zu entwickeln, die an ein mit KlingonInnen assoziiertes Verhalten angelehnt sind.

Matt Hills interpretiert die intensive und gelebte Bindung der Fans an den Text, die Kostümierung und Verkörperung beinhaltet, als Lockerung der Standards, die für gewöhnlich besonders mit weiblichen Identitäten verbunden sind. Als Beispiel hierfür nennt er die Aneignung der klingonischen Identität durch weibliche Fans. Anhand

dieser wird ihnen ermöglicht, sich gewisse Verhaltensweisen anzueignen und, damit verbunden, auch besonders freizügige Kleidung zu tragen. Was außerhalb der Fangemeinde negative Reaktionen provozieren würde, wird in diesem Kontext mit Bezug auf den klingonischen „lifestyle“ begründet (vgl. Hills 2002: 163). Durch die Aneignung dieser Rollen wird es Frauen ermöglicht, die gewohnten typisch weiblichen Verhaltensweisen abzulegen und somit ein dominant männliches Verhalten anzunehmen (vgl. Wenger 2006: 213). Diese können sie dann im Umfeld der Convention ausleben, ohne dabei auf Inakzeptanz zu stoßen.

„Frauen können über das Ausprobieren eines bis ins Stereotyp gesteigerten aggressiv-männlichen Verhaltens ihr ‚weibliches Schema‘ aufbrechen. Innerhalb der Grenzen der Rolle bedeutet dieses Verhalten ein symbolisches Regelbrechen mit der untergeordneten Stellung der Frau“ (Wenger 2006: 213).

In diesem Zusammenhang lässt sich beobachten, dass gerade weibliche Mitglieder des KlingonInnenfanclubs tatsächlich verstärkt diese dominant männliche Rolle annehmen und daher besonders vehement auftreten. Sie fallen dadurch am Stärksten auf und rücken verstärkt ins Zentrum des Geschehens, während die männlichen Teilnehmer eher in den Hintergrund gedrängt werden und im Vergleich eine passive Rolle einnehmen.

7.2.5. Das Karnevaleske

John Fiske bezieht sich in seinem Werk „Understanding Popular Culture“ auf Bakhtins Studie über Rabelais, in der dieser eine Theorie des Karnevals entwickelte, um die Differenzen zwischen dem Leben, das die disziplinierte soziale Ordnung vorgibt und den unterdrückten Freuden der Untergeordneten zu begründen. Der Karneval ist darin gekennzeichnet durch Freude, Exzess, schlechten Geschmack und Beleidigung und Erniedrigung. Demnach konstruiert der Karneval eine zweite Welt und ein zweites Leben außerhalb des Offiziellen. Es handelt sich dabei um eine Welt ohne Rang und ohne Hierarchien (vgl. Fiske 2007: 81-82). Die plötzliche Befreiung des Körpers von dessen sozialer Definition und Kontrolle und von der Tyrannei des Subjektes, das ihm für gewöhnlich innewohnt, wird als ein Moment der karnevalesken Freiheit verstanden. Karneval basiert auf Körpern, jedoch nicht auf dem Körper von Individuen, sondern auf dem „Körperprinzip“, der Materialität des Lebens, das der Individualität, Spiritualität, Ideologie und der Gesellschaft unterliegt

und ihr vorausgeht. Er kann betrachtet werden als Repräsentation des Sozialen auf dem Level der Materialität, auf dem alle gleich sind, was den hierarchischen Rang und damit verbundene Privilegien ausschließt, die normalerweise manchen Klassen die Macht über andere gewährt (vgl. Fiske 2007: 83).

Das Spektakuläre des Karnevals ist die Übertreibung des Vergnügens am Zuschauen. Das Sichtbare wird übertrieben, die oberflächliche Erscheinung wird in den Vordergrund gerückt.

„When the object is pure spectacle, it works only on the physical senses, the body of the spectator, not in the construction of a subject. Spectacle liberates from subjectivity. Its emphasis on excessive materiality foregrounds the body, not as a signifier of something else, but in its presence” (Fiske 2007: 84).

„The body is where the power-bearing definitions of social and sexual normalities are, literally, embodied, and is consequently the site of discipline and punishment for deviation from those norms” (Fiske 2007: 90). Durch besondere Werkzeuge werden die Bedeutungen symbolisiert, durch die das Gesetz auf den Körper geschrieben ist. Der Körper selbst ist dabei bedeutungslos, bis das Gesetz, als Agent der sozialen Disziplin, einen Text darauf schreibt und ihn somit in die soziale Ordnung einfügt (vgl. Fiske 2007: 91). Trotz dieses disziplinierten Gebrauchs des Körpers, das Gesetz zu verkörpern und zu vertextlichen, bleibt er ein unsicherer Ort für soziale Kontrolle. Fiske bezieht sich hier auf einen Begriff von Roland Barthes, „jouissance“ (1975). Dieser bezeichnet den Moment des Vergnügens, wenn der Körper aus der sozialen und kulturellen Kontrolle ausbricht (vgl. Fiske 2007: 94).

Das Karnevaleske agiert als tiefes Muster eines angenehmen Ideals der Menschen, das sowohl utopisch, als auch kontrahegemoniell ist. Es ist entmystifizierend, da es sowohl die Willkürlichkeit, als auch die Fragilität der sozialen Ordnung preisgibt. Karneval enthält demnach immer Elemente der Spaltung und das Potential für Progressivität und Befreiung (vgl. Fiske 2007: 101).

7.3. Communitas und Anti-Struktur

7.3.1. Die Convention als Übergangsritus

Ich möchte mich im Folgenden der Convention in ihrer Funktion als Übergangsritus widmen. Übergangsriten symbolisieren den Übergang von einer Lebensphase in eine

andere und durchlaufen dabei drei Phasen, die Trennungsphase, das symbolische Loslösen von einem früheren fixierten Punkt der Sozialstruktur, die Schwellenphase oder Liminalität, in der ein Bereich durchschritten wird, der von den Merkmalen des früheren Zustands befreit ist, und die Angliederungsphase, in der dieser Übergang bereits vollzogen ist und das Subjekt wieder in einen stabilen Zustand eingegliedert wird (vgl. Turner 2005: 94). Die Phase der Liminalität kennzeichnet den Zustand, in dem das Individuum oder die Gruppe losgelöst ist von den Konventionen, Traditionen und Gesetzen und sich diesbezüglich gewissermaßen in einem Zwischenzustand befindet, indem jene Eigenschaften abgelegt werden, die den Zeitpunkt vor und nach diesem Zustand kennzeichnen.

