

Soziologie der Fans: Einleitung

Jochen Roose, Mike S. Schäfer & Thomas Schmidt-Lux

Fans sind ein weit verbreitetes Phänomen. Fans und Fanszenen finden sich zu sehr unterschiedlichen Dingen – Menschen sind bspw. begeisterte Anhänger von Musikern, Schauspielern oder anderen Künstlern, von Sportvereinen oder Sportlern, von Filmen, Fernsehserien, Automarken, aber auch von fiktiven Charakteren wie Harry Potter. Fans stammen zudem aus unterschiedlichen sozialstrukturellen Gruppen: Das Phänomen findet sich zwar überwiegend in der Adoleszenz, aber in vielen Bereichen – etwa bei Fußballfans – auch darüber hinaus. Fans sind sowohl in den unteren als auch in den oberen Schichten der Gesellschaft beobachtbar – bis hin zu den Liebhabern bestimmter Komponisten oder den Freundeskreisen von Opern, auch wenn diese sich selbst nicht als „Fans“ bezeichnen würden. Nicht zuletzt sind Fans kein Phänomen westlicher oder modernisierter Gesellschaften, sondern sie finden sich in sehr unterschiedlichen Ländern weltweit.

Trotz dieser Allgegenwart des Phänomens sind Fans in der Soziologie bislang selten systematisch untersucht worden. Sie stehen nicht sonderlich oft im Mittelpunkt der Forschung, und wenn doch, dann konzentrieren sich die entsprechenden Arbeiten v.a. auf Fußballfans (z.B. Bromberger 1998; Klein/Meuser 2008) sowie auf Fans von Popgruppen (z.B. Fritzsche 2003; Rhein 2000). Methodisch überwiegen qualitative Studien, die die Welt der Fans zwar en detail beschreiben, aber meist auf einen kleinen Ausschnitt der Fanlandschaft beschränkt bleiben (wie z.B. Schulz/Weber 1982). Nicht zuletzt konzentrieren sich die vorliegenden Arbeiten stark auf wenige Aspekte von Fans und deren Handeln, meist auf dessen hoch ritualisierten Charakter (z.B. Balke 2007; Kopiez 2002) oder auf Gewaltbezüge (z.B. Case/Boucher 1981; Dunning 1990), und verwenden soziologische Theorien nur selten in systematischer Weise.

Bei Fans handelt es sich also um einen relevanten und interessanten Gegenstand, der bislang jedoch nicht adäquat soziologisch bearbeitet wurde. Die im Rahmen der Ad-hoc-Gruppe „Soziologie der Fans“ versammelten Beiträge unternehmen den Versuch, einige der genannten Defizite anzugehen. Ein erster, aber sehr wichtiger Schritt ist der Vorschlag für ein gemeinsames Beg-

riffsverständnis (vgl. den Beitrag von Roose, Schäfer und Schmidt-Lux). Die folgenden Beiträge beleuchten Fans von verschiedenen Seiten: Mike S. Schäfer geht von dem zentralen Merkmal von Fans, ihrer emotionalen Beziehung zu einem externen (Fan-)Objekt, aus und bezieht Perspektiven der Emotionssoziologie auf exemplarische Studien der Fan-Literatur. Thomas Schmidt-Lux diskutiert die verbreitete These, es handele sich bei Fantum um einen Religionsersatz. Dieter Ohr thematisiert auf Basis einer standardisierten Online-Befragung von Fans die Rolle, die Medien, insbesondere neue Medien, für Fans spielen. Auf Grundlage des gleichen Datensatzes legt Jochen Roose schließlich Analysen zu der Frage vor, ob und inwieweit Fantum transnationalisiert ist und selbst wiederum zu einer Transnationalisierung von Fans führt.¹

Allen Beiträgen ist gemeinsam, dass sie etablierte soziologische Theorieperspektiven und empirische Instrumentarien auf Fans anlegen. Damit legen die Beiträge einen ersten Grundstein für eine soziologische Perspektive auf Fans. Freilich kann es sich nur um einen ersten Schritt handeln, dem weitere folgen sollten – und folgen werden (vgl. Roose/Schäfer/Schmidt-Lux i.V.).

Literatur

- Balke, Gregor (2007): Rituale, Selbstdarstellung und kollektive Orientierung: Konturen der lebensweltlichen Wirklichkeit von Fußballfans. In: Sport und Gesellschaft 3. 1. 3-28.
- Bromberger, Christian (1998): Fußball als Weltsicht und Ritual. In: Belliger, Andréa (Hrsg.): Ritualtheorien. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 285-301.
- Case, Robert W. und Boucher, Robert L. (1981): Spectator Violence in Sport: a Selected Review. In: Journal of Sport and Social Issues 5. 2. 1-14.
- Dunning, Eric (1990): Sociological Reflections on Sport, Violence and Civilization. In: International Review for the Sociology of Sport 25. 1. 65-81.
- Fritzsche, Bettina (2003): Pop-Fans. Studie einer Mädchenkultur. Opladen: Leske + Budrich.
- Klein, Gabriele und Meuser, Michael (Hrsg.) (2008): Ernste Spiele. Zur politischen Soziologie des Fußballs. Bielefeld: transcript.
- Kopiez, Reinhard (2002): Alles nur Gegröle? Kultische Elemente in Fußball-Fangesängen. In: Herzog, Markwart (Hrsg.): Fußball als Kulturphänomen. Kunst - Kult - Kommerz. Stuttgart: Kohlhammer. 293-303.
- Rhein, S. (2000): Teenie-Fans: Stiefkinder der Populärmusikforschung. Eine Befragung Jugendlicher mit dem MultiMediaComputer über ihre Nutzung fan-kultureller Angebote. In: Hein-

¹ In einem weiteren, an anderer Stelle bereits erschienenen Beitrag zur Ad-hoc-Gruppe beschäftigte sich Darius Zifonun mit dem Nexus von Fans und Gewalt (Zifonun 2007).

- richs, Werner und Klein, Armin (Hrsg.): Deutsches Jahrbuch für Kulturmanagement 1999, Band 3. Baden-Baden: 165-194.
- Roose, Jochen, Schäfer, Mike S. und Schmidt-Lux, Thomas (Hrsg.) (in Vorbereitung): Fans. Soziologische Perspektiven. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schulz, Hans-Joachim und Weber, Robert (1982): Interview mit einem Fan des VfB Stuttgart. In: Pils, Gunter A. (Hrsg.): Sport und körperliche Gewalt. Reinbek: Rowohlt. 85-88.
- Zifonun, Darius (2007): Zur Kulturbedeutung von Hooligandiskurs und Alltagsrassismus im Fußballsport. In: Zeitschrift für Qualitative Forschung 8. 1. 97-117.