

rezensionen:kommunikation:medien

Rezensionen aus den Bereichen Kommunikation und Medien

Matthias Völcker: Fan-Sein. Die Identität des Star Wars Fans

Redaktion · Dienstag den 7. Februar 2017

Rezensiert von Julia Elena Goldmann



Die Monographie von Matthias Völcker zentriert die Bedeutung von George Lucas' Filmepos *Star Wars* für die Identitätskonstruktion seiner Fans. Auf Basis von 25 Interviews mit Fans von sieben bis 46 Jahren ist der Göttinger Erziehungs- und Sozialwissenschaftler der Frage nachgegangen, wie die Inhalte der Filmreihe sowie der Spin-offs und zugehörige Merchandising-Artikel in die jeweilige Lebenswelt integriert werden.

Das Phänomen *Star Wars* wird in dieser Studie als Mythos verortet. Dies begründet Völcker sehr ausführlich mit einem Zitat von Lucas selbst (S. 51), der seine Erzählung als modernes Märchen begreift, in welchem er verschiedene populärkulturelle Einflüsse seiner eigenen Sozialisation verarbeitet. Diese klare Distanzierung von der ‚legitimen‘ Hochkultur (S. 51ff.) lässt den ausbleibenden Verweis auf die Tradition der Cultural Studies fragwürdig erscheinen. Die Inhalte sowie die Entstehungshintergründe des Kulturguts *Star Wars* werden detailreich diskutiert und damit auch dem Nicht-Fan eine umfassende Einführung in den Forschungsgegenstand gegeben.

Auf Basis der soziologischen Theorien von George Herbert Mead, Erving Goffman und Lothar Krappmann sowie kritischer Stellungnahmen von Klaus Mollenhauer nähert sich Völcker dem Identitätsbegriff an und verortet ihn als Rahmenkonzept, in dem Erfahrungen interpretiert werden. Fan-Sein kann demnach ein persönlicher Ankerpunkt in einer sich ständig beschleunigenden Welt darstellen. Völcker bezeichnet dies als „Teilidentität als Fan“ (S. 97). Dieser detaillierten Abhandlung folgt eine Diskussion ungeklärter Aspekte der Begrifflichkeit (S. 91), darunter die Frage, wie es Ankerpunkten (etwa dem Fan-Sein) möglich ist, im Leben der sozialen Akteure eine

stabilisierende Funktion zu übernehmen. Durch das Fehlen einer Arbeitsdefinition werden primäre Anknüpfungspunkte der Studie erst im Zwischenfazit (S. 99ff.) sowie in der Auswertung der Interviews klar.

Diese theoretischen Konzeptionen verbindet Völcker sehr geschickt mit der Methode der verstehenden Interviews, indem der Identitätsbegriff als Prozess oder als Narration bezeichnet wird. In den Befragungen standen „die von den Fans eingegangenen Beziehungen zu ihrem Fangegegenstand, die sich sowohl durch die Investition von Zeit und Geld, aber auch durch emotionale Verbundenheit mit dem Fanobjekt“ (S. 106) auszeichnen, im Fokus. Dies stellt eine inhaltliche Verbindung zur Definition des Fans von Jochen Roose, Mike S. Schäfer und Thomas Schmidt-Lux (S. 12) her. Der ‚rote Faden‘ aus dem vorangegangenen Kapitel wird also aufgegriffen und direkt in die Methodologie eingearbeitet.

In der Auswertung der 25 Befragungen stellt der Autor zu Beginn den Erstkontakt seiner Interviewpartner mit *Star Wars* als zentralen Aspekt der Initiation heraus. Allen Fans gemein ist eine Emotionalität, die mit diesem Moment im Laufe ihres Fan-Seins verbunden ist. Jedoch wird bereits hier die Diversität der Stichprobe deutlich, indem einerseits die Filmreihe und andererseits Spielzeug (hauptsächlich bei den befragten Kindern) als Angelpunkt definiert wird.