Dieser Ritus ist in vielen Gesellschaften mit einer Vielzahl an Symbolen verbunden, die die Mehrdeutigkeit und Ungewissheit dieses Zustands betonen sollen. Dabei entsteht unter den AkteurInnen oftmals Kameradschaft und Egalitarismus, da es zur Auflösung von Status und Rangunterschieden kommt und sich dadurch Gleichheit unter den TeilnehmerInnen einstellt. Turner bezieht sich hier auf den Begriff der „Communitas“, den er mit Gemeinschaft gleichsetzt. Durch diese Übergangsriten von der Struktur befreit, erfahren die Menschen „Communitas“. Diese Schwellenwesen oder Neophyten, wie sie genannt werden, entwickeln untereinander Egalitarismus und intensive Kameradschaft, weltliche Status- und Rangunterschiede verschwinden. Dies ist oft mit einer gewissen Schwellensymbolik verbunden (vgl. Turner 2005: 95). Turner unterscheidet weiters eine unmittelbare Erfahrung dieses Gefühls (existenzielle oder spontane Communitas), eine geschaffene Struktur, die versucht, einerseits dieses unmittelbare Gefühl zu reproduzieren und andererseits in ein dauerhaftes soziales System einzubinden (normative Communitas), sowie Vorstellungen einer idealen Gesellschaft, die auf diesen Gefühlen der Gleichheit und Verbundenheit basieren (ideologische Communitas) (Turner 2005: 94-158).

Fanconventions sind nicht auf einen unmittelbaren Nutzen ausgerichtet und heben sich von den alltäglichen gesellschaftlichen Zwängen ab. Die Institutionalisierung der Convention entspricht einer normativen Communitas, welche die Rahmenbedingungen für die Erfahrung existenzieller Communitas (einem unmittelbaren Gefühl von Verbundenheit und Gleichheit unter den Beteiligten) schaffen soll, aber auch eine soziale Kontrolle außerhalb der Reichweite der alltäglichen Strukturen darstellt.

Um an einer Convention teilzunehmen, legen die beteiligten Personen frühere Muster der ihnen bekannten Sozialstruktur ab und gliedern sich dafür in die „weekend only world“ (Jenkins 1992: 277) der Fanconvention ein, in der vorher existierende Werte und Hierarchien keine Wertigkeiten mehr haben. Dieser Übergang ist meist markiert durch das Tragen spezieller Kleidung, die in diesem Beispiel das Kostüm darstellt. Durch das Anlegen eines Kostüms wird das Loslösen der Person von ihrer vorherigen Identität und Position symbolisiert.

Obwohl die einzelnen Kostüme sich voneinander unterscheiden, wird Gleichheit unter den AkteurInnen geschaffen. Es ist zu beobachten, dass auf der Convention tatsächlich Status- und Rangunterschiede, die ansonsten den Alltag bestimmen, aufgehoben werden. Was bleibt, sind Fans, die sich auf derselben Ebene begegnen und auf gemeinschaftlicher Basis vereint sind. Dadurch kommt es oftmals zur Entstehung von Freundschaften und sozialen Beziehungen, die innerhalb der gewohnten sozialen Strukturen niemals oder nur schwer zustande gekommen wären. Innerhalb dieser liminalen Phase stellt sich für die Neophyten auch eine gewisse Selbstwertschätzung ein, die sich aus der gemeinschaftlichen Erfahrung ergibt und darin resultiert, sich als Mitglied dieser Gemeinschaft erfahren zu können.

Die Angliederungsphase erfolgt dann, wenn das Individuum wieder in die Gesellschaft mit den ihm bekannten sozialen Strukturen eingegliedert wird. Jedoch befindet es sich nicht in demselben Zustand wie davor, da ihm innerhalb des Rituals eine entscheidende Veränderung widerfahren ist. Die Person erlebt sich nun als Mitglied dieser Gemeinschaft und nimmt Erfahrungen und vor allem Freundschaften mit, die davor noch nicht Teil ihrer Welt waren. Die Convention markiert in diesem Sinne ein Ritual von zentraler Bedeutung in der Fangemeinde. Die negative Stereotypisierung der Fans hat zum Resultat, dass sie sich mit einer AußenseiterInnenrolle konfrontiert sehen, die mit dem Bild von sozialen EinzelgängerInnen verbunden wird. Das Ritual der Convention jedoch liefert allen Beteiligten ein Gefühl des Eingebundenseins in eine größere Gemeinschaft, durch die sie sich als Teil dieser maßgeblichen Gemeinschaft erfahren können.

7.3.2. Spontane Communitas beim Weltrekordversuch

Obwohl die Convention als wichtiges Übergangsritual betrachtet werden kann, gibt es darin einzelne Fanaktivitäten, die dessen Funktionen ebenso erfüllen und als

solches gesehen werden können. Ich möchte diese hier unter dem Aspekt der spontanen Communitas betrachten und hierfür ein spezifisches Beispiel auswählen.

Es wird grundsätzlich unterschieden zwischen liminalen Ritualen, in denen die Transformation permanent ist, und liminoiden Ritualen, in welchen eine temporäre Veränderung vollzogen wird, eine Transportation. Diese Transportationen sind nicht an rituelle Situationen gebunden, sondern werden durch ästhetische Performances vollzogen (vgl. Schechner 2006: 72). Der Begriff liminoid dient dazu, symbolische Aktionen und Freizeitaktivitäten in modernen und postmodernen Gesellschaften zu beschreiben, die eine Funktion erfüllen, die den Ritualen in traditionellen Gesellschaften ähnlich sind. Liminoide Aktivitäten sind freiwillig, während liminale Aktivitäten gesellschaftliche Verpflichtungen implizieren (vgl. Schechner 2006: 67).

„Spontaneous communitas happens when a congregation or group catches fire in the spirit. It can also be secular, as when a sports team is playing so well that each player feels inside the others' heads” (Schechner 2006: 70). Spontane Communitas beginnt meist mit einem rituellen Prozess. Status und Rang werden dabei aufgehoben und es stellt sich ein gewisses Gefühl von Zusammengehörigkeit ein, bei dem oftmals fremde Personen einander verbunden fühlen. Dies wird oft dadurch unterstützt, dass alle dieselbe oder zumindest ähnliche Kleidung tragen und kann in unterschiedlichen Situationen auch plötzlich entstehen (vgl. Schechner 2006: 71).

„Spontane Communitas kann niemals adäquat in einer Strukturform zum Ausdruck gebracht werden, sie kann jedoch jederzeit unvorhergesehen zwischen Menschen entstehen, die institutionell als Mitglieder sozialer Gruppierungen betrachtet bzw. definiert werden oder auch nicht“ (Turner 2005: 133).

Im Zuge meiner teilnehmenden Beobachtung konnte ich dies bei einer außergewöhnlichen Fanaktion erleben. Es wurde versucht, einen, zu Beginn des Jahres in London erreichten, Weltrekord zu brechen, bei dem es um das Photo mit den meisten verkleideten „Star Trek“-Fans ging. Der Rekord von 109 Personen sollte gebrochen werden. Bereits vor der Aktion wurde verkündet, dass noch am selben Tag auf einer Convention in den USA derselbe Versuch unternommen werden würde. Dabei war zu beobachten, dass eine gewisse Verbundenheit unter den Beteiligten entstand, aus der heraus sich diese als Gruppe erfahren konnten.

