



 Karina Kellner

Fan-Sein als alltägliche und kulturelle Aneignungspraxis

Faszination – Motivation – Rezeption

Studien zur
Volkskunde
in Thüringen

9

WAXMANN

Studien zur Volkskunde in Thüringen

herausgegeben im Auftrag der
Volkskundlichen Kommission für Thüringen e. V.
von Christel Köhle-Hezinger und Friedemann Schmoll

Band 9

Karina Kellner

Fan-Sein als alltägliche und kulturelle Aneignungspraxis

Faszination – Motivation – Rezeption



Waxmann 2020
Münster • New York

Gedruckt mit freundlicher Unterstützung der
Volkskundlichen Kommission für Thüringen e.V.



Diese Arbeit wurde 2018 von der Friedrich-Schiller-
Universität Jena als Dissertation angenommen.

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in
der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische
Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

Studien zur Volkskunde in Thüringen, Band 9

ISSN 1867-4038

Print-ISBN 978-3-8309-4097-5

E-Book-ISBN 978-3-8309-9097-0

© Waxmann Verlag GmbH, Münster 2020

Steinfurter Straße 555, 48159 Münster

www.waxmann.com

info@waxmann.com

Umschlaggestaltung: Pleßmann Design, Ascheberg

Umschlagabbildung: © Anthony Delanoix – unsplash.com

Druck: CPI Books GmbH, Leck

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier,
säurefrei gemäß ISO 9706



Printed in Germany

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, verboten.
Kein Teil dieses Werkes darf ohne schriftliche Genehmigung des
Verlages in irgendeiner Form reproduziert oder unter Verwendung
elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Inhalt

Einleitung	9
1 Definition Fan	12
Exkurs: Die Werther-Verehrung	12
1.1 Herleitung des Begriffs Fan	14
1.2 Charakteristik von Fans.....	18
1.3 Unterschiedliche Intensitäten des Fan-Seins.....	22
1.4 Bedeutung von Fankultur	24
1.4.1 Fankultur bei Jugendlichen	25
1.4.2 Bedeutung von Identität	32
1.4.3 Bedeutung von Individualisierung	36
1.4.4 Bedeutung von Heimat.....	38
1.4.5 Fan-Sein als Alltagsflucht	42
1.5 Problematischer Umgang mit Fans	46
Zusammenfassung.....	49
2 Definition Star	52
2.1 Herleitung des Begriffs Star.....	52
2.2 Merkmale eines Stars	57
2.3 Stars und Ruhm	60
2.4 Stars und Medien	63
2.5 Stars und ihr Image	67
2.6 Stars und ihre Funktion	71
2.7 Star-Forschung.....	74
Zusammenfassung.....	75
3 Populäre Kultur und Cultural Studies	76
3.1 Historische Entwicklung	76
3.2 Begriffsklärung	78
3.3 Merkmale Populärer Kultur	83
3.4 Populäre Kultur und Cultural Studies	87
3.4.1 Entstehung und Definition	87
3.4.2 Bedeutung von Cultural Studies.....	89
3.4.3 Medien und Cultural Studies.....	92
3.4.4 Kultur in den Cultural Studies.....	93

3.4.5 Volkskunde und Cultural Studies.....	95
Zusammenfassung.....	97
4 Methoden	99
4.1 Das narrative Interview	99
4.2 Herausforderungen beim narrativen Interview.....	105
4.3 Transkription und Auswertung	110
Zusammenfassung.....	111
5 Fan-Werdung	113
5.1 Direkte Fan-Werdung	113
5.2 Fan-Werdung als gradueller Prozess.....	117
5.3 Sonderfälle	123
Zusammenfassung.....	128
6 Informieren	131
6.1 Zeitlicher Aufwand	132
6.2 Informationsquelle Internet.....	133
6.3 Intensität des Wissensdrangs.....	136
6.4 Medienkritik.....	140
6.5 Wertigkeit des Informationsmaterials	141
6.6 Bedeutung des Informiert-Seins.....	142
Zusammenfassung.....	144
7 Kommunizieren	146
7.1 Kommunikation in Fanclubs	146
7.2 Bedeutung des Internets	153
7.2.1 Definition Privatheit und Öffentlichkeit.....	153
7.2.2 Kommunikationsmedium Internet.....	156
7.2.3 Kommunikationsmotive	160
7.3 Internet versus klassischer Fanclub.....	163
7.4 Bedeutung von Fangemeinschaften	166
7.5 Gründe für fehlenden Austausch.....	168
Zusammenfassung.....	172
8 Sammeln	174
8.1 Sammelnswerte Objekte.....	174
8.1.1 Erinnerungsstücke	178
8.1.2 Finanzieller und emotionaler Wert.....	185
8.1.3 Finanzieller Aufwand.....	188
8.2 Fund- und Aufbewahrungsorte	190

8.3 Fan-Sein zeigen.....	198
8.3.1 Poster.....	198
8.3.2 Kleidung.....	201
Zusammenfassung.....	208
9 Kreativ-Sein.....	210
9.1 Authentizität.....	211
9.2 Kreatives Schaffen	216
9.3 Fan-Fiction.....	224
Zusammenfassung.....	233
10 Erleben.....	235
10.1 Musik	235
10.2 Konzerte.....	247
10.2.1 Konzerte als Privatvergnügen	247
10.2.2 Konzerte als Arbeit	258
10.3 Treffen.....	262
Zusammenfassung.....	269
Exkurs: Kann die Fankultur als eine neue Art von Religion angesehen werden? ...	271
11 Fan-Star-Beziehung.....	276
11.1 Bewunderung und Verehrung	277
11.2 Wahrgenommen werden	282
11.3 Identifikationsstiftende Merkmale	286
11.4 Stars als Vorbilder bzw. Idole.....	291
Exkurs: Werden Stars von ihren Fans automatisch als Vorbilder gesehen?	297
Zusammenfassung.....	300
12 Das Ende der Fanleidenschaft.....	303
Zusammenfassung.....	310
Schlussbetrachtung.....	312
Literatur.....	320
Abbildungsverzeichnis.....	332

Einleitung

Fan-Werden, Fan-Bleiben. Fan-Sein! Kaum eine Freizeitbeschäftigung zeichnet sich mit so vielen Emotionen, so viel Lust und so umfangreichen Aktivitäten aus. Kaum ein Mensch, der nichts dazu sagen kann, der es nicht schon selbst oder im Bekanntenkreis erlebt hat. Doch wie kann man solch eine subjektiv empfundene, emotional erlebte Begeisterung einer so heterogen zusammengesetzten Gruppe von Individuen mit den unterschiedlichsten Biographien anhand objektiver wissenschaftlicher Kriterien beschreiben und verstehen? Die ersten Untersuchungen zu Fans gab es bereits in den 1960er Jahren. Ab den 1980ern wurde diesem Forschungsgegenstand verstärkt Aufmerksamkeit zuteil, doch ein Großteil der bis heute betriebenen Fanforschung entstand erst ab den 1990er Jahren. Dabei sind die Interessensgebiete bei den Forschern ebenso weit gestreut wie deren Disziplinen. So gab es bereits Veröffentlichungen in der Soziologie, Ethnographie, Musiksoziologie und -pädagogik, Psychologie, sowie in der Sport- und Religionswissenschaft.¹

Nachdem ich mich bereits in meiner Magisterarbeit² mit dem Thema Fankultur beschäftigt habe, hat es mich auch nach Beendigung dieser nicht mehr losgelassen. Einerseits, da es mich durch die Medien und mein persönliches Umfeld permanent umgeben hat, andererseits, weil es ein sehr komplexes und interessantes Themengebiet ist, in welchem unzählige Fragestellungen auf eine Beantwortung warten. Somit war es kein weiter Weg, nach einem Thema für eine potenzielle Doktorarbeit zu suchen und dieses zu umreißen. Doch anders als in der Magisterarbeit sollte nun der Fokus mehr auf das Fan-Sein im privaten Raum gerichtet werden. Nach kurzer Überlegung stand dann der Beschluss fest, aufgrund des Themenschwerpunktes auf Sportfans zu verzichten. Der Hauptgrund dafür liegt in der Tatsache begründet, dass Fans aller möglichen Sportarten zwar ebenso im privaten Raum Fans sind, aber ein Großteil der Fanaktivitäten innerhalb ihres Fan-Seins findet entweder im öffentlichen Raum bei Sportveranstaltungen, im Kollektiv in Vereinen oder in Interessensgemeinschaften statt. Dies ist zwar bei Musikfans beispielsweise auch gegeben, doch finden deren Konzertereignisse nicht regelmäßig statt und sind somit nicht in den Alltag integriert und damit eher besondere Ereignisse. Darüber hinaus sollte der Blickwinkel auf Fans weiter gefasst werden, um die unterschiedlichen Ausprägungen des Fan-Seins über Sportfans hinaus aufzeigen zu können.

Ein Schwerpunkt dieser Arbeit ist die Art und Weise, wie Fankultur in ihren vielfältigen Ausprägungen im privaten Raum ausgelebt wird, also innerhalb des Alltags. Gerade alltägliche Aktivitäten werden durch ihre routinierte Vorgehensweise kaum mehr von den Menschen wahrgenommen und ebenso wird sich kaum auf

1 Vgl. Krischke-Ramaswamy, Mohini: Populäre Kultur und Alltagskultur. Funktionelle und ästhetische Rezeptionserfahrungen von Fans und Szenegängern, Konstanz 2007, S. 37.

2 Der Titel lautete: Fan-Sein. Biographische Zugänge zur Fan-Kultur.

die Zeit, die sie beanspruchen, konzentriert. Diese als unsystematische Handlungen zu verstehenden Vorgänge schließen natürlich auch unterschiedliche Fanaktivitäten mit ein und sind gerade durch ihren unauffälligen Charakter wissenschaftlich schwer zu fassen.³ Doch Fankultur ist in den Alltag eingebettet und sollte auch mit diesem Verständnis erforscht werden. Dies schließt ebenso einen biografischen Bezug mit ein, gerade wenn es um die Umstände der Fan-Werdung geht und um die Frage, wie sich das Fan-Sein im Weiteren entwickelt hat.⁴ Dennoch sind nicht gleich alle Lebensbereiche vom Fan-Sein durchdrungen, manche bleiben nach wie vor davon unberührt, was natürlich die Frage aufwirft, wann ein Fan sein Fan-Sein genau ausübt.⁵ Ebenso stehen innerhalb der Fanforschung in den einzelnen Arbeiten hauptsächlich spezielle Fangruppen mit ihren individuellen Interessen und Bezugsobjekten im Fokus, jedoch fehlt häufig eine übergreifende Erklärung, inwiefern die einzelnen Aktivitäten eine Bedeutung für das Fan-Sein an sich aufweisen und wie diese zu benennen sind.⁶

Da das Fan-Sein bei Jugendlichen meist mit der Entwicklungsphase dieses Lebensabschnitts verknüpft ist und mit der Suche nach einer eigenen Identität und dem Bedürfnis nach Zugehörigkeit begründet werden kann, ist es ebenso wichtig, auch erwachsene Fans in den Forschungsprozess mit einzubeziehen, da sich diese länger und intensiver an ein Fanobjekt binden. Somit kann man hier eher nach einer Antwort auf die Frage suchen, warum sich Fans bestimmte Objekte aussuchen und sich dann über einen sehr langen Zeitraum damit befassen.⁷ Ebenso stellen sich weitere Fragen im Zusammenhang mit der Fankultur, auf welche die Forschung eingehen sollte, beispielsweise welche Bedeutung die Fangruppe für den einzelnen Fan einnimmt, wie man die Beziehung von Stars und Medien im Bezug auf das ‚Fantum‘ beschreiben kann und welche Funktionen Rezeptionshandlungen von Fans als Aneignungspraktiken erfüllen können.⁸ Die Rezeption geschieht hauptsächlich im privaten Raum und muss hier als kulturelle Handlung verstanden werden, welche innerhalb des Alltags stattfindet.⁹

Für die Beschäftigung mit dem Thema Fankultur aus volkswissenschaftlicher Sicht wurden drei grundlegende Forschungsfragen gestellt:

3 Vgl. Grossberg, Lawrence: Alltag, in: Hügel, Hans-Otto (Hg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen, Stuttgart 2003, S. 103.

