

# Perspektiven

Vera Cuntz-Leng, Sophie G. Einwächter und Sven Stollfuß

## Perspektiven auf Partizipationskultur: Eine Auswahl

Die Medienkulturwissenschaften haben sich wiederholt mit den Voraussetzungen und Bestimmungen von kultureller, medialer und in der Folge auch gesellschaftlicher Partizipation auseinandergesetzt. Im Kontext der interaktiven und kollaborativen Neuerungen, die das so genannte „Web 2.0“ (O’Reilly 2007) in der digitalen, mobilen und vernetzten Medienkultur des beginnenden 21. Jahrhunderts nach sich gezogen hat, wurde auch der Diskurs um unterschiedliche Auffassungen von Teilhabe, Partizipation und Partizipationskultur befeuert. Infolge veränderter technologischer Bedingungen entstehen und entwickeln sich mediale Praktiken, die nicht nur hinsichtlich kreativer kultureller Produktionen und politischer Praxen von Mediennutzer\_innen (in intensivierter Form: Fans) virulent werden, sondern auch zunehmend ökonomische Differenzierungsprozesse hervorbringen. Damit sind neben den potenziell neu auszuhandelnden Machtverhältnissen zwischen den etablierten Medien und ihren Nutzer\_innen auch die veränderten Mechanismen des gegenseitigen Zusammenspiels und der gegenseitigen Abhängigkeit zu reflektieren.

Diese Verhältnisse werden mit verschieden konturierten Konzepten einer *participatory (media) culture* greifbar zu

machen versucht. So sprechen etwa Henry Jenkins et al. von einer „participatory culture“ (2009, S.XI) und meinen damit eine generelle Niedrigschwelligkeit der Auseinandersetzung mit Kultur und des politischen Engagements: „A participatory culture is a culture with relatively low barriers to artistic expression and civic engagement, strong support for creating and sharing creations, and some type of informal mentorship whereby experienced participants pass along knowledge to novices. In a participatory culture, members also believe their contributions matter and feel some degree of social connection with one another (at least, members care about other’s opinions of what they have created)“ (Jenkins et al. 2009, S.XI). Die Autor\_innen legen ihren Forschungsschwerpunkt auf solche Praktiken, die sich im Kontext populärkultureller Inhalte oder Medienangebote formieren und von gemeinschaftsgebundener Unterstützung und Wertschätzung profitieren (vgl. ebd.). Soziale Netzwerke und digitale Vernetzung spielen eine zentrale Rolle und werden als ermöglichende Faktoren von Partizipation angeführt.

Mirko Tobias Schäfer merkt indes an, dass in der Debatte um Partizipationskultur oftmals alles, was ‚sozial‘ sei, mit ‚gut‘ – da potenziell demokratisch

tiefördernd – gleichgesetzt werde (vgl. 2011, S.45). Schäfer stellt eine Reihe vorherrschender Missverständnisse für das Verständnis von Partizipationskultur fest, unter anderem die Annahme, Partizipation sei „only explicit, community-based and primarily intrinsically motivated“ (ebd.). Er schlägt deshalb vor, grundlegend zwischen impliziter – unbewusst und beiläufig geleisteter – und expliziter – bewusst und motiviert zustande kommender – Partizipation zu unterscheiden (vgl. ebd., S.51). Demnach ist für Schäfer jeder Beitrag, den User\_innen auch nur durch die bloße Anwendung einer Social Software zum Funktionieren dieser leisten, Partizipation.

Aufgrund der immer neuen und sich verändernden Typen der Medienproduktion, -distribution und -nutzung sowie ihrer sich wandelnden Ausprägungen von Teilhabe und Teilnahme ist eine stete kritische Auseinandersetzung mit den bisherigen theoretischen Ansätzen und methodischen Konzepten der Medienkulturwissenschaften zwingend notwendig. Dies gilt insbesondere, da die neuen Formen und Interaktionsmöglichkeiten auch die medienkulturwissenschaftliche Praxis selbst beeinflussen