Während auf der Convention ohnehin Menschen mit gleichen Interessen aufeinander treffen, wurden hierfür ausschließlich Fans auserkoren, die gänzlich in Kostüme aus der „Star Trek“-Serienwelt gekleidet waren. Aus dieser Situation heraus und aufgrund des Ziels, den Weltrekord zu brechen, entstand ein Gefühl der Zusammengehörigkeit und des Enthusiasmus gemäß des Zitates: „Those in the ritual are all treated equally, reinforcing a sense of ‚we are all in this together‘ “ (Schechner 2006: 71).



Abbildung 22: Das Weltrekordphoto

Dieses Gefühl wurde nicht nur durch die thematisch aufeinander abgestimmte Kleidung gesteigert, sondern auch durch die Darstellung auf dem Photo, auf dem alle die rechte Hand zum vulkanischen Gruß erhoben. Die Zahl der verkleideten Fans auf dem Photo betrug schlussendlich 507 (siehe Abb. 22). Dieses Gefühl der Verbundenheit erreichte jedoch dann ihren Höhepunkt, als verkündet wurde, dass die konkurrierende Convention in den USA diese Zahl nicht erreichen konnte und somit der Weltrekordversuch gelungen war.

7.4. Widerstand und semiotische Macht

Die Kostüme der Fans liefern, wie bereits ausgeführt, einen immensen Beitrag zur negativen Stereotypisierung. Durch die Medien werden Bilder von verkleideten Fans nach außen transportiert und der Öffentlichkeit als „das Typische der Fankultur“ vermittelt. Der Fokus wird dabei auf die visuelle Darstellung spezifischer Rollen gelegt. Ein zentrales stereotypes Bild, das dadurch entsteht, ist das der

realitätsfremden, infantilen, Fans die sich in eine Phantasiewelt zurückziehen und somit der Realität des Alltags entfliehen. Demnach wird eine Person in einem bestimmten Kostüm nicht nur als Fan klassifiziert, sondern sie wird auch mit kindlichem Verhalten und Flucht assoziiert.

Goethals geht davon aus, dass Fernsehrituale dazu beitragen, ein Bedürfnis nach Ordnung und nach dem sichtbaren Ausdruck unsichtbarer Werte zu befriedigen.

„[...] in einer Kultur die derart rationalisiert und computerisiert ist wie die unsrige, bietet das Fernsehen Individuen, die vielleicht über keine andere Möglichkeit des kreativen Spielens oder des Erlebnisses des Geheimnishaften verfügen, Illusionen und Fantasien. Zudem ist das Fernsehen zu einem gewaltigen Medium für die Konstruktion von Symbolen der Macht geworden“ (Goethals 2008: 310).

Goethals spricht davon, dass die Nachrichtenmedien ritualisierte Berichte über die „Wirklichkeit“ präsentieren, wobei es sich jedoch um konstruierte Erzählungen handelt, deren Erfolg daran bemessen werden kann, dass die meisten diese nicht als symbolische Konstruktionen erfahren, sondern als glaubwürdige Darstellungen der Realität (vgl. Goethals 2008: 315).

In der Tat verhält es sich so, dass Fans anhand ihrer eigenen Praktiken und Rituale eine alternative Gemeinschaft konstruieren. Die kulturellen Aktivitäten, die innerhalb dieser spezifischen Gemeinschaft grundlegend und zentral sind, beinhalten Aspekte, die Aussenstehenden im täglichen Leben ungewöhnlich erscheinen und somit von diesen als negativ bewertet werden. Die gemeinschaftliche Praxis, die besonders bei Veranstaltungen wie einer Convention zum Tragen kommt, hat fiktive Aspekte, die durch Kostümierung und Rollenspiel zum Ausdruck gebracht werden. Diese Praktiken haben oftmals zur Folge, dass den Fans von Aussenstehenden infantile Verhaltensweisen nachgesagt werden. „Diese ‚Infantilisierung‘ der Differenz ist eine verbreitete Repräsentationsstrategie sowohl für Männer als auch für Frauen“ (Hall 2008: 149). In der Infantilisierung dieser Fanpraktiken ist der Versuch erkennbar, durch die Verleugnung von Autorität und Verantwortung auf Seiten der Fangemeinschaft, symbolische Macht über diese auszuüben, indem sie abgewertet wird.

Diese Praktiken erfüllen für die Fangemeinde jedoch wichtige Funktionen, die in erster Linie die Gemeinschaft stärken. Eine weitere Funktion besteht indessen im Widerstand gegen die dominanten Ideologien. Während einzelne Fans im täglichen Leben dazu gebracht werden, sich in gewisser Weise zu verstecken und ihr „fandom“ nicht öffentlich auszuleben, hat es den Anschein, dass sich dieser Widerstand in der Gemeinschaft dadurch äußert, dass hier erst recht diesen Stereotypen entsprechend agiert wird. So kann die Partizipation an einer größeren Fangemeinschaft dazu führen, ein „Selbstverständnis“ zu entwickeln, das es einem ermöglicht, diese Situation auf subjektiver Ebene positiv für sich zu gestalten (vgl. Wenger 2006: 255). Richard Schechner schreibt, dass ein spezifisches Aussehen und Verhalten immer mit bestimmten Gruppen assoziiert wird. Diese Stereotype werten das „Andere“ entweder als minderwertig ab, oder aber sie empfinden es als zu mächtig und daher als gefährlich. Bei manchen Gruppen kann es passieren, dass beides gleichzeitig eintritt. „The whole matter is further complicated when certain stereotypes are embraced by those they are meant to stigmatize, transforming the would-be attack into a positive cultural expression“ (Schechner 2006: 154).

Fiske betrachtet Widerstand als ein zentrales Konzept für das Verständnis von Popularität innerhalb einer Gesellschaft mit ungleicher Machtverteilung (vgl. Fiske 2001: 121). Ebenso wie Macht, kann auch der Widerstand zahlreiche unterschiedliche Formen annehmen. Widerstand kann diesbezüglich in zwei Hauptformen unterteilt werden, je nachdem, ob er sich gegen semiotische oder soziale Macht richtet. Die Populärkultur wirkt nicht ausschließlich, jedoch hauptsächlich im Bereich der semiotischen Macht, die sich auf die Konstruktion von Bedeutungen, Vergnügen und sozialen Identitäten bezieht (vgl. Fiske 2001: 122).

„Diese Macht, Bedeutungen, Vergnügen und soziale Identitäten zu konstruieren, die von jenen abweichen, die die dominanten Strukturen vorgeben, ist entscheidend, und das Gebiet, auf der diese Macht ausgeübt wird, ist jenes der Repräsentation“ (Fiske 2001: 123).