4 Vgl. Trummer, Manuel/Frizzoni, Brigitte: Einleitung: Erschaffen, Erleben, Erinnern. Fankulturen als Akteure populärer Unterhaltung und Vergnügung, in: Frizzoni, Brigitte/Trummer, Manuel (Hg.): Erschaffen, Erleben, Erinnern. Beiträge der europäischen Ethnologie zur Fankulturforschung (Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung, Band 3), Würzburg 2016, S. 9.

5 Vgl. Hügel, Hans-Otto: „Was heißt schon Fan?“ Thesenartige Diskussion des Begriffs in Abgrenzung zu anderen kulturellen Figuren, in: Frizzoni, Brigitte/Trummer, Manuel (Hg.): Erschaffen, Erleben, Erinnern. Beiträge der europäischen Ethnologie zur Fankulturforschung (Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung, Band 3), Würzburg 2016, S. 19.

6 Vgl. Göttlich, Udo/Krischke-Ramaswamy, Mohini: Fan, in: Hügel, Hans-Otto (Hg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen, Stuttgart 2003, S. 169.

7 Vgl. ebd., S. 170.

8 Vgl. ebd., S. 171.

9 Vgl. Weiß, Ralph: Alltagskultur, in: Hügel, Hans-Otto (Hg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen, Stuttgart 2003, S. 24f.

1. Wie unterscheidet man Fans von lediglich Interessierten und welche Vorgänge sind elementar für die Fan-Werdung?
2. Durch welche Aktivitäten wird das individuelle Fan-Sein ausgelebt und welche Bedeutungen kommen diesen fankulturellen Handlungen zu?
3. Welchen Stellenwert hat das Fan-Sein für den Einzelnen und inwieweit ist es im alltäglichen Leben verankert?¹⁰

Um sich der Beantwortung dieser Fragen zu nähern, soll im Verlauf der Arbeit zunächst auf Grundlegendes eingegangen werden. Zuerst stehen dabei die Definitionen von ‚Fan‘ und ‚Star‘ mit ihren unterschiedlichen Beziehungen und Bedeutungen im Mittelpunkt, gefolgt von einem Überblick über die Begriffe ‚Populäre Kultur‘ und ‚Cultural Studies‘ und deren Bezug zur Fankultur. Anschließend sollen kurz die Methoden vorgestellt werden, anhand derer das Material für diese Untersuchung erarbeitet wurde, woraufhin dann der Prozess der Fan-Werdung bei den interviewten Probanden im Zentrum des Interesses stehen soll. Daran anschließend werden in einzelnen Kapiteln die unterschiedlichen Fanaktivitäten und deren Bedeutung für das Fan-Sein beleuchtet. Als grundlegende Aktivität wird mit dem Informieren begonnen, gefolgt vom Kommunizieren, dem Sammeln, dem Kreativ-Sein und dem Erleben. Darauf steht die Fan-Star-Beziehung mit ihren unterschiedlichen Ausprägungen im Fokus, bevor sich am Schluss der Arbeit den Gründen gewidmet wird, welche zu einem Ende der Fanleidenschaft führen können. Abschließend werden alle Erkenntnisse in einer Schlussbetrachtung zusammengeführt und die unterschiedlichen Fantypen vorgestellt, welche anhand des vorhandenen Materials klassifiziert werden konnten.

10 Diese drei Forschungsfragen lehnen sich im Kern an die Forschungsfragen meiner Magisterarbeit an, werden hier jedoch umfassender und ausführlicher abgehandelt, vgl. Kellner, Karina: Fan-Sein. Biographische Zugänge zur Fan-Kultur, unveröffentlichte Magisterarbeit, Jena 2008, S. 4.

1 Definition Fan

Wurden Fans früher mit eher negativen Assoziationen verbunden, welche fast schon pathologische Verhaltensauffälligkeiten vermuten ließen¹, so ist das Fan-Sein in der heutigen Zeit kaum mehr etwas Besonderes. Gerade die vielfältigen Ausdrucksmöglichkeiten von Fans und Fangruppen, welche sich zumeist durch Produktivität und Kreativität auszeichnen, finden immer mehr Zuspruch oder gar Bewunderung.² Auch wenn es nicht den ‚typischen‘ Fan gibt, so soll doch in diesem Kapitel versucht werden, Merkmale und Handlungen zu benennen, welche mit einer hohen Wahrscheinlichkeit auf einen Fan hindeuten. Hierfür soll anfänglich der Fanbegriff umrissen und auf seinen etymologischen Ursprung verwiesen werden. Nachfolgend soll eine Charakteristik gewagt werden, in welcher die oben angesprochenen Fanhandlungen betrachtet werden, um so das ‚Spezielle‘ eines Fans zu ergründen. Darauf aufbauend werden die unterschiedlichen Intensitäten des Fan-Seins angesprochen. Anschließend soll der Frage nachgegangen werden, welche Bedeutung die Fankultur im allgemeinen und im speziellen bei Jugendlichen einnimmt, woraufhin ein Bogen zu grundsätzlichen menschlichen Bedürfnissen wie Identität, Individualisierung und Heimat geschlagen und erläutert wird, inwiefern die Fankultur hier unterstützend wirken kann. Daraufhin wird kurz erläutert, wie Fans ihr Fan-Sein als Mittel zur Alltagsflucht nutzen können, bevor das Kapitel mit einem Hinweis zum problematischen Umgang mit Fans schließt.

Exkurs: Die Werther-Verehrung

Ein frühes Beispiel für leidenschaftliche Anhänger und deren Umgang mit dem verehrten Gegenstand zeigt sich bei dem Roman ‚Die Leiden des jungen Werther‘ von Johann Wolfgang von Goethe aus dem Jahr 1774. Kaum ein Werk in der damaligen Zeit schaffte es, eine solch zwiespältige und umfangreiche Resonanz zu erzeugen. Es war sowohl Goethes größter kommerzieller Erfolg als auch Grundlagenmaterial für etliche Weiterdichtungen seiner Leser. Durch das große Ausmaß des Interesses erreichte der Roman kultische Berühmtheit³ und eine mediale Aufmerksamkeit, welche für die damaligen Verhältnisse als herausragend bezeichnet werden

1 Vgl. Mikos, Lothar: Der Fan, in: Moebius, Stephan/Schroer, Markus (Hg.): Diven, Hacker, Spekulant. Sozialfiguren der Gegenwart, Berlin 2010, S. 108.

2 Vgl. Mutzl, Johanna: „Die Macht von Dreien...“ Medienhexen und moderne Fanggemeinschaften. Bedeutungskonstruktionen im Internet, Bielefeld 2005, S. 10.

3 Vgl. Andree, Martin: Wenn Texte töten. Über Werther, Medienwirkung und Mediengewalt, München 2006, S. 9.

muss.⁴ Die Anhänger des Textes rezipierten ihn wieder und wieder, bis sie ihn komplett verinnerlicht hatten.⁵

„Im empathischen Gefühls-Tausch findet also eine Art personale Substitution statt: Der Leser löscht seine eigene kognitive und emotionale Person aus und taucht vorübergehend in eine vom Text bereitgestellte Identität hinein (,Rollentausch‘).“⁶

Dabei kam es zu der interessanten Entwicklung, dass nicht nur der Inhalt für den geneigten Leser verehrens-wert war, sondern auch das Buch als Objekt mit einer Bedeutsamkeit belegt wurde, welche sich durch ein Autogramm sogar noch steigern ließ. Gerne wurde das Werther-Buch auch von jungen Männern ihrer Angebeteten geschenkt, in der Hoffnung, die Frau möge dadurch ihrem Verehrer mit ähnlich emotionalen Gefühlen begegnen, welche sie beim Lesen für die Figur des Werther entwickeln könnte.⁷

Durch den großen Erfolg des Buches entstand nebenher ein Markt, der mit Utensilien, welche mit Szenen aus der Geschichte geschmückt waren, handelte. Über die Jahre entwickelten sich diese Bilder immer mehr zu sich ähnelnden Stereotypen, so dass man von einer eigenen ‚Ikonographie‘ sprechen kann, welche sich innerhalb des Werther-Kults herausgebildet hat. Bevorzugt wurden Gegenstände gekauft, welche man leicht am Körper tragen konnte, also Schmuckstücke wie Ringe oder Medaillons.⁸ Ein weiterer Akt, um die Identifikation mit Werther sichtbar zu machen, war das Tragen der ‚Werther-Uniform‘⁹ und die Benutzung einer aus dem Stil des Buches entlehnten Sprache.¹⁰ Die Art der Verehrung erinnert hier stark an eine religiöse.