Unterschiedlichste Entwürfe des Fan-Seins werden schließlich in vier Typen geclustert: Erstens identifiziert Völcker die Kinder, die hauptsächlich äußere Gegenstände wie Merchandising-Produkte zur Selbstdefinition heranziehen. Die zweite Gruppe sind die ‚Allgemeinheitsfans‘, die an der Vielfalt des *Star Wars*-Universums teilhaben und Zuneigung und Verbundenheit für die Produkte empfinden, sich allerdings als „Generalisten“ (S. 176) sehen. Im Gegensatz dazu distanzieren sich die ‚Hardcore Fans‘ oder ‚Nerds‘, die sich selbst nicht als „typische“ Fans (S. 186) sehen, durch eine Spezialisierung in ihrem Fan-Sein, die sie als Experten ausweist. Dies kann über die Jahre angehäuften Wissen, eine umfassende Sammlung von Memorabilien oder der Besuch von Fan-Events sein. Die vierte und gleichzeitig fragwürdigste Gruppe der *Star Wars*-Fans stellen die drei Frauen in der Stichprobe dar. Diese fühlen sich hauptsächlich von Menschen außerhalb der Fangemeinschaft (auch Fandom genannt) dazu genötigt, ihre Fanbeziehung zu rechtfertigen. Interessant ist hier, dass dies auch bei anderen männlichen Fans zur Sprache kam, dies allerdings nicht in dem gleichen Maße relevant erscheint, wie die geschlechterspezifische Zuordnung. So verwies ein Befragter darauf, dass viele andere ihre Sammlerleidenschaft durch ihre Kinder kaschieren oder rechtfertigen würden, ihm das aber mangels Nachwuchs nicht möglich sei.

Zusätzlich wurden für die Studie videografische Analysen von 30 so genannten Reaction-Videos durchgeführt: Dabei filmen sich Fans während der Rezeption eines Teasers oder Trailers selbst und teilen dieses Video auf sozialen Plattformen. Hier ist es die Emotion, eine zentrale Komponente des Fandoms, die analytisch erfasst wird. Unklar bleibt jedoch, wie mit den Reaction-Videos verfahren wurde, die nicht ausschließlich über das Portal *YouTube* bezogen, sondern von den Interviewpartnern angefertigt wurden. Hier bleibt die Monographie ihren Lesern eine Erklärung über die Akquirierung derselben schuldig – etwa, ob der Studienleiter die Probanden erst auf die Möglichkeit der Videoproduktion aufmerksam machte, was die Ergebnisse verfälschen kann, und auf welche Weise das daraus entstandene Material vermittelt wurde.

Völckers Monographie setzt sich mit einem sehr bedeutendem Thema der Publikumsforschung auseinander, das zumindest im deutschen Sprachraum noch vergleichsweise wenig Aufmerksamkeit erfahren hat. Insofern ist die vorliegende Studie, die sich direkt mit den Rezipienten befasst, von großer Relevanz. Insbesondere, da sie sich mit einem dynamischen Feld

von kreativen Tätigkeiten beschäftigt, was das relativ unerforschte Gebiet der Reaction-Videos unterstreicht. Infolgedessen erscheint die Analyse der eigentlichen Videos etwas verkürzt, da genau hier Klärungs- und Definitionsbedarf besteht.

Zudem wird nicht klar, was im Zentrum des Erkenntnisinteresses steht: die Teilidentität des einzelnen Fans oder die übergreifende Analyse und Komplexitätsreduktion der Diversität innerhalb der *Star Wars*-Fangemeinde in Form von Gruppenbildung? In jedem Fall erscheint die Verwendung des Begriffes ‚Identität‘ im Singular aufgrund der enormen Bandbreite an Aktivitäten fragwürdig. Im Fazit werden die gewonnenen Ergebnisse nicht ausreichend kontextualisiert; so wird etwa kein Bezug zu der videografischen Analyse hergestellt, wodurch die Bilanz einer Zusammenfassung des theoretischen Teils gleicht. Außerdem finden sich nicht alle Verweise im Literaturverzeichnis wieder.

Die Studie zeichnet sich jedoch durch ein hohes Maß an Aktualität aus, da Völcker auf den siebten Teil der *Star Wars*-Reihe, *Das Erwachen der Macht*, ausreichend Bezug nimmt, obwohl er zum Zeitpunkt der Fertigstellung noch nicht veröffentlicht war. In einer Art Anhang kommen dabei auch interviewte Fans zu Wort, die ihre Eindrücke des Filmerlebnisses wiedergeben. Diese direkte Auseinandersetzung mit *Star Wars*-Fans macht die Studie vor allem für Fan- und Publikumsforscher zu einer zentralen Quelle.

Links:

- [Verlagsinformationen zum Buch](#)
- [Webpräsenz von Dr. Matthias Völcker](#)
- [Webpräsenz von Julia Elena Goldmann](#)

Dieser Beitrag wurde publiziert am Dienstag den 7. Februar 2017 um 13:14
in der Kategorie: [Einzelrezension](#), [Rezensionen](#).
Kommentare können über den [Kommentar \(RSS\)](#) Feed verfolgt werden.
Kommentare und Pings sind momentan geschlossen.