Demnach wird die Populärkultur deshalb von KritikerInnen abgewertet, da sie für Aussenstehende den Anschein erweckt, dass sie „keine Repräsentation von Welt“ bietet, sondern vielmehr die Flucht aus derselben. Dies wird als „bloßer Eskapismus“ diskreditiert, als eine Art Flucht in die Phantasie. Jedoch wird außer Acht gelassen,

dass es sich dabei nicht unbedingt um eine Flucht vor etwas handelt, sondern vielmehr um eine Flucht hin zu einer bevorzugten Alternative. Fiske meint, dass die Herabsetzung des Eskapismus als „bloße Phantasie“ sich den zentralen Fragen entzieht, nämlich wovon und weshalb jemand flüchtet und wohin diese Flucht führt (vgl. Fiske 2001: 123). Die Vergnügen der Untergeordneten werden dadurch also abgewertet, Phantasie und Eskapismus als „verweiblicht“ dargestellt, während Repräsentation als Mittel der Machtausübung betrachtet und der männlichen Domäne zugeordnet wird (vgl. Fiske 2001: 123-124). Fiske sieht in der Phantasie ein Mittel der Repräsentation.

„Eine Populärkultur, die gemäß den Interessen der Untergeordneten operiert, ruft häufig Phantasie hervor. Diese Phantasien können zahlreiche Formen annehmen, verkörpern jedoch typischerweise die Macht der Untergeordneten, eine gewisse Kontrolle über die Repräsentation auszuüben“ (Fiske 2001: 125).

Phantasie ist in diesem Sinne hier also nicht als Flucht vor der sozialen Realität zu betrachten, sondern als direkte Reaktion auf die dominante Ideologie und die Art und Weise, wie diese sich in den sozialen Beziehungen offenbart (vgl. Fiske 2001: 125).

7.5. Conclusio

In diesem Kapitel befasste ich mich mit Fanaktivitäten, die Kostümierung und Rollenspiel beinhalten und auf der Ebene der Performance praktiziert werden. Der Convention kommt dabei die Funktion des Feierrituals zu. Dieses Ritual ist ein expressives rituelles Spiel, in dem Wertunterschiede aufgehoben werden und Unterschiede zwischen dem, was spielerisch ist und nur in der Vorstellung existiert und dem, was metaphysisch und real ist, nicht von Relevanz sind. Performances sind in diesem Zusammenhang als die Zurschaustellung ausdrucksvoller Kompetenz zu verstehen. Sie sind eingebettet in einen größeren sozialen Kontext, richten sich an ein bestimmtes Publikum und zielen darauf ab, diesem eine vorgestellte Realität und ein verändertes Bewusstsein ihrer Situation zu vermitteln, sowie ein Gefühl von emotionaler Befreiung.

Mich auf Schechner beziehend konnte ich aufzeigen, dass es keine kulturellen und historischen Grenzen dessen gibt, was man als Performance betrachten kann. Somit sind die Grenzen zwischen Performance und Ritual fließend. Ob man nun eine Performance als Ritual oder Theater bezeichnet, hängt von ihrem Zweck und dem

jeweiligen Kontext ab, in dem sie stattfindet. Doch auch wenn man sie eher der einen als der anderen Kategorie zuordnen kann, so ist sie doch niemals pures Ritual oder pure Unterhaltung. Vielmehr werden hier beide wirksam. Performances sind zusammengesetzt aus Teilen wiederhergestellten Verhaltens, wobei es sich um die Kombination bereits bekannter Verhaltensweisen handelt, oder um solche, die aus einem anderen Kontext übertragen worden sind.

Die Kostüme der Fans sind ein „wichtiges Mittel zur Identitätsarbeit“ (Wenger 2006: 211). Durch das Einbauen bestimmter Szenen oder Ausschnitte aus den Filmen werden gekürzte Versionen derselben wiedergegeben. Es existiert diesbezüglich eine enorme Bandbreite an Möglichkeiten der schauspielerischen Interpretation, die durch den jeweiligen Grad der Impersonation bestimmt sind und in ihrer Darstellungsform stark variieren. Dies hängt davon ab, ob die AkteurInnen lediglich eine Rolle spielen, bzw. die wichtigsten Charakteristika einer Person hervorheben, oder total in der Rolle aufgehen, sich von dieser vereinnahmen lassen und deutlich unterscheidbar von ihrem „alltäglichen Ich“ handeln.

Kostümierung beinhaltet diesbezüglich nicht nur die Aneignung anderer Rollen und Identitäten, sondern ist auch verbunden mit der Internalisierung der sozialen Strukturen der Serienwelt. Die tatsächliche Umsetzung dieser Internalisierung erfolgt jedoch primär in überregionalen Clubs und Vereinen und symbolisiert dort den Grad des aktiven Engagements einzelner Mitglieder. Sie ist also primär mit der internen Organisation der Fanclubs verbunden. Dennoch wird man auch auf einer Convention mit diesen sozialen Strukturen konfrontiert. Allerdings erfüllt die Adaption der sozialen Strukturen der Serienwelt auf der Convention keine übergeordneten Funktionen, sondern weist vielmehr spielerischen Charakter auf und erfüllt somit bestenfalls eine interaktive Funktion.

Am Beispiel eines KlingonInnenfanclubs zeigte ich auf, wie Fans durch die Aneignung von Identitäten aus der Serienwelt die Möglichkeit ergreifen, aus den Konventionen des Alltags auszubrechen und ein Verhalten anzunehmen, das unter anderen Umständen, in einem anderen Kontext, nicht geduldet werden würde, da es sich den gängigen gesellschaftlichen Konventionen widersetzt, jedoch im Umfeld der Convention als selbstverständlich betrachtet wird und sogar die Erwartungshaltung der anderen Fans diesbezüglich erfüllt.

Die Convention, die den Rahmen für die Umsetzung dieser Aktivitäten bietet, kann weiters als eine Form des karnevalesken Spektakels betrachtet werden, als eine zweite Welt neben der Alltagswelt, die frei ist von Rang und Hierarchie. Sie ist sowohl utopisch, als auch kontrahegemoniell. Der Körper wird darin befreit von der sozialen Kontrolle und von der Identität, die ihm für gewöhnlich innewohnt.

Weiters analysierte ich die Convention in ihrer Funktion als Übergangsritus nach Turner, der sich in drei Phasen gliedert, von denen die zweite besonders hervorgehoben wird. Die Institutionalisierung der Convention entspricht einer normativen Communitas, welche die Rahmenbedingungen für die Erfahrung existenzieller Communitas schaffen soll, aber auch soziale Kontrolle außerhalb der Reichweite der alltäglichen Strukturen bedeutet. Für die Fans stellt sich dadurch eine gewisse Selbstwertschätzung ein und es entstehen neue Freundschaften und soziale Beziehungen. Das Individuum kann sich nun als Teil dieser Gemeinschaft erfahren. Diesem übergeordneten Ritual der Fanconvention liegen einzelne Rituale zugrunde, die, im Sinne einer spontanen Communitas, die Funktion erfüllen, ein Gemeinschaftsgefühl unter den AkteurInnen zu erzeugen.