„Fast alle Elemente der Werther-Verehrung docken in irgendeiner Form an die symbolischen Systeme des Christentums an: Werther inszeniert sich ein letztes Abendmahl und wird so zum Begründer eines Kults am Wetzlarer Grab.“¹¹

Doch nicht nur die Hauptfigur Werther wurde von der damaligen Anhängerschaft verehrt, auch seinem Schöpfer Goethe wurde viel Bewunderung entgegengebracht.¹²

Wie oben angesprochen, gab es für die damaligen Verehrer verschiedene Möglichkeiten, sich weiterführend mit dem Werther-Text zu beschäftigen. Wenn jedoch der Text selbst im Zentrum der Verehrung stand, ging die Beziehung zwischen ihm und seinem Leser weit über die dazugehörigen Kulthandlungen hinaus. Denn in

4 Vgl. Andree, Martin: Wenn Texte töten. Über Werther, Medienwirkung und Mediengewalt, München 2006, S. 113.

5 Vgl. ebd., S. 114f.

6 Ebd., S. 123.

7 Vgl. ebd., S. 140.

8 Vgl. ebd., S. 162f.

9 Vgl. ebd., S. 172.

10 Vgl. ebd., S. 173f.

11 Ebd., S. 170.

12 Vgl. ebd., S. 171.

diesem Fall verliert der Rezipient jegliche Distanz zur Geschichte und hat das Bedürfnis, diese allumfassend nachzuahmen.¹³

„Die imitatio-Lektüre ist also eine radikalisierte Form der Text-Aneignung, sie begnügt sich nicht mit Phantasmen der Präsenz, sondern sie realisiert diese Präsenz aus eigener Kraft und gegen alle Widerstände einer textexternen ‚Wirklichkeit‘.“¹⁴

Man kann nicht verhehlen, dass die bis heute erhaltene Faszination rund um Goethes Werther eng mit den damaligen Selbstmorden als radikalster Schritt der Imitation zusammenhängt.¹⁵ Es existieren Beispiele, in denen der Suizid so detailreich wie möglich an die Vorlage angelehnt war¹⁶, wobei es hier mitunter schwer nachvollziehbar ist, welche Schilderungen als wirklich authentisch wahrgenommen werden dürfen oder welche nur mediengerecht aufbereitet waren.¹⁷ Martin Andree spricht von etwa einem Dutzend überlieferten Berichten von Selbstmorden im Zusammenhang mit der Lektüre des Werther-Textes. Er geht jedoch davon aus, dass es ebenso eine Anzahl von nicht übermittelten Fällen gibt, da man auch immer den Umgang mit dem Selbstmord in der damaligen Zeit, in der dieses Thema stark mit Tabus belegt war, mit einbeziehen muss.¹⁸ Durch diese Vorfälle wurde das Buch als bedrohlich eingestuft und es kam zu einer partiellen Zensur, beispielsweise im Jahr 1775 in der Stadt Leipzig.¹⁹

„Der von der Universität zuständige ‚Bücherkommissar‘ erkannte den Antrag an und legte eine Strafe von 10 Talern bei Zuwiderhandlung fest. Der Leipziger Stadtrat fertigte das Verbot aus, welches dann von den 28 Buchhändlern der Stadt unterschrieben wurde.“²⁰

1.1 Herleitung des Begriffs Fan

Fan-Sein ist heutzutage ein solches Massenphänomen, dass die umfassende Versorgung mit Dingen, von denen man Fan sein kann, einem eigenen Industriezweig zu gleichen scheint, welcher nicht müde wird, immer neue, möglichst fanrelevante, Gegenstände zu erzeugen. Aber was macht einen richtigen Fan aus und was unterscheidet ihn beispielsweise von Personen, die sich lediglich kurzzeitig für bestimmte Objekte interessieren? Herausgebildet hat sich der Begriff ‚Fan‘ erst im 19. Jahrhundert²¹, doch ungeachtet der Bezeichnung gab es partielle Ausformungen dieses

13 Vgl. Andree, Martin: Wenn Texte töten. Über Werther, Medienwirkung und Mediengewalt, München 2006, S. 174.

14 Ebd., S. 174f.

15 Vgl. ebd., S. 175.

16 Vgl. ebd., S. 179.

17 Vgl. ebd., S. 183.

18 Vgl. ebd., S. 187.

19 Vgl. ebd., S. 192.

20 Ebd., S. 193.

21 Vgl. Schmidt-Lux, Thomas: Geschichte der Fans, in: Roose, Jochen/Schäfer, Mike S./Schmidt-Lux, Thomas (Hg.): Fans. Soziologische Perspektiven (Erlebniswelten, Band 17), Wiesbaden 2010, S. 48.

Phänomens bereits viel früher, wie das Beispiel von Goethes Werther zeigte. Doch zu dieser Zeit wurden diese eher mit den Bezeichnungen ‚Anhänger‘ oder ‚Verehrer‘ versehen. Als Fans im heutigen Sinne können sie nicht klassifiziert werden, da diese erst durch die Massenmedien möglich wurden.²² Ein weiterer interessanter Gedanke wird in folgendem Zitat geäußert, wobei der Bezug hier Schiller und nicht Goethe gilt:

„Gerade weil Schiller als Nationaldichter verehrt wurde [...] waren seine Verehrer keine Fans. Das, was allgemein geachtet wird und zum Grundbestand einer allgemein vertretenden Ideologie gehört oder gehören kann, taugt nicht zum Fandom.“²³

Ableitend von diesem Zitat kann also gesagt werden, dass ein Fan-Sein von einem Objekt nicht möglich ist, wenn eine allgemeine Akzeptanz in der Bevölkerung vorhanden ist, da somit keinerlei Distanz vorherrscht oder erzeugt werden kann und auch keine Wahlfreiheit bezüglich des zu verehrenden Objekts besteht. Diese Voraussetzungen sind für einen Fan jedoch essentiell wichtig, da er nur so zu einer kritischen Betrachtung in der Lage ist. Andernfalls müsste man ihn eher als einen ‚Fanatiker‘ definieren, der nicht mehr fähig ist, die für ihn wichtigen Dinge zu hinterfragen und die damit verbundenen Bedeutungen als gegeben hinnimmt.²⁴

Obwohl es nachweislich also bereits weit vor dem 19. Jahrhundert Anhänger gab, die mit ihrer Leidenschaft ähnlich der heutigen Fans agierten, so galten sie zu dieser Zeit eher als eine moderne und schwer nachzuvollziehende Erscheinung. Doch ihr Auftreten verwundert nicht, wenn man bedenkt, wie sich die Gesellschaft und das Verständnis von Arbeit und Freizeit in diesem Zeitraum verändert hat. Es kam zu einem immer größer werdenden Bedürfnis nach Individualisierung, im Zuge dessen nahm die Bedeutung von Freizeitaktivitäten deutlich zu.²⁵ Ab Ende des 19. Jahrhunderts wurden Fans immer zahlreicher, da Fan zu sein für viele zu einem Teil ihrer individuellen Lebensauffassung wurde.²⁶ Doch bezog sich dies weitestgehend auf professionelle Sportteams, aber auch auf weibliche Theatergruppen, was die Kritik einer personenbezogenen Verehrung nach sich zog. Hier standen also einzelne Akteure im Vordergrund und nicht nur deren Können, wodurch sich der Fanbegriff auch mit Bezug auf die verehrte Person, den Star, herausbildete.²⁷ Gleichzeitig spielten bei der Verbreitung des Fan-Seins ebenso die technischen Errungenschaften eine wichtige Rolle, da hiermit der Zugang zu den verehrendswerten Objekten erleichtert oder für viele gar erst möglich gemacht wurde. Doch auch die Entwicklung hin zu

22 Vgl. Hügel, Hans-Otto: „Was heißt schon Fan?“ Thesenartige Diskussion des Begriffs in Abgrenzung zu anderen kulturellen Figuren, in: Frizzoni, Brigitte/Trummer, Manuel (Hg.): Erschaffen, Erleben, Erinnern. Beiträge der europäischen Ethnologie zur Fankulturforschung (Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung, Band 3), Würzburg 2016, S. 39.

23 Ebd., S. 39.

24 Vgl. ebd., S. 38f.

25 Vgl. Schmidt-Lux, Thomas: Geschichte der Fans, in: Roose, Jochen/Schäfer, Mike S./Schmidt-Lux, Thomas (Hg.): Fans. Soziologische Perspektiven (Erlebniswelten, Band 17), Wiesbaden 2010, S. 48f.

26 Vgl. ebd., S. 57.

27 Vgl. Göttlich, Udo/Krischke-Ramaswamy, Mohini: Fan, in: Hügel, Hans-Otto (Hg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen, Stuttgart 2003, S. 169.

höheren Löhnen, gepaart mit einer verringerten Arbeitszeit, müssen als Ursachen genannt werden, denn gerade der Faktor Zeit ist für Fans ein bedeutender.²⁸

Laut dem Etymologischen Wörterbuch des Deutschen kann man Fan als „jugendlicher begeisterter Anhänger“²⁹ definieren. Doch sind Fans ausschließlich unter Jugendlichen zu suchen? Bei der Erforschung des Themas für diese Arbeit wurden ebenso erwachsene Fans vorgefunden, was diese Definition den Gesamtkontext unvollständig erfassend wirken lässt. In einer weiteren Ausgabe des Etymologischen Wörterbuchs scheint die Bedeutung des Wortes besser beschrieben, denn hier ist bei einem Fan von einem „begeisterten Anhänger“³⁰ die Rede. Demnach lässt sich Fan von dem englischen Begriff ‚fanatic‘ ableiten, was ‚schwärmend‘ oder ‚eifern‘ bedeutet. ‚Fanatic‘ leitet sich wiederum vom lateinischen Wort ‚fanaticus‘ ab, welches ebenso ‚schwärmend‘, aber auch ‚rasend‘ oder ‚Schwärmer‘ bedeuten kann und welches auf das ebenfalls lateinische Wort ‚fanum‘ zurückzuführen ist, was mit ‚Ort der Gottheit‘ oder ‚Tempel‘ wiedergegeben wird.³¹ Laut dem Adjektiv ‚fanaticus‘, welches im 16. Jahrhundert ebenso als ‚religiös schwärmerisch, von der Gottheit ergriffen‘³² verstanden wurde, und durch dessen Entlehnung aus ‚fanum‘ könnte man das Fan-Sein ebenso als Bezeichnung eines Zustands religiöser Schwärmerei ansehen.³³ Die aus einem religiösen Kontext heraus entstandene Bezeichnung ‚Fanatiker‘ wird häufig auch auf politische Aktivisten übertragen, was ganz deutlich den Bezug zu affektivem und emotionalem Verhalten und zur herausragenden Bedeutung des Gegenstands herstellt.³⁴ Die Gesamtheit der Fanaktivitäten wird in der Literatur auch häufig als ‚Fandom‘ bezeichnet, was ebenso gut die Beziehungen unter den Fans mit in die Erklärung einschließt.³⁵

Durch die eindeutige Verwandtschaft mit dem Begriff ‚fanatic‘ war das Verständnis von einem Fan über viele Jahre mit negativen Assoziationen belegt.³⁶ Doch mittlerweile wird die Bezeichnung Fan für alle möglichen Arten von positiven Zuschreibungen verwendet, dabei ist es egal, ob es sich um Alltagsgegenstände oder Werke von Künstlern handelt. Sobald etwas als gut befunden und dies nach außen kommuniziert wird, ist der Vergleich mit einem Fan nicht mehr weit.³⁷

28 Vgl. Schmidt-Lux, Thomas: Geschichte der Fans, in: Roose, Jochen/Schäfer, Mike S./Schmidt-Lux, Thomas (Hg.): Fans. Soziologische Perspektiven, (Erlebniswelten, Band 17), Wiesbaden 2010, S. 63.