Die phantastischen Aspekte, die mit diesen Fanpraktiken assoziiert sind, werden von Aussenstehenden meist als negativ bewertet und infantilisiert. Hinter dieser Infantilisierung steckt jedoch der Versuch, durch Abwertung der Fangemeinde, symbolische Macht über diese auszuüben. Dies wirkt sich auf einzelne Fans oftmals so aus, dass sie ihr „fandom“ in gewisser Weise heimlich ausleben. In der Gemeinschaft hingegen wird häufig erst recht diesen Stereotypen entsprechend gehandelt, was eine Form von Widerstand darstellt.

Durch Partizipation an einer größeren Fangemeinde entwickeln Fans ein gewisses „Selbstverständnis“, wodurch sie diese Situation auf subjektiver Ebene für sich positiv gestalten können. Der Widerstand der Populärkulturen operiert primär auf der Ebene der semiotischen Macht. Deren Praktiken werden von Aussenstehenden abgewertet und als bloßer Eskapismus, als Flucht in die Phantasie verstanden. Jedoch ist die Phantasie hier vielmehr ein Mittel der Repräsentation und symbolisiert die Macht der Untergeordneten, Kontrolle über die Repräsentation auszuüben.

8. Schlussfolgerungen und zentrale Ergebnisse

In der vorliegenden Arbeit wurde der Versuch unternommen, die zentralen Fragen nach repräsentativen Praktiken der „Star Trek“-Fankultur und deren Funktionen zu beantworten, sowie typische Formen davon aufzuzeigen. Ich habe hierfür zu Beginn einen Überblick über die vorherrschende Stereotypisierung gegeben, mit der diese Fangemeinschaft von Aussenstehenden assoziiert wird. Weiters habe ich zwischen diversen Fangruppierungen unterschieden und aufgezeigt, dass Medienfans im öffentlichen Diskurs als unkritische RezipientInnen und KonsumentInnen gelten, die ihre Zeit der Akkumulation von nutzlosem Wissen widmen, infantilen Praktiken nachgehen und in einer Phantasiewelt, fern der Realität, leben. Ausgehend von Stuart Hall habe ich weiters aufgezeigt, dass es sich bei der Stereotypisierung um eine Repräsentationspraktik handelt, die einem von außen auferlegt wird und als Klassifikationskriterium gilt, das Menschen auf bestimmte Wesenseigenschaften reduziert und in „Typen“ und „Stereotype“ einteilt, indem Differenzen betont werden. Stereotype resultieren also aus dem, was Menschen zu sehen glauben, sowie dem, was in der Vorstellung hinzugefügt wird. Da diese also nur dort entstehen können, wo Fans als solche in die Öffentlichkeit treten, führte ich eine teilnehmende Beobachtung auf einer Fanconvention durch, um jene Aktivitäten zu untersuchen, aufgrund derer es zu dieser Stereotypisierung kommt. Die Feldforschung erlaubte es mir, Verlauf, Funktionen und Stellenwert dieser Aktivitäten innerhalb der Fangemeinde zu erforschen. Im Zuge der Analyse meiner Beobachtungen unterteilte ich die Fanaktivitäten in vier wesentliche Bereiche, gemäß

- dem Konsum von Inhalten,
- dem Konsum von Waren,
- der Akkumulation von Wissen,
- sowie der performativen Darstellung von Charakteren und Figuren aus der Serienwelt anhand von Kostümen.

In Bezug auf den Konsum von Inhalten zeigte ich auf, dass Fans zahlreiche Mittel und Wege finden, ihre eigenen Bedeutungen bezüglich eines Textes zu konstruieren und diese aktiv in ihr Leben zu integrieren. Anhand der Theorien Michel De Certeaus konnte ich darlegen, dass beim Lesen eines beliebigen Textes ein produktiver Akt

der Bedeutungskonstruktion stattfindet, der von den Bedürfnissen und Vorlieben des Einzelnen geprägt ist. Der Konsum eines Textes geht also von Beginn an mit einem produktiven Akt einher, der den Text in einen neuen Kontext stellt.

Fans sind demnach nicht unkritisch in ihrer Rezeption der Serieninhalte, sondern stehen diesen kritischer gegenüber, als jedes andere Publikum, das dem Programm eine geringere Bedeutung beimisst. Dadurch finden Fans Wege, ihre Frustration, aber auch ihre Zufriedenheit mit den Serieninhalten auszudrücken und Lösungen für Fehler der ProduzentInnen zu finden, wie etwa durch das Schaffen von Fanfiction. Im Falle von Fanfiction dient der Originaltext als kulturelle Ressource, die bestimmte Voraussetzungen erfüllen muss, die Fiskes Kategorie des „producerly“ Textes entsprechen. Dieser muss zugänglich sein und dennoch eine individuelle Bedeutungskonstruktion gewährleisten. Fans ziehen dabei im Sinne eines metatextuellen Diskurses Verbindungen zwischen den Texten und ihrer alltäglichen sozialen Praxis.

Durch die Selektion spezifischer Texte bilden Fans soziale Loyalitäten und gliedern sich so in eine größere Gemeinschaft ein. Sie sind demnach nicht von den Entscheidungen der ProduzentInnen abhängig, sondern entscheiden vielmehr selbst, was in den Bereich ihrer Fankultur fällt und was nicht.

Die darauf aufbauende Kultur stützt sich auf eine „bricolage“, mithilfe derer die Fans ihre eigenen kulturellen Praktiken und Güter aus den Ressourcen der Massenkultur heraus selbst schaffen. Dies beinhaltet auch eine spezifische Form des Widerstands, der sich gegen die dominante Kultur richtet. Indem sie aus den vorhandenen Ressourcen ihre eigene Kultur schaffen, üben Fans eine gewisse Macht über das Fernsehen aus.

Im folgenden Teil der Arbeit verfolgte ich Formen, Funktionen und Werte in Bezug auf den Konsum von Fanartikeln. Die Waren, die Fans erwerben, können nicht als in ihrem Gebrauch festgeschrieben betrachtet werden, sondern vielmehr als „Repertoire“, dem eine Bandbreite an eigenen kreativen Gebrauchsweisen entnommen werden kann. Ich zeigte in diesem Zusammenhang auf, dass der Erwerb, sowie die Präsentation solcher Produkte innerhalb der Fangemeinde eine zentrale kulturelle Aktivität darstellt. Diese besitzen sowohl einen eindeutig definierten Tauschwert, als auch einen Gebrauchswert, der nicht verallgemeinert werden kann, da er auf den Bedürfnissen der KäuferInnen basiert und daher

individuell variiert. Fans machen sich jedoch nicht abhängig von den Waren, die die Industrie ihnen vorsetzt, sondern sind vielmehr als eine selbst bestimmte Gemeinschaft zu betrachten, die sich ihre eigenen kulturellen Güter erschafft, indem sie sich vorhandener Ressourcen bedient. So ist das Herstellen von Kostümen und Accessoires eine weit verbreitete Tätigkeit in der Fangemeinde. Das Sammeln von Merchandising-Artikeln, dem zahlreiche Fans nachgehen, hat sowohl interaktive, produktive und rituelle Dimensionen. Das Sammeln von Fanartikeln ist eine Art Akkumulation von kulturellem Kapital, das schlussendlich aus der Präsentation dieser Besitztümer vor anderen resultiert und einer Person Prestige und Anerkennung innerhalb der Gruppe einbringt. Weiters zeigte ich auf, dass der Konsum und die Präsentation der Waren als wichtiges Ritual gesehen werden kann, dem die Funktionen zugrunde liegen, soziale Beziehungen zu schaffen, die Zugehörigkeit zu einer spezifischen Gruppe zu betonen und die Gemeinschaft in dieser zu stärken.