29 Pfeifer, Wolfgang (Hg.): Etymologisches Wörterbuch des Deutschen, Band 1 A-G, Berlin 1989, S. 408.

30 Kluge, Friedrich: Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache, 22. Auflage, Berlin 1989, S. 202.

31 Vgl. ebd., S. 202.

32 Vgl. ebd., S. 202.

33 Vgl. Krischke-Ramaswamy, Mohini: Populäre Kultur und Alltagskultur. Funktionelle und ästhetische Rezeptionserfahrungen von Fans und Szenegängern, Konstanz 2007, S. 31.

34 Vgl. Göttlich, Udo/Krischke-Ramaswamy, Mohini: Fan, in: Hügel, Hans-Otto (Hg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen, Stuttgart 2003, S. 168.

35 Vgl. Krischke-Ramaswamy, Mohini: Populäre Kultur und Alltagskultur. Funktionelle und ästhetische Rezeptionserfahrungen von Fans und Szenegängern, Konstanz 2007, S. 33.

36 Vgl. ebd., S. 32.

37 Vgl. ebd., S. 33.

„So verschwimmen die Grenzen zwischen Fandom, Schwärmerei oder Liebhaberei häufig, wodurch auch der Begriff ‚Fan‘ selbst unscharf wird.“³⁸

So oberflächlich diese Betrachtungsweise auch ist, so steckt doch ein wichtiger Aspekt des Fan-Seins in ihr: die Begeisterung für etwas und die Kommunikation darüber. Doch hinter dem Fan-Sein steckt noch weitaus mehr.

„Fankultur bedeutet gesellschaftliche Teilhabe, Fandom erschafft sich so laufend selbst – in leidenschaftlicher Beziehung zum Fan-Objekt.“³⁹

Fans begegnen ihrem Objekt der Verehrung immer mit Emotionalität und bauen darüber eine Beziehung auf. Diese Verbindung muss keine konstante Intensität aufweisen, doch erstreckt sie sich immer über einen längeren Zeitraum, welcher jedoch nicht klar definiert werden kann. Grundsätzlich ist damit gemeint, dass Fans sich längerfristig und durchgängig mit ihrem Fangegegenstand beschäftigen und sich nicht nur ab und zu bei Bedarf an etwas beteiligen, was als Fanaktivität gewertet werden könnte. Doch das wichtigste Kriterium, um einen Fan zu charakterisieren, ist, dass Fans mit ihrem Fanobjekt eine Verbindung eingehen. Dabei kann das Objekt ganz unterschiedlich besetzt sein, etwa mit Personen oder deren Schaffen, einzelnen Gegenständen oder auch abstrakten Dingen, wie Ländern oder Filmgenres. Wichtig hierbei ist, dass diese für den Fan *externe* Objekte sind, er also nicht von der Musikgruppe Fan sein kann, in der er selber spielt, und dass sie *öffentlich* zugänglich sind, was Beziehungen zu nahestehenden Personen ausschließt. Als letztes Charakteristikum ist die Handlungsrelevanz zu nennen, was bedeutet, dass Fans immer Zeit und/oder Geld in ihre Leidenschaft investieren, indem sie sich mit dem Gegenstand beschäftigen.⁴⁰ Durch diese wiederkehrende Auseinandersetzung mit dem Objekt kann eine Vertrautheit aufgebaut werden, auch wenn im Falle der Verehrung eines Stars das Verhältnis einseitig und von Distanz geprägt ist. Hier können dem Star vom Fan unterschiedliche Rollen zugeschrieben werden, etwa kann er als Vorbild, als Schwarm oder als Trostspender fungieren.⁴¹

Betrachtet man einen Fan also als Jemanden, der über einen meist längeren Zeitraum eine Person oder deren Tun verehrt und für die Beschäftigung mit diesem

38 Trummer, Manuel/Frizzoni, Brigitte: Einleitung: Erschaffen, Erleben, Erinnern. Fankulturen als Akteure populärer Unterhaltung und Vergnügung, in: Frizzoni, Brigitte/Trummer, Manuel (Hg.): Erschaffen, Erleben, Erinnern. Beiträge der europäischen Ethnologie zur Fankulturforschung (Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung, Band 3), Würzburg 2016, S. 11.

39 Ebd., S. 11.

40 Vgl. Roose, Jochen/Schäfer, Mike S./Schmidt-Lux, Thomas: Einleitung. Fans als Gegenstand soziologischer Forschung, in: Roose, Jochen/Schäfer, Mike S./Schmidt-Lux, Thomas (Hg.): Fans. Soziologische Perspektiven (Erlebniswelten, Band 17), Wiesbaden 2010, S. 13f.

41 Vgl. Otte, Gunnar: Fans und Sozialstruktur, in: Roose, Jochen/Schäfer, Mike S./Schmidt-Lux, Thomas (Hg.): Fans. Soziologische Perspektiven (Erlebniswelten, Band 17), Wiesbaden 2010, S. 74.

Gegenstand Zeit oder Geld aufwendet, so liegt der Vergleich mit einer religiösen Verehrung aufgrund von strukturellen Gemeinsamkeiten nahe.⁴²

„So gesehen könnten heutiges Fantum und Starverehrung als säkulare Formen einer ursprünglich religiös motivierten Beziehung interpretiert werden.“⁴³

Überspitzt ausgedrückt könnte man das Fan-Sein also als eine Art Ersatzreligion betrachten.⁴⁴

1.2 Charakteristik von Fans

Menschen können sich für viele Dinge begeistern und haben häufig einen regen Anteil an den vielfältigen Angeboten unserer Zeit. Häufig werden die Dinge, mit denen man sich intensiver auseinandersetzt, als Hobby betrachtet. Doch an welchem Punkt wandelt sich der Interessierte zu einem Fan und anhand welcher Merkmale lässt sich dies festmachen? Bereits vor vielen Jahrhunderten gab es Veranstaltungen, bei denen sich unter den Zuschauern sicher auch ein paar begeisterte Anhänger, was heutigen Fans wohl am nächsten kommt, verborgen haben dürften, man denke nur an die antiken Sportwettkämpfe in Olympia oder die zumeist grausamen Vorstellungen im Kolosseum in Rom. So gibt es zwar Untersuchungen zu dem damaligen Publikum, doch kann man deren Charakteristika und Beweggründe natürlich nicht automatisch mit denen von heutigen Fans gleichsetzen.⁴⁵

Fans erfreuen sich meist in einem nach außen gleich wirkendem Maße wie ‚normale‘ Konsumenten an den Produkten, die ihnen von den Stars oder den Medien angeboten werden. Dennoch scheinen sie eine tiefere Beziehung zu den Werken und den Stars selber aufzubauen. Doch diese Art emotionaler Verbindung ist für den Forscher nur sehr schwer sichtbar zu machen oder gar zu messen.⁴⁶ Verlieren viele Zuschauer nach dem besuchten Ereignis das Interesse am erlebten Objekt, so setzen sich Fans auch im Nachhinein noch intensiv auf die eine oder andere Weise damit

42 Vgl. Schmidt-Lux, Thomas: Geschichte der Fans, in: Roose, Jochen/Schäfer, Mike S./Schmidt-Lux, Thomas (Hg.): Fans. Soziologische Perspektiven (Erlebniswelten, Band 17), Wiesbaden 2010, S. 52.

43 Ebd., S. 52.

44 Dieser Ansatz soll im Kapitel 10: Erleben ausführlicher diskutiert werden

45 Vgl. Schmidt-Lux, Thomas: Geschichte der Fans, in: Roose, Jochen/Schäfer, Mike S./Schmidt-Lux, Thomas (Hg.): Fans. Soziologische Perspektiven (Erlebniswelten, Band 17), Wiesbaden 2010, S. 49.

46 Vgl. Grossberg, Lawrence: „I’d Rather Feel Bad than Not Feel Anything at All“: Rock and Roll, Vergnügen und Macht, in: Göttlich, Udo/Winter, Rainer (Hg.): Politik des Vergnügens. Zur Diskussion der Populärkultur in den Cultural Studies, Köln 2000, S. 22.

auseinander.⁴⁷ Durch diese wiederholte Rezeption erschafft der Fan für sich Bedeutung, die über reinen Konsum weit hinausgeht⁴⁸,

„[...] denn das aktive ‚Erschaffen‘, das emotionale ‚Erleben‘, das Identität stiftende ‚Erinnern‘ und Erzählen bilden konstruktive Kategorien, in denen die Kultur von Fans – sowohl im Kollektiv wie auf der Ebene individueller Alltagspraxen – empirisch greifbar zu Tage tritt.“⁴⁹

Fans investieren sehr viel in ihre Leidenschaft und erlangen dafür in den Augen Außenstehender keine greifbare Gegenleistung. Dies macht das Fantum für viele unverständlich, gerade in einer Welt, die von Optimierung und Kosten-Nutzen-Rechnungen geprägt ist.⁵⁰ Reines Interesse am Objekt zu haben reicht nicht aus, um als Fan zu gelten. Dennoch übersteigt dieses bei Fans immer das Maß, welches das allgemeine Publikum aufzubringen vermag.⁵¹ Durch die tiefgreifende Beschäftigung erarbeiten sich Fans mit der Zeit eine bestimmte Sachkenntnis, welche jedoch auch nicht zwingend auf einen Fan hinweisen muss.⁵²

Was hingegen bei allen Fans gleich ist, ist die gelebte Begeisterung, welche als zentrales Element des Fan-Seins angesehen werden kann. Doch diese macht Fans nicht zu unkritischen, alles hinnehmenden Anhängern. Durch ihre häufige Beschäftigung mit dem Objekt sammeln sie einen Fundus an Wissen an, auf den sie permanent zurückgreifen und womit sie alle Entwicklungen ihres Stars in einen kritischen Bezug setzen und abgleichen können.⁵³ Sie betrachten den Gegenstand demnach mit

47 Vgl. Trummer, Manuel/Frizzoni, Brigitte: Einleitung: Erschaffen, Erleben, Erinnern. Fankulturen als Akteure populärer Unterhaltung und Vergnügung, in: Frizzoni, Brigitte/Trummer, Manuel (Hg.): Erschaffen, Erleben, Erinnern. Beiträge der europäischen Ethnologie zur Fankulturforschung (Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung, Band 3), Würzburg 2016, S. 16.

48 Vgl. Hügel, Hans-Otto: „Was heißt schon Fan?“ Thesenartige Diskussion des Begriffs in Abgrenzung zu anderen kulturellen Figuren, in: Frizzoni, Brigitte/Trummer, Manuel (Hg.): Erschaffen, Erleben, Erinnern. Beiträge der europäischen Ethnologie zur Fankulturforschung (Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung, Band 3), Würzburg 2016, S. 19.

49 Trummer, Manuel/Frizzoni, Brigitte: Einleitung: Erschaffen, Erleben, Erinnern. Fankulturen als Akteure populärer Unterhaltung und Vergnügung, in: Frizzoni, Brigitte/Trummer, Manuel (Hg.): Erschaffen, Erleben, Erinnern. Beiträge der europäischen Ethnologie zur Fankulturforschung (Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung, Band 3), Würzburg 2016, S. 8.

50 Vgl. Hügel, Hans-Otto: „Was heißt schon Fan?“ Thesenartige Diskussion des Begriffs in Abgrenzung zu anderen kulturellen Figuren, in: Frizzoni, Brigitte/Trummer, Manuel (Hg.): Erschaffen, Erleben, Erinnern. Beiträge der europäischen Ethnologie zur Fankulturforschung (Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung, Band 3), Würzburg 2016, S. 22.

51 Vgl. ebd., S. 25.

52 Vgl. ebd., S. 27.

53 Vgl. Roose, Jochen/Schäfer, Mike S./Schmidt-Lux, Thomas: Einleitung. Fans als Gegenstand soziologischer Forschung, in: Roose, Jochen/Schäfer, Mike S./Schmidt-Lux, Thomas (Hg.): Fans. Soziologische Perspektiven (Erlebniswelten, Band 17), Wiesbaden 2010, S. 19.

einer „Mischung aus emotionaler Nähe und kritischer Distanz.“⁵⁴ Dabei kommt es häufig zu dem Phänomen, dass man bei den Stars, mit denen man sich beschäftigt, nach Ähnlichkeiten von Charaktereigenschaften mit den eigenen sucht und sich somit automatisch mit der Person vergleicht. Hier liegt es auf der Hand, dass bei einer hohen Übereinstimmung auch schnell Sympathien entwickelt werden können, doch da die dafür benötigten Informationen von den Medien nicht immer der Realität entsprechen müssen, sollte dies eher als spielerischer Umgang mit dem Star verstanden werden.⁵⁵ Gerade die Bedeutung des Gegenstands für den Fan und die somit beeinflusste Beurteilung und Bewertung, welche sich durch intensive Rezeption herausgebildet hat und in diesem Falle auch identitätsrelevant ist, unterscheidet einen Fan vom Zuschauer.⁵⁶ Durch eine häufige Rezeption, aber auch durch andere mögliche Aktivitäten kann der Fan eine affektive Beziehung zu seinem Objekt aufbauen.⁵⁷ Oftmals entwickelt sich hier eine jahrelange Beziehung zum Fanobjekt, welche den Lebensweg begleitet und worauf der Fan durch die somit entstandene Bedeutung kaum mehr verzichten kann und will.⁵⁸ Selten geschieht dies im Verborgenen. In den meisten Fällen trägt ein Fan sein Fan-Sein nach außen, er präsentiert es beispielsweise mithilfe von Symbolen oder fanspezifischen Handlungen.⁵⁹ Dies macht einen Fan aber mitnichten zu einem Fanatiker, was jemanden meint

„[...], der sich einer Sache, einem Glauben, einer Ideologie, einer (politischen, gesellschaftlichen etc.) Überzeugung widmet, die – so sie sich durchsetzt – die Welt verändert.“⁶⁰

Außerdem hat ein Fan die Möglichkeit, seine persönlichen Erlebnisse innerhalb seiner Fangemeinschaft mittels sozialer Interaktion zu verarbeiten, wodurch er eine zuschauende in eine gelebte Kultur verwandelt.⁶¹

54 Krishke-Ramaswamy, Mohini: Populäre Kultur und Alltagskultur. Funktionelle und ästhetische Rezeptionserfahrungen von Fans und Szenegängern, Konstanz 2007, S. 39.

55 Vgl. Ullrich, Wolfgang: Starkult als Verdoppelung: Doubles, in: Ullrich, Wolfgang/Schirdewahn, Sabine (Hg.): Stars. Annäherung an ein Phänomen, Frankfurt am Main 2002, S. 122.

56 Vgl. Keller, Katrin: Der Star und seine Nutzer. Starkult und Identität in der Mediengesellschaft, Bielefeld 2008, S. 184f.

57 Vgl. Hills, Matt: Fan Cultures (Sussex studies in culture and communication), London 2002, S. 145.

58 Vgl. Hügel, Hans-Otto: „Was heißt schon Fan?“ Thesenartige Diskussion des Begriffs in Abgrenzung zu anderen kulturellen Figuren, in: Frizzoni, Brigitte/Trummer, Manuel (Hg.): Erschaffen, Erleben, Erinnern. Beiträge der europäischen Ethnologie zur Fankulturforschung (Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung, Band 3), Würzburg 2016, S. 29.

59 Vgl. Mikos, Lothar: Der Fan, in: Moebius, Stephan/Schroer, Markus (Hg.): Diven, Hacker, Spekulant. Sozialfiguren der Gegenwart, Berlin 2010, S. 109.

60 Hügel, Hans-Otto: „Was heißt schon Fan?“ Thesenartige Diskussion des Begriffs in Abgrenzung zu anderen kulturellen Figuren, in: Frizzoni, Brigitte/Trummer, Manuel (Hg.): Erschaffen, Erleben, Erinnern. Beiträge der europäischen Ethnologie zur Fankulturforschung (Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung, Band 3), Würzburg 2016, S. 39.

61 Vgl. Jenkins, Henry: Fans, Bloggers, and Gamers. Exploring participatory culture, New York 2006, S. 41.

Weiterhin kann man unter den heutigen Fans eine zunehmende Professionalisierung erkennen, was sich unter anderem darin bemerkbar macht, dass sie bestrebt sind, ihr Fan-Sein gut zu organisieren. Dies spielt vor allem eine Rolle, wenn es um die Leitung einer Fangruppe geht und man als Fanclubleiter beispielsweise regelmäßige Treffen oder Fahrten zu den Veranstaltungen arrangiert oder auch den Kontakt zum Star herstellen kann. Da die große Menge an Fans außerdem einen hohen Bedarf an passendem Merchandise hat und bereit ist, entsprechende Summen zu zahlen, kann man ebenso von einer Kommerzialisierung sprechen. Mittlerweile hat sich ein riesiger Markt für Fanutensilien jeglicher Art entwickelt, auf dem es so gut wie nichts gibt, was es nicht gibt.⁶² So wie beim Konsum gibt es heutzutage kaum noch Bereiche des öffentlichen Lebens, die nicht mit irgendeiner Fankultur verbunden sind oder von ihr beeinflusst werden. Selbst wenn man an persönliche Kommunikation denkt, drehen sich viele Gespräche gerade beim Kennenlernen häufig um Präferenzen im Bereich Musik, Film oder Sport. Auch die Menge an Darstellungen in den Medien zeigt die große Bedeutung, die der Fankultur inzwischen zukommt und wie selbstverständlich die Wahrnehmung als Fan mittlerweile ist.⁶³

„Fantom kann mit unterschiedlichem Gewicht der affektiven, kognitiven und verhaltensorientierten Komponenten gelebt werden, eine mehr oder weniger elaborierte Rezeption aufweisen und eher öffentlich oder eher privat stattfinden.“⁶⁴

Diese Definition zeigt, dass man einen Fan nicht mit scharfen, eindeutigen Linien umrahmen kann, sondern eher Verhaltensmuster umschreibt, innerhalb derer sich Fans von den reinen Konsumenten unterscheiden.

Neben der Begeisterung und Verehrung ist auch Zeit ein wichtiger Indikator, denn Fans sind eher bereit, einen beträchtlichen Anteil ihrer Freizeit in die Beschäftigung mit ihrem Bezugsobjekt zu investieren, doch auch Geld wird gerne dafür ausgegeben. Man kann bei Fans sogar von systematischem Konsum sprechen, da sie gerne durch Sammeln ihren Fundus an Wissen und die zum Objekt dazugehörigen Utensilien vervollständigen.⁶⁵

Fan-Sein spielt sich zu einem großen Teil im privaten Lebensbereich ab und äußert sich hier in eher gewöhnlichen und unscheinbaren Handlungen, die dennoch eine wichtige Informationsquelle für den Forscher und Anhaltspunkte über die Komplexität und Bedeutungstiefe liefern können.⁶⁶

62 Vgl. Schmidt-Lux, Thomas: Geschichte der Fans, in: Roose, Jochen/Schäfer, Mike S./Schmidt-Lux, Thomas (Hg.): Fans. Soziologische Perspektiven (Erlebniswelten, Band 17), Wiesbaden 2010, S. 58f.

63 Vgl. Sandvoss, Cornel: Fans. The mirror of consumption, Cambridge 2005, S. 3.

64 Otte, Gunnar: Fans und Sozialstruktur, in: Roose, Jochen/Schäfer, Mike S./Schmidt-Lux, Thomas (Hg.): Fans. Soziologische Perspektiven (Erlebniswelten, Band 17), Wiesbaden 2010, S. 76.

65 Vgl. ebd., S. 75.

66 Vgl. Schmidt-Lux, Thomas: Fans und alltägliche Lebensführung, in: Roose, Jochen/Schäfer, Mike S./Schmidt-Lux, Thomas (Hg.): Fans. Soziologische Perspektiven (Erlebniswelten, Band 17), Wiesbaden 2010, S. 133.

„Die Übergänge vom Alltag zur Fankultur sind [...] oftmals fließend, und die Fans wechseln ebenso fließend, selbstverständlich und kompetent zwischen diesen verschiedenen Lebenswelten hin und her.“⁶⁷

Inwieweit das Fan-Sein hierbei den Alltag beeinflusst, kann ganz unterschiedliche Dimensionen haben. Auch die Schwerpunkte des Interesses können verschieden sein. So steht für den einen Fan klar das Bezugsobjekt im Mittelpunkt, während für andere die Gemeinschaft und die Rezeption den Kern ihres Fan-Seins bilden.⁶⁸

Ebenso ist die Entscheidung, von was man letztendlich Fan wird, durch das Land und von der Epoche, in der man lebt, beeinflusst. Das liegt zu einem Großteil an der Vorauswahl der Medien, welche der potentielle Fan benutzt, da diese ihr Programm sowohl auf den kulturellen Hintergrund als auch auf die angenommenen Bedürfnisse der Konsumenten abzustimmen versuchen. Ebenso kann man davon ausgehen, dass bei national organisierten Medien auch nationale Stars im Mittelpunkt stehen. Liegt der Fokus jedoch auf internationalen Stars, entstehen unter den Mediennutzern auch deren Fans. Weiterhin wird bei der Wahl des Fanobjektes gerade bei Jugendlichen das eigene soziale Umfeld berücksichtigt, da hier hauptsächlich Dinge in Frage kommen, die von den anderen Jugendlichen akzeptiert werden würden. Auch die eigene Familie kann bei der Auswahl eine Rolle spielen, wenn man beispielsweise an ein generationenübergreifendes Fan-Sein eines regionalen Fußballvereins denkt.⁶⁹ Außerdem muss bei Jugendlichen die Motivation für fankulturelles Handeln betrachtet und hinterfragt werden, da diese eventuell auch mit den speziellen Anforderungen und Wünschen in dieser Lebensphase zusammenhängt. Aus kurzlebiger, jugendlicher Leidenschaft für ein Objekt wird nicht immer eine jahrelange Fankarriere entstehen.