Im darauf folgenden Kapitel widmete ich mich den Fragen, welchen Stellenwert spezifisches Fanwissen innerhalb der Fangemeinde hat, welche Funktionen es für die Fans erfüllt und wie damit operiert wird. Weiters war es mir wichtig, herauszufinden, welchen Raum die Convention dafür zur Verfügung stellt. Die Akkumulation von Wissen und der interaktive Umgang mit diesem stellt eine zentrale Aktivität innerhalb der Fankultur dar und wirkt in verschiedene Bereiche hinein. Schon bei der Wahl eines Kostüms und der entsprechenden Grundausstattung ist ein spezifisches Wissen vorausgesetzt. Die meisten Fans verfügen über ein enormes Kontinuum dieses Wissens, doch nicht alle sind unentwegt bemüht, es unter Beweis zu stellen. Dennoch ist es für die Partizipation an dieser Gemeinschaft essentiell. Es bildet die Grundvoraussetzung dafür, Teil dieser Gemeinschaft werden zu können und an deren Aktivitäten und Ritualen teilzuhaben. Das spezifische Wissen der Fans über Medieninhalte und die Reproduktion desselben ist als zentraler Aspekt der Sozialisation zu betrachten. Auch hier ist die Funktion als kulturelles Kapital augenscheinlich, wie ich anhand der fiktiven Sprache Klingonisch darlegte.

Innerhalb der Gemeinschaft kommt dieses Wissen besonders in der Kommunikation zum Ausdruck, wo es in diversen Formen Gestalt annimmt. Diese Art der Kommunikation setzt voraus, dass die GesprächspartnerInnen mit den vermittelten Inhalten vertraut sind, da die Gespräche auf einer Codierung basieren, die

Serieninhalte und gegenwärtiges Geschehen konzeptionell verknüpft. Durch diesen „Fangossip“/„Fantalk“ wird die Schnittstelle zwischen Fernsehen und Alltagsleben verhandelt und damit selektiv zu einem Teil der Populärkultur gemacht. Gleichzeitig werden dadurch soziale Kontakte geknüpft und die Selbstwertschätzung der Fans gestärkt.

Die Convention stellt hierfür sowohl die Räumlichkeiten und den Kontext zur Verfügung, in dem die Veranstaltung stattfindet, als auch ein Publikum, sowie spezielle Angebote, anhand derer man sich als Fan beweisen kann. Als konkretes Beispiel hierfür nahm ich Bezug auf die so genannten Guestpanels. Diese bieten den Fans die Möglichkeit, sich vor einem großen Publikum, aber vor allem vor den SchauspielerInnen selbst mit ihrem enormen Wissen hervor zu heben und somit positive Bestätigung innerhalb der Gruppe zu erhalten.

Im letzten Kapitel widmete ich mich den Fanaktivitäten rund um Rollenspiel und Performance. Diese Performance ist gekennzeichnet durch das Tragen eines Kostüms und einem diesem entsprechenden Verhalten. Es war mir ein Anliegen, herauszufinden, wie Fans sich mithilfe eines Kostüms andere Identitäten aneignen, welche Funktionen dies für sie erfüllt und wie damit auf der Convention umgegangen wird. Weiters versuchte ich darzulegen, wie sie diese Rollen gestalten, inwiefern sie davon vereinnahmt werden, ob soziale Strukturen der Serienwelt miteinbezogen werden und welche Rituale bzw. Charakteristika von Ritualen auf der Convention zum Tragen kommen, sowie ob es auf der Seite der Fangemeinde eine Form des Widerstandes gegen diese Stereotype gibt.

Fans geben, in ihrer Darstellung von Charakteren oder Wesen aus der Serienwelt, verkürzte Szenen aus den Filmen und Serien wieder. Anhand der Theorien von Michael Kirby zeigte ich auf, dass es zahlreiche Möglichkeiten der schauspielerischen Umsetzung gibt, die durch den jeweiligen Grad der Impersonation bestimmt sind und in ihrer Darstellungsform differieren, das heißt je nachdem, ob jemand lediglich ein Kostüm trägt oder sich gänzlich von einer Rolle vereinnahmen lässt. Manche Fans verschmelzen für die Dauer der Convention völlig mit dieser Rolle und handeln konträr zu ihrem „alltäglichen Ich“. Diese Aneignung von Identitäten aus der Serienwelt bietet den Fans die Möglichkeit, aus den Konventionen des Alltags auszubrechen und Verhaltensweisen an den Tag zu legen, die ansonsten, in einem anderen Kontext, auf Ablehnung und Missfallen stoßen

würden, wie ich auch hier am Beispiel der KlingonInnen aufzeigte. Im Umfeld der Convention werden diese aber geduldet, in Verbindung mit bestimmten Kostümen sogar erwartet. Es fällt den Fans dadurch leichter, Kontakt zu Gleichgesinnten herzustellen.

Nicht nur Charaktere und deren spezifische Verhaltensweisen werden von den Fans übernommen, sondern auch die sozialen Strukturen der Serienwelt. Diese Internalisierung findet in speziellen Clubs und Vereinen Anwendung, wo sie primär der Organisation in diesen dient. Diese soziale Organisation kann jedoch auf der Convention nicht als Organisationsprinzip funktionieren. Hier werden diese Strukturen zwar teilweise auch übernommen, jedoch weist dies primär spielerischen Charakter auf und erfüllt diesbezüglich eine interaktive Funktion.

Die Convention weist Charakteristika eines Feierrituals auf, bei welchem in Form eines expressiven rituellen Spiels Wertunterschiede aufgehoben werden. Unterschiede zwischen dem, was spielerisch ist und nur in der Vorstellung existiert und dem was real ist, sind hier nicht von Relevanz. Dieses Feierritual nimmt die Form des karnevalesken Spektakels an. Sie ist eine Art zweite Welt, die frei ist von Rang und Hierarchie, und hat daher sowohl eine utopische, als auch eine kontrahegemonielle Dimension. Weiters habe ich die Convention als Übergangsritual analysiert. Die Institutionalisierung der Convention entspricht einer normativen Communitas, die die Rahmenbedingungen für die Erfahrung existenzieller Communitas schaffen soll, aber auch soziale Kontrolle außerhalb der Reichweite der alltäglichen Strukturen darstellt. Auf der Convention lassen sich auch diverse kleinere Rituale beobachten, die als Ausdrücke spontaner Communitas verstanden werden können.

Aufgrund dieser Praktiken werden Fans von Aussenstehenden oftmals infantilisiert. Dies beinhaltet den Versuch, symbolische Macht über sie auszuüben. Das Zusammentreffen in der Gemeinschaft hat jedoch zur Folge, dass erst recht diesen Stereotypen entsprechend gehandelt wird. Dies stellt eine Form des Widerstandes dar, indem die Fans die Situation für sich positiv gestalten. Dieser Widerstand operiert primär auf der Ebene der semiotischen Macht.

Die qualitative Feldforschung, deren zentrale Ergebnisse mir als wichtigste Grundlage für diese Arbeit dienten, erwies sich als großer Vorteil bezüglich der vorliegenden Thematik. Sie diente mir vor allem dazu, gezielte sachliche Einblicke in

die „Star Trek“-Fangemeinde und deren zentrale soziale und kulturelle Praktiken und Rituale zu erhalten, ohne die erforschten Personen offen mit der Thematik der Stereotypisierung sowie den Praktiken, die dieser zugrunde liegen zu konfrontieren und dahingehend das Ergebnis zu beeinflussen oder gar negativ zu verfälschen. Zur weiteren Vertiefung dieser spezifischen Thematik wäre jedoch die Durchführung von qualitativen Interviews sowie eine Auseinandersetzung mithilfe quantitativer Verfahren im Sinne von statistischen Erhebungen von großem Interesse, einerseits, um die Sichtweise der Fans bezüglich der Stereotypisierung von aussen und deren Positionierung darin zu eruieren, andererseits, um diesbezüglich klare Aussagen von Aussenstehenden zu erhalten. Auch eine akribische Auseinandersetzung mit der Darstellung von „Star Trek“- und Science Fiction-Fans im Medium Film wäre von großem wissenschaftlichem Interesse und würde bezüglich der öffentlichen Anschauung über Fans aufschlussreiche Erkenntnisse beinhalten, konnte jedoch aufgrund eines begrenzten Umfangs nicht mehr in diese Arbeit mit einfließen.

Am Ende meiner Analyse steht die Erkenntnis, dass die Medien in der heutigen Zeit zahlreiche Themen bereitstellen, die Grundlagen beinhalten, die sich zur Weiterverarbeitung durch populäre Kulturen eignen. Diese bilden eine Möglichkeit, sich von den Konventionen, die die dominante Kultur vorschreibt, zu lösen und aus den vorhandenen Ressourcen eine eigene alternative Gemeinschaft mit eigenen sozialen und kulturellen Praktiken zu schaffen, die aufgrund dessen von der dominanten Kultur oft nicht ernst genommen wird, weil sie nicht deren vorgelebten Verhaltensnormen entspricht und sich innerhalb der Gesellschaft ein eigenes Herrschaftsgebiet schafft, in dem sie diesen Praktiken nachgeht und durch diese die eigene Gemeinschaft konstruiert und fördert.

9. Bibliographie

Atteslander, Peter 2000 (Orig. 1974): *Methoden der empirischen Sozialforschung*. Berlin/New York, Walter de Gruyter.

Banks, Marcus 2009 (Orig. 2000): *Visual Methods in Social Research*. London, Sage Publications.

Banks, Marcus und Morphy, Howard 1997: *Rethinking Visual Anthropology*. London: Yale University Press.

Barthes, Roland 1964 (Orig. 1957): *Mythen des Alltags*. Frankfurt am Main, Suhrkamp.

Baudrillard, Jean 2000: "Beyond Use Value." In: *The Consumer Society Reader*. Hrsg. von Martyn J. Lee. Oxford/Berlin, Blackwell Publishing, 19-29.

Bowie, Fiona 2006 (Orig. 2000): *The Anthropology of Religion. An Introduction*. Oxford, Blackwell Publishing.

De Certeau, Michel 1988 (Orig. 1980): *Kunst des Handelns*. Berlin, Merve Verlag GmbH.

Douglas, Mary und Isherwood, Baron 2000: "The Uses of Goods." In: *The Consumer Society Reader*. Hrsg. von Martyn J. Lee. Oxford/Berlin, Blackwell Publishing, 73-83.

"Fanatic". *Collins Dictionary of the English Language*. 3. Auflage 1991. Glasgow, Harper Collins Publishers.

Fiske, John 2001: "Die populäre Ökonomie." In: *Die Fabrikation des Populären. Der John Fiske – Reader*. Hrsg. von Rainer Winter, Lothar Mikos. Bielefeld, Transcript, 111- 137.

Fiske, John 2001b (Orig. 1992): "The Cultural Economy of Fandom." In: *The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*. Hrsg. von Lisa Lewis. London/New York, Routledge, 30-49.

Fiske, John 2007 (Orig. 1989): *Understanding Popular Culture*. London/New York, Routledge.

Fiske, John 2003 (Orig. 1989): *Lesarten des Populären*. Wien, Erhard Löcker GesmbH.

Fiske, John und Hartley, John 2005 (Orig. 1978): *Reading Television*. London, Routledge.

Gray, Jonathan 2007: *Fandom. Identities and Communities in a Mediated World*. New York/London, New York University Press.

Goethals, Gregor T. 2008: „Ritual und die Repräsentation von Macht in Kunst und Massenkultur.“ In: *Ritualtheorien. Ein einführendes Handbuch*. Hrsg. von Belliger, Andrea und Krieger, David J.. Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 301-320.

Grimes, Ronald 2008: „Typen ritueller Erfahrung.“ In: *Ritualtheorien. Ein einführendes Handbuch*. Hrsg. von Belliger, Andrea und Krieger, David J.. Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 117-133.

Hall, Stuart 2008 (Orig. 2004): *Ideologie, Identität, Repräsentation. Ausgewählte Schriften 4*. Hamburg, Argument Verlag.

Harrington, C. Lee und Bielby, Denise D. 2007: "Global Fandom/Global Fan Studies." In: *Fandom. Identities and Communities in a Mediated World*. Hrsg. von Jonathan Gray, Cornel Sandvoss and C. Lee Harrington. New York/London, New York University Press, 179-197.

Hills, Matt 2002: *Fan cultures*. London, Routledge.

Jenkins, Henry 1992: *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*. New York/London, Routledge.

Jenkins, Henry 2006: *Fans, Bloggers and Gamers. Exploring Participatory Culture*. New York/London, New York University press.

Jenkins, Henry und Tulloch, John 1995: *Science Fiction Audiences. Watching Dr. Who and Star Trek*. London, Routledge.

Jenkins, Henry 2001 (Orig. 1992): "'Strangers No More, We Sing': Filking and the Social Construction of the Science Fiction Fan Community." In: *The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*. Hrsg. von Lisa Lewis. London/New York, Routledge, 208-233.

Jenson, Joli 2001 (Orig. 1992): "Fandom as Pathology: The Consequences of Characterisation." In: *The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*. Hrsg. von Lisa Lewis. London/New York, Routledge, 9-29.

Lévi-Strauss, Claude 1973: *Das wilde Denken*. Frankfurt am Main, Suhrkamp Taschenbuch Verlag.

Pearson, Roberta 2007: "Bachies, Bardies, Trekkies and Sherlockians." In: *Fandom. Identities and Communities in a Mediated World*. Hrsg. von Jonathan Gray, Cornel Sandvoss and C. Lee Harrington. New York/London, New York University Press, 98-109.

Peterson, Mark Allen 2008 (Orig. 2003): *Anthropology and Mass Communication. Media and Myth in the New Millennium*. New York, Berghahn Books.

Peterson, Mark Allen 2005: "Performing Media". Toward an Ethnography of Intertextuality. In: *Media Anthropology*. Hrsg. von Eric W. Rothenbuhler und Mihai Coman. London, Sage Publications, 129-138.

Schechner, Richard 2006 (Orig. 2002): *Performance Studies. An Introduction*. London, Routledge.

Schieffelin, Edward L. 1998: "Problematizing Performance". In: *Ritual, Performance, Media*. Hrsg. von Felicia Hughes-Freeland. London/New York, Routledge, 194-207.

Turner, Victor 2005 (Orig. 1909): *Das Ritual. Struktur und Anti-Struktur*. Frankfurt/Main, Campus Verlag GmbH.

Wenger, Christian 2006: *Jenseits der Sterne. Gemeinschaft und Identität in Fankulturen. Zur Konstitution des Star Trek Fandoms*. Bielefeld, Transcript Verlag.

Internetquellen:

<http://www.fedcon.de/>, letzter Zugriff 22.03.11

<http://www.startreknewvoyages.com>, letzter Zugriff 10.03.11

<http://www.kli.org/tlh/>, letzter Zugriff 05.05.11

<http://www.uss-danubia.de>, letzter Zugriff 29.04.11

Bildquellen:

Abbildung 1:

<http://www.visualeditors.com/apple/2007/08/end-your-week-with-a-geekazoid-festival/> , letzter Zugriff 11. 08. 11

Abbildung 2: Christina Maad

Abbildung 3a: Christina Maad

Abbildung 3b:

http://www.google.at/imgres?q=tribbles&hl=de&biw=1272&bih=599&gbv=2&tbm=isch&tbnid=7R_WKLjtoq4g1M:&imgrefurl=http://www.shoppingblog.com/blog/3250920&d

ocid=q2xwyTL9DQzIVM&w=375&h=325&ei=9zJeTuWbDY324QTM8JE0&zoom=1&iact=hc&vpx=313&vpy=245&dur=246&hovh=209&hovw=241&tx=107&ty=120&page=2&tbnh=136&tbnw=157&start=15&ndsp=18&ved=1t:429,r:7,s:15 , letzter Zugriff 07.

08. 11

Abbildung 4a: Christina Maad

Abbildung 4b: Christina Maad

Abbildung 5: Christina Maad

Abbildung 6: Christina Maad

Abbildung 7: Christina Maad

Abbildung 8: Christina Maad

Abbildung 9: Christina Maad

Abbildung 10:

[http://www.quoka.de/sammlungen-](http://www.quoka.de/sammlungen-seltenes/fanartikel/cat_39_3860_adresult_41337076.html)

[seltenes/fanartikel/cat_39_3860_adresult_41337076.html](seltenes/fanartikel/cat_39_3860_adresult_41337076.html), letzter Zugriff 07. 08. 11

Abbildung 11: Christina Maad

Abbildung 12a: Christina Maad

Abbildung 12b: Christina Maad

Abbildung 12c: Christina Maad

Abbildung 12d: Christina Maad

Abbildung 13a: Christina Maad

Abbildung 13b: Christina Maad

Abbildung 14a: Christina Maad

Abbildung 14b: Christina Maad

Abbildung 15a: Christina Maad

Abbildung 15b: Christina Maad

Abbildung 16a: Christina Maad

Abbildung 16b: Christina Maad

Abbildung 17: Christina Maad

Abbildung 18: Christina Maad

Abbildung 19: Christina Maad

Abbildung 20: <http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/12625005>, letzter Zugriff

15. 06. 11

Abbildung 21: Christina Maad

Abbildung 22:

<http://www.sf->

radio.net/conventions/cons/fedcon/fedcon19/fedconwelt.html?view=7062,

letzter

Zugriff 15. 06.11

Abstract

Populäre Medienfankulturen sehen sich in der heutigen Zeit innerhalb eines öffentlichen Diskurses häufig mit einer negativen Stereotypisierung assoziiert. Besonders Gruppen wie die „Star Trek“-Fangemeinschaft, deren Fanpraktiken mit Kostümierung und einem dieser entsprechendem Verhalten assoziiert werden, sind damit konfrontiert.

In der vorliegenden Arbeit wird der Versuch unternommen, den Ursprung dieser Stereotypisierung offen zu legen und Fragen nach repräsentativen kulturellen Praktiken dieser spezifischen Fangemeinde zu beantworten. Der Fokus wird dabei auf Aktivitäten gelegt, die sich auf die Bereiche Konsum, Wissen und Performance beziehen. Anhand der Verknüpfung von empirischer Forschung und theoretischen Perspektiven werden Funktionen, Relevanzen und Strukturen repräsentativer Praktiken auf einer Fanconvention dargestellt.

Ziel dieser Arbeit ist es, diese Fangemeinschaft vom Bild der negativ stereotypisierten Fans wegzubringen und ein objektiveres Bild der kulturellen Praktiken dieser spezifischen Gruppe darzulegen.

Lebenslauf von Christina Maad

Geburtsdatum: 10.11.1981

Geburtsort: Wien

Staatsbürgerschaft: Österreich

Schulbildung:

1988-1992 Volksschule Mörbisch/See

1992-1996 BRG Eisenstadt

1996-2001 Bundesbildungsanstalt für Kindergartenpädagogik Oberwart

2001 Matura an der Bundesbildungsanstalt für Kindergartenpädagogik Oberwart

2001-2002 Studium der Germanistik und Philosophie an der Universität Wien

2002-2011 Studium der Kultur- und Sozialanthropologie an der Universität Wien

2011 voraussichtlicher Universitätsabschluss

Berufliche Tätigkeiten:

2002-2005 Angestellte bei City Zeitschriften

2006-2008 Angestellte in einem Second Hand Bekleidungsgeschäft in Wien

Diverse StudentInnenjobs während meines Studiums

Fremdsprachen:

Englisch in Wort und Schrift

Grundkenntnisse Französisch

Christina Maad