1.3 Unterschiedliche Intensitäten des Fan-Seins

So wie das Fan-Sein für viele zum individuellen Lebensstil gehört, hat mittlerweile auch die Fankultur einen festen Platz im kulturellen Repertoire unserer Zeit. Und genauso wie sich Fans voneinander unterscheiden, existieren auch verschieden profilierte Gemeinschaften von Fans, was man sowohl auf die Außendarstellung, aber auch auf die nach innen gerichteten Ausprägungen beziehen kann. Die Fankultur erfreut sich einer so regen Anteilnahme, dass sich mittlerweile eine unüberschaubare Menge an unterschiedlichen Fangruppen herausgebildet hat. Selbst in einer von außen als einheitlich betrachteten Fankultur, die sich beispielsweise nur auf eine Musikgruppe bezieht und schon über viele Jahre aktiv ist, bilden sich mit der Zeit unterschiedliche Lager, welche sich etwa über die Dauer der Anhängerschaft defi-

67 Wenger, Christian: *Jenseits der Sterne. Gemeinschaft und Identität in Fankulturen*. Zur Konstitution des Star Trek-Fandoms, Bielefeld 2006, S. 119.

68 Vgl. Sandvoss, Cornel: *Fans. The mirror of consumption*, Cambridge 2005, S. 10.

69 Vgl. Otte, Gunnar: Fans und Sozialstruktur, in: Roose, Jochen/Schäfer, Mike S./Schmidt-Lux, Thomas (Hg.): *Fans. Soziologische Perspektiven (Erlebniswelten, Band 17)*, Wiesbaden 2010, S. 81.

nieren.⁷⁰ Man kann hier also „[...] von einem Massenphänomen bei gleichzeitiger Individualisierung der Fankultur sprechen.“⁷¹

Die Fankultur ist ein soziales Konstrukt, welches im Kern durch die Alltags-handlungen der Fans zusammengehalten und legitimiert wird. Innerhalb der Gruppen hat das Fantum für die einzelnen Fans eine unterschiedlich gewichtete Stellung und die Mitgliedschaft beruht auf Freiwilligkeit. Das durch die Fangruppen aufgebaute Sinnsystem und die Mitgliedschaft in einer solchen kann Identität vermitteln und dem Einzelnen das Gefühl geben, einer Gemeinschaft anzugehören, wodurch die Verortung innerhalb der Gesellschaft erleichtert wird.⁷² Dennoch kann man Fankulturen nicht mit traditionellen Kulturen gleichsetzen. Auch wenn sie Identität bei den Mitgliedern erzeugen können, so gelten für sie jedoch keine allgemeingültigen Zuschreibungen, wie es bei den Traditionellen beispielsweise Klassengrenzen oder Ethnien sein können. Oder anders gesagt: Fans erkennt man in der Regel nur dann, wenn sie dies auch wünschen und sich entsprechend als Fan zu erkennen geben.⁷³

Auch wenn man einen Fan durch bestimmte Charakteristika und Verhaltensmuster von den lediglich Interessierten abgrenzen kann, so heißt das nicht, dass Fans eine homogene Gruppe darstellen, denn innerhalb dieser gibt es ebenfalls wieder unterschiedliche Ausprägungen von Intensität, Bedeutungstiefe, Interessensschwerpunkt und dem Grad der Beeinflussung des Alltags. Genügt dem einen Fan beispielsweise eine gelegentliche Rezeption seines bevorzugten Objekts, so versuchen andere Fans, sich in ihrem Alltag komplett mit Dingen zu umgeben, die etwas mit ihrem Star zu tun haben, was gewollt eine fast ununterbrochene Beschäftigung nach sich zieht.⁷⁴ Hier gibt es unter anderem die These, ob man anhand von verschiedenen Fanbiografien einen allgemeingültigen Ablauf erkennen kann, inwiefern sich die Bedürfnisse nach den verschiedenen Fanaktivitäten aufbauen und diese ausgelebt werden.⁷⁵

„Diese als specialisation thesis diskutierte Annahme sieht die stark alltagsstrukturierende Stellung von Fanaktivitäten nicht bloß als mögliche Spielart des Fantums, sondern als Endpunkt regelrechter Fankarrieren an.“⁷⁶

Die Art der Beschäftigung im Alltag kann hierbei unterschiedliche Formen annehmen und durch eine Vielzahl an Aktivitäten ausgelebt werden. Ein wichtiger Aspekt des Ausdrucks des Fan-Seins ist das Vorzeigen der wertvollsten Fangegenstände, welche in diesem Fall meist nicht durch einen realen Wert sondern eher durch den emotionalen Wert, da sie mit bestimmten Erinnerungen verknüpft sind, bemessen

70 Vgl. Schmidt-Lux, Thomas: Geschichte der Fans, in: Roose, Jochen/Schäfer, Mike S./Schmidt-Lux, Thomas (Hg.): Fans. Soziologische Perspektiven (Erlebniswelten, Band 17), Wiesbaden 2010, S. 58f.

71 Ebd., S. 59.

72 Vgl. Wenger, Christian: Jenseits der Sterne. Gemeinschaft und Identität in Fankulturen. Zur Konstitution des Star Trek-Fandoms, Bielefeld 2006, S. 241.

73 Vgl. ebd., S. 243.

74 Vgl. Schmidt-Lux, Thomas: Fans und alltägliche Lebensführung, in: Roose, Jochen/Schäfer, Mike S./Schmidt-Lux, Thomas (Hg.): Fans. Soziologische Perspektiven (Erlebniswelten, Band 17), Wiesbaden 2010, S. 136.

75 Vgl. ebd., S. 137.

76 Ebd., S. 137.

werden. Mit diesen Objekten wird die Wohnung gerne für das Verständnis des Fans stilvoll ausgestattet und gerade die besonderen Dinge scheinen für den Besucher wie bei einer Präsentation drapiert. Mit dieser Ausdrucksmöglichkeit machen Fans gerne ihre besondere Rolle in ihrer Fangemeinschaft oder die eventuell vorhandene, enge Bindung zum Star für andere sichtbar.⁷⁷ Durch die Verehrung einer Person kommt es beim Fan weiterhin zu dem Bedürfnis, sich alle Informationen anzueignen, wodurch er zu einem Experten der jeweiligen Biografie und dem damit zusammenhängenden Wissen wird. Hierbei spielt auch die Tatsache eine Rolle, dass Fans das Gefühl haben, sich für ihre Faszination rechtfertigen zu müssen, was häufig dazu führt, dass Fans ihren verehrten Star idealisieren oder gar mystifizieren, um ihre Bewunderung vermitteln zu können.⁷⁸

Schwierig wird es, wenn man versuchen möchte, die Intensität der eingebrachten Emotionen bei Fans zu erklären oder darzustellen, da dies sehr individuelle Vorgänge sind, die man kaum messen oder kategorisieren kann. Ebenso sagt die Emotionalität eines Fans nichts über die Menge seiner produktiven Tätigkeiten aus.⁷⁹ Dennoch macht gerade die Flucht aus dem Alltag in eine für Fans wunderbare Welt, welche hauptsächlich auf Emotionalität aufgebaut ist, einen der entscheidenden Reize für ihr Fan-Sein aus.⁸⁰ So können Fans auch verschiedene Fantasien rund um ihren Star nutzen, um der Realität zu entfliehen. Gerade wenn der Star für den Fan als Schwarm fungiert und somit ein Begehren aufgebaut wird, liegt es auf der Hand, dass dies zu einer häufigen gedanklichen Beschäftigung beim Fan führt.⁸¹ In der Schlussbetrachtung dieser Arbeit wird der Versuch unternommen, die interviewten Probanden aufgrund ihrer Art der Auslegung ihres Fan-Seins und ihrer Prioritäten zu klassifizieren und zu charakterisieren, um auch hier die unterschiedlichen Möglichkeiten und die Heterogenität unter verschiedenen Fans aufzuzeigen.

1.4 Bedeutung von Fankultur

Die Fankultur ist mittlerweile als ganz normaler Bestandteil unserer Lebenswelten akzeptiert. Dabei kann sie in ihrer ganzen Vielfalt auch unterschiedliche Aufgaben erfüllen oder bei bestimmten Zielgruppen unterschiedliche Bedeutungen einnehmen. Ein besonderes Augenmerk soll im Weiteren auf den Jugendlichen als Fan gelegt werden, da ihm das Fan-Sein dabei behilflich sein kann, die an ihn gestellten Anforderungen bezüglich Alltag und Entwicklung zu bewältigen. Somit können Jugendliche gänzlich andere Erwartungen an ihr Fanobjekt haben als beispielsweise langjäh-

77 Vgl. Gebhardt, Winfried: Fans und Distinktion, in: Roose, Jochen/Schäfer, Mike S./Schmidt-Lux, Thomas (Hg.): Fans. Soziologische Perspektiven (Erlebniswelten, Band 17), Wiesbaden 2010, S. 193.

78 Vgl. ebd., S. 196f.

79 Vgl. Sandvoss, Cornel: Fans. The mirror of consumption, Cambridge 2005, S. 6.

80 Vgl. Jenkins, Henry: Fans, Bloggers, and Gamers. Exploring participatory culture, New York 2006, S. 42.

81 Vgl. Hipfl, Brigitte: Inszenierungen des Begehrens: Zur Rolle der Fantasien im Umgang mit Medien, in: Hepp, Andreas/Winter, Rainer (Hg.): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse (Medien – Kultur – Kommunikation), Wiesbaden 2006, S. 145.

rige, erwachsene Fans. Doch ebenso kann die Fankultur für alle Altersgruppen grundlegende Aufgaben übernehmen, auf welche nachfolgend im Einzelnen eingegangen werden soll.

1.4.1 Fankultur bei Jugendlichen

In unserer immer schnelllebigeren Zeit, wo ein Trend den nächsten zu jagen scheint, sind die Interessensangebote für Jugendliche schier unüberschaubar. Was in der einen Woche noch als das Nonplusultra gilt, kann bereits in der nächsten von etwas noch Begehrterem abgelöst werden. Die Jugendlichen von heute stehen vor einem geradezu unüberschaubaren Berg an Möglichkeiten, um sich einer Gruppe zuzuordnen oder um sich darzustellen und auszudrücken. Da Jugendliche sich gerne ausprobieren und zuweilen auch provozieren wollen, existiert eine Vielzahl an möglichen Lebensstilen und Subkulturen parallel. Doch diese Stile sind nicht starr, auch sie befinden sich in einem stetigen Wandel, so dass man sich immer wieder neu informieren muss, um den nächsten Trend nicht zu verpassen.⁸²

„Viele Jugendliche leben heute sowohl freiwillig als auch unfreiwillig betont gegenwartsbezogen, um sich Optionen offen zu halten, um flexibel auf ungewisse, nicht kalkulierbare, diffuse Lebenssituationen zu reagieren. Die Aktualität des Augenblicks gewinnt Prominenz und Übergewicht gegenüber der prekären, ungewissen Zukunft.“⁸³

Diese Suche nach dem passenden Lebensentwurf kann auch an die Frage nach einer Sinnsuche gekoppelt werden. Zwar bietet sich den Jugendlichen heutzutage die größte Menge an Möglichkeiten aller Zeiten, doch die Grundbedürfnisse nach Sicherheit, Geborgenheit und stabilen Bindungen haben sich nicht verändert. Dennoch scheint es heute schwieriger, diese Bedürfnisse zu stillen. War man früher fest in Dorfgemeinschaften eingebunden, muss man sich heute den Anforderungen einer globalisierten Welt und eines als unsicher empfundenen Arbeitsmarktes stellen. Jugendliche wachsen nun mit den Vorgaben der ständigen Weiterbildung und der nahezu uneingeschränkten Flexibilität auf.⁸⁴

Auch ist die heutige Unterscheidung zwischen Jugendlichen und Erwachsenen nicht mehr so eindeutig wie früher, als traditionelle Initiationsriten diesen Übergang für alle Beteiligten offenkundig werden ließen.

„Jugendliche durchlaufen heute eine Vielzahl von Statuspassagen, die aber inzwischen als Teilmündigkeiten immer mehr über institutionelle Verfestigungen und Einrichtungen (etwa über das variante Übergänge ermöglichende Bildungssystem, über globale Verschränkungen und mediale Verflüssigungen der komplexen Lebensver-

82 Vgl. Farin, Klaus: generation-kick.de. Jugendsubkulturen heute, München 2001, S. 20.

83 Ferchhoff, Wilfried: Strukturwandel der Jugend(-phase) und Jugend(vor-)bilder. Aktuelle Trends aus der Jugendforschung Idealtypische Jugendbilder, in: Bizer, Christoph/Englert, Rudolf/Kohler-Spiegel, Helga u.a. (Hg.): Sehnsucht nach Orientierung. Vorbilder im Religionsunterricht (Jahrbuch der Religionspädagogik, Band 24), Neukirchen-Vluyn 2008, S. 39.

84 Vgl. ebd., S. 32.

hältnisse) sehr abstrakt gesteuert und geregelt werden und keine direkte soziokulturelle und moralisch-pädagogische Einwirkung mehr leisten wollen oder können.“⁸⁵

Zwar ermöglichen die langen Ausbildungszeiten den Jugendlichen heute scheinbar größere Freiräume, in denen sie sich ausprobieren können, dennoch lasten die Erwartungen für die Zeit danach auf ihnen, so dass die verfügbaren Jahre neben dem Erwachsenwerden auch für die Ausbildung genutzt werden müssen, um sich das vorgestellte Leben ermöglichen zu können.⁸⁶ Dabei sind die Konsequenzen der gemachten Entscheidungen in diesem Lebensabschnitt heute kaum mehr vorhersehbar⁸⁷, was zu Verunsicherungen führt. Und gleichzeitig findet eine Entwertung von Familien, Schulen und kirchlichen oder politischen Institutionen als Sozialisationsinstanzen statt, so dass auch hier keine oder mangelhafte Orientierungshilfe mehr angeboten wird.⁸⁸ Dies wird vom Jugendlichen durch die Zuwendung zu Freunden mit der gleichen Einstellung und den gleichen Bedürfnissen zu kompensieren versucht. Um zu diesen Anschluss zu bekommen, wenden sie sich häufig einer bestimmten Szene zu.⁸⁹

Eine Szene ist dabei immer auf ein bestimmtes Thema (z.B. Musikstil, Sportart oder bestimmte Konsumgegenstände) fokussiert, welches die Aktivitäten der Mitglieder hauptsächlich bestimmt.⁹⁰ Die Szenemitglieder teilen in der Regel Anschauungen und Vorlieben und drücken dies in ähnlichen Handlungen aus.⁹¹

„Vor allem in diesem Sinne lässt sich eine Szene mithin als Netzwerk von Personen verstehen, die bestimmte materielle und/oder mentale Formen der kollektiven (Selbst-)Stilisierung teilen und diese Gemeinsamkeiten kommunikativ stabilisieren, modifizieren und transformieren.“⁹²

Durch kollektives Verhalten und Kommunikation versichern sich die Mitglieder immer wieder aufs Neue der Bedeutung ihres Themas oder festigen ihren Glauben daran, was zum Entstehen eines ‚Wir-Gefühls‘ beiträgt.⁹³ Gestärkt wird dies außerdem durch einen gemeinsamen Szenetreffpunkt.⁹⁴ Werden Szenen zu groß, besteht die Gefahr einer Kommerzialisierung, was wiederum die Problematik beinhaltet, dass ein Großteil des Publikums nur wegen des Konsums und dem Erlebnis teilnimmt, diese aber von dem ‚wahren Kern‘ nicht mehr als authentisch wahrgenom-

85 Ferchhoff, Wilfried: Strukturwandel der Jugend(-phase) und Jugend(vor-)bilder. Aktuelle Trends aus der Jugendforschung Idealtypische Jugendbilder, in: Bizer, Christoph/Englert, Rudolf/Kohler-Spiegel, Helga u.a. (Hg.): Sehnsucht nach Orientierung. Vorbilder im Religionsunterricht (Jahrbuch der Religionspädagogik, Band 24), Neukirchen-Vluyn 2008, S. 36.

86 Vgl. Hitzler, Ronald/Bucher, Thomas/Niederbacher, Arne: Leben in Szenen. Formen jugendlicher Vergemeinschaftung heute (Erlebniswelten, Band 3), Opladen 2001, S. 15.

87 Vgl. ebd., S. 16.

88 Vgl. ebd., S. 19.

89 Vgl. ebd., S. 20.

90 Vgl. ebd., S. 20.

91 Vgl. ebd., S. 20f.

92 Ebd., S. 21.

93 Vgl. ebd., S. 23.

94 Vgl. ebd., S. 24.

men werden.⁹⁵ Außerdem öffnen sich Szenen mit ihrer Popularität Mitgliedern jeden Alters und werden auch gerne frequentiert, was eine neue Entwicklung nach sich zieht⁹⁶:

„Die in Szenen exemplarisch vorfindliche mentale Disposition ‚Jugendlichkeit‘ impliziert im wesentlichen keine Auflehnung, keine Protesthaltung (mehr), sondern eher ein Ignorieren von, ein Sich-Heraushalten aus, eine Selbst-Entpflichtung gegenüber zivilisatorischen Wichtigkeiten und Richtigkeiten.“⁹⁷

Somit kann angezweifelt werden, dass man Jugendkultur grundsätzlich als eine Art Ankündigung an die Gesellschaft verstehen kann, welche automatisch mit Auflehnung und Rebellion gleichgesetzt wird.⁹⁸ Wo Symbole in Subkulturen als Alleinstellungs- und Individualisierungsmerkmale genutzt werden, bewirken Popularisierung und Kommerzialisierung das genaue Gegenteil: eine Inflation der Symbole, verbunden mit einer Verallgemeinerung, die dem ursprünglichen Zweck nicht mehr dienlich ist.⁹⁹ Der Begriff Subkultur bezieht sich in seiner Bedeutung also nicht ausschließlich auf Jugendliche und

„[...] soll unterstreichen, dass die Gesellschaften des Westens kulturell diversifiziert sind und eine Reihe von Bevölkerungssegmenten umfassen, die sich durch ihre ‚kulturellen Muster‘ unterscheiden, wobei Beispiele für solche Subkulturen von ethnischen und linguistischen Gemeinschaften bis zu Gruppierungen wie Hip-Hop-Fans, Hare-Krishna-Gemeinschaften, Gruppen von Computer-Hackern oder Fußball-Hooligans reichen.“¹⁰⁰

Jugendlichkeit ist heutzutage zu einer erstrebenswerten Eigenschaft aufgestiegen, da man sie mit positiven Attributen wie Schönheit, Kraft und Gesundheit gleichsetzt, was dazu führt, dass der Jugendkult in nahezu allen Altersklassen anzutreffen ist.¹⁰¹

„Der Wahn von der jugendlichen Erfüllung lässt die Erwachsenen schließlich glauben, fast unbegrenzt ein gleichwertiger und vollgültiger Partner der Jugend zu sein. Erlebte Wirklichkeit und Wunschvorstellung, Sehnsucht und Traumbild gehen inein-

95 Vgl. Hitzler, Ronald/Bucher, Thomas/Niederbacher, Arne: Leben in Szenen. Formen jugendlicher Vergemeinschaftung heute (Erlebniswelten, Band 3), Opladen 2001, S. 231.

96 Vgl. ebd., S. 233.

97 Ebd., S. 234.

98 Vgl. Maase, Kaspar: Jugendkultur, in: Hügel, Hans-Otto (Hg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen, Stuttgart 2003, S. 42.

99 Vgl. Winter, Rainer: Popularisierung, in: Hügel, Hans-Otto (Hg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen, Stuttgart 2003, S. 349.

100 Wuggenig, Ulf: Subkultur, in: Hügel, Hans-Otto (Hg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen, Stuttgart 2003, S. 66.

101 Vgl. Ferchhoff, Wilfried: Strukturwandel der Jugend(-phase) und Jugend(vor-)bilder. Aktuelle Trends aus der Jugendforschung Idealtypische Jugendbilder, in: Bizer, Christoph/Englert, Rudolf/Kohler-Spiegel, Helga u.a. (Hg.): Sehnsucht nach Orientierung. Vorbilder im Religionsunterricht (Jahrbuch der Religionspädagogik, Band 24), Neukirchen-Vluyn 2008, S. 36f.

inander über. Jugendlichkeit wird zu einem absoluten Wert, den die Gesellschaft vergöttert und verehrt.“¹⁰²

Werbung und Medien vermitteln uns immer häufiger die Vorzüge der Jugendlichkeit, an denen wir uns unbedingt festhalten sollen.¹⁰³ Außerdem ist Jugendlichkeit in der heutigen Vorstellung keine unbedingte Frage des Alters mehr, sondern sie bezieht sich eher auf die Einstellung zur Welt, was meint, dass hier Menschen im Erwachsenenalter Dingen und Handlungen Bedeutung beimessen oder diese als Priorität ansehen, die im Konsens der Gesellschaft nicht als typisch erwachsen angesehen und verstanden werden.¹⁰⁴ Gleichzeitig wird Reife und Alter mit negativen Begriffen wie altmodisch, langsam und vermindert leistungsfähig assoziiert. Waren die Älteren früher die beliebtesten Ratgeber bei Problemen in der Lebensgestaltung und Autoritäten in den Familien, verlor diese Funktion im Zuge der Globalisierung immer mehr an Bedeutung. Das mag daran liegen, dass einmal gelernte Berufe heute kein Garant mehr sind, diese Tätigkeit auch bis zum Renteneintritt ausüben zu können. Außerdem ist unser Aktionsradius heute größer denn je, was dazu führt, dass viele Familien auseinandersiedeln und dadurch der Zeitrahmen für einen unmittelbaren Kontakt immer kleiner wird.¹⁰⁵

„Die verschiedensten Kontrollmechanismen und Kommunikationssysteme der Gesellschaft lenken das Verhalten der Erwachsenen in gesellschaftlich erwünschte Bahnen – einmal in Richtung auf das soziale Leitbild ‚Jugendlichkeit‘, zum anderen in Richtung auf das gesellschaftlich erwünschte Verhaltensziel ‚Leistungsfähigkeit‘. Der Kult mit dem Jungsein ist ein gesellschaftliches Bedürfnis.“¹⁰⁶

Doch wie schaffen es die ‚wirklichen‘ Jugendlichen, sich ihre eigene Kultur zu schaffen? Heute stehen dafür mehr denn je Möglichkeiten zur Verfügung, auch wenn sich die meisten auf die alles durchdringende Medienwelt zurückführen lassen. Man sieht momentan kaum einen Jugendlichen ohne sein Smartphone oder seinen MP3-Player auf der Straße. Die Medien sind allgegenwärtig und können jederzeit von fast jedem Standort aus abgerufen werden. Jugendliche nutzen die Chancen, die ihnen diese Entwicklungen bieten. Sei es zur Kommunikation, Partnersuche oder Selbstdarstellung in den gängigen sozialen Netzwerken. Kaum etwas scheint ihnen heutzutage wichtiger zu sein.¹⁰⁷ Und genau von diesen Medien bekommen Jugendliche auch die Vorschläge, aus denen sie sich die Dinge herauspi-

102 Opaschowski, Horst W.: Der Jugendkult in der Bundesrepublik, Düsseldorf 1971, S. 18.

103 Vgl. ebd., S. 21f.

104 Vgl. Hitzler, Ronald: Eventisierung. Drei Fallstudien zum marketingstrategischen Massenspaß, (Otto-von-Freising-Vorlesungen der katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt), Wiesbaden 2011, S. 70.

105 Vgl. Opaschowski, Horst W.: Der Jugendkult in der Bundesrepublik, Düsseldorf 1971, S. 27.

106 Ebd., S. 37.

107 Vgl. Ferchhoff, Wilfried: Strukturwandel der Jugend(-phase) und Jugend(vor-)bilder. Aktuelle Trends aus der Jugendforschung Idealtypische Jugendbilder, in: Bizer, Christoph/Englert, Rudolf/Kohler-Spiegel, Helga u.a. (Hg.): Sehnsucht nach Orientierung. Vorbilder im Religionsunterricht (Jahrbuch der Religionspädagogik, Band 24), Neukirchen-Vluyn 2008, S. 41.

cken, von denen sie meinen, sie würden sie am besten repräsentieren. „Die Grenzen zwischen medialer Botschaft und ‚individuellem‘ Sein verschwimmen.“¹⁰⁸

Außerdem wird somit ebenfalls das Bedürfnis gespeist, begehrte Dinge sofort zu konsumieren oder zu erleben, um schnell zu einer – meist jedoch nur kurzzeitigen – Befriedigung zu gelangen.¹⁰⁹ Hier muss man sich die Frage stellen, inwiefern die Jugendlichen selbst über ihre Vorlieben entscheiden oder inwieweit sie dabei von den Medien unterbewusst beeinflusst werden? Nehmen sie einfach die vorgegebenen Dinge an, ohne sie zu hinterfragen, und meinen sie wirklich, dass diese ihre Individualität am besten ausdrücken? Denn gerade im jugendlichen Alter haben wir noch kein ausreichendes Selbstbewusstsein aufgebaut, um uns gegen den medien-gemachten Mainstream zu stemmen. Dieses Verhalten wäre gleichbedeutend mit einer selbstgewollten Ausgrenzung aus der sozialen Gruppe der Gleichaltrigen. Und ausgerechnet diese ist ein wichtiger, wenn nicht der wichtigste, Bestandteil im Leben der Jugendlichen. Indem Jugendliche ihre Freizeit in ihrem Freundeskreis verbringen, können sie losgelöst von der Erwachsenenwelt ihren Interessen nachgehen, sie werden dabei nicht mehr permanent überwacht und können hier ihre Sorgen und Nöte entweder einmal vergessen oder auch zur Sprache bringen. Problematisch wird es jedoch mit solchen Treffen, wenn keine passenden Räumlichkeiten für die Jugendlichen zur Verfügung stehen, wo sie weder von den Erwachsenen beaufsichtigt werden noch unter einem Konsumzwang stehen. Da dies gerade in den kälteren Monaten schwierig sein kann, werden virtuelle Räume, in denen man sich ungezwungen unterhalten kann, zu einer gut genutzten Alternative.¹¹⁰

Neben der Kommunikation unter Gleichaltrigen ist auch die Musik als Ausdrucksmittel für Vorlieben und aktuelle Befindlichkeiten gut geeignet und wird dementsprechend häufig konsumiert. Meistens ordnet man einer bestimmten Musikrichtung auch automatisch die passende Subkultur zu. Die globale Verbreitung neuer musikalischer Kreationen begann hauptsächlich durch die Gründung der Musiksender MTV und VIVA. Somit wurden auch anfänglich nur Wenigen bekannte Neuschaffungen sehr schnell zu einer allgemein tauglichen Musik modelliert, die kaum aneckte und nicht mehr als besonders individuell galt.¹¹¹

„„Mainstream“, „Underground“...– den meisten Jugendlichen ist das egal. Sie hören eine bestimmte Musik, weil sie mit ihrem Körpergefühl und ihren Stimmungslagen am besten harmonisiert, oder schlicht, weil diese Musik gerade im ‚Trend‘ liegt, ein-

108 Dorer, Johanna/Marschik, Matthias: Welches Vergnügen? Zur Diskussion des Vergnügens in der Rezeptionsforschung, in: Göttlich, Udo/Winter, Rainer (Hg.): Politik des Vergnügens. Zur Diskussion der Populärkultur in den Cultural Studies, Köln 2000, S. 276.

109 Vgl. Ferchhoff, Wilfried: Strukturwandel der Jugend(-phase) und Jugend(vor-)bilder. Aktuelle Trends aus der Jugendforschung Idealtypische Jugendbilder, in: Bizer, Christoph/Englert, Rudolf/Kohler-Spiegel, Helga u.a. (Hg.): Sehnsucht nach Orientierung. Vorbilder im Religionsunterricht (Jahrbuch der Religionspädagogik, Band 24), Neukirchen-Vluyn 2008, S. 39.

110 Vgl. Farin, Klaus: generation-kick.de. Jugendsubkulturen heute, München 2001, S. 89f.

111 Vgl. ebd., S. 152.

fach ‚alle‘ sie hören. Vielleicht gefällt ihnen sogar das mit der Musik transportierte Image, aber wirklich wichtig ist es für sie nicht.“¹¹²

Es kommt also in diesem Lebensabschnitt selten zu einer Identifizierung mit einer bestimmten Musikrichtung, was den Wechsel zu einer anderen, der unweigerlich kommen wird, sehr einfach macht und damit den Jugendlichen die Möglichkeit gibt, sich auszuprobieren und über kurz oder lang den Musikstil zu finden, der am besten zu ihnen passt.¹¹³ Ebenso haben sich mittlerweile die Musikrichtungen Rock und Pop, welche früher eher den Jugendlichen vorbehalten waren, zu einem kulturellen Massenphänomen entwickelt und werden beinahe von jedem in jeder Altersklasse konsumiert.¹¹⁴

Außer der Möglichkeit, die Musik mit der sozialen Gruppe zu erleben, gibt es auch Jugendliche, in diesem Fall vorwiegend Mädchen, die eine Schwärmerei für einen Star entwickeln und bei denen die Musik nicht im Vordergrund steht, sondern eher eine Art Beiwerk ist. Mit diesen ‚Traumtypen‘ können sich junge Mädchen vorsichtig an das andere Geschlecht heranwagen, ohne jedoch von Erwartungen verschreckt zu werden. Sie können von ihnen träumen und sich eine Beziehung mit ihnen vorstellen, aber auch sofort die Schwärmerei einstellen, sobald es ihnen nicht mehr gefällt.¹¹⁵ Der Fokus liegt hier sowohl auf dem Aussehen als auch auf dem vorhandenen Charisma, wobei Letzteres sogar noch wichtiger zu sein scheint. Und auch wenn die Musik als nur zweitrangig angesehen wird, ist es doch förderlich, wenn sie mit ihren Texten einen Spiegel für die empfundenen Emotionen erschaffen kann.¹¹⁶ Werden diese Vorlieben bei jungen Mädchen meist toleriert, kann es bei erwachsenen oder gar verheirateten Frauen mit dem Verständnis problematisch werden, da solche Sympathien mit den als erstrebenswert angesehenen Lebenszielen als nicht vereinbar empfunden werden.¹¹⁷ Hier spiegelt sich die bereits angesprochen Vorstellung wider, dass Fankultur nur ein Phänomen der Jugend sei. Doch mit dieser Beschränkung der Bedeutung von Fankulturen wird ebenso angenommen, dass nach Erreichen des Erwachsenenalters das Fan-Sein in der Lebensgestaltung keine Rolle mehr spielen dürfte, womit suggeriert wird, dass bei einem Gegenbeispiel irgendetwas in der Entwicklung nicht so vonstattenging, wie es hätte sein sollen. Ebenso wird unterstellt, dass es in einer Erwachsenenwelt keine Zeit und keinen Platz mehr für den erforderlichen Enthusiasmus eines Fans gibt, demnach also Fanaktivitäten verschwendete Lebenszeit wären.¹¹⁸

112 Farin, Klaus: generation-kick.de. Jugendsubkulturen heute, München 2001, S. 92f.

113 Vgl. ebd., S. 93.

114 Vgl. Tobler, Beatrice: Boys will be boys & girls just wanna have fun. Zur geschlechtsspezifischen Produktion und Rezeption populärer Musik, in: Korff, Gottfried/Scharfe, Martin/Doering-Manteuffel, Sabine u.a. (Hg.): Zeitschrift für Volkskunde, 94. Ausgabe, Münster 1998, S. 264.

115 Vgl. Kreutzer, Dietmar: Rockstar. Sexobjekt Mann in der Musik, Berlin 2005, S. 91.

116 Vgl. ebd., S. 90.

117 Vgl. Stacey, Jackie: Historische Rezeption von Hollywoodstars beim weiblichen Publikum, in: Faulstich, Werner/Korte, Helmut: Der Star. Geschichte – Rezeption – Bedeutung, München 1997, S. 70.

118 Vgl. Keller, Katrin: Der Star und seine Nutzer. Starkult und Identität in der Mediengesellschaft, Bielefeld 2008, S. 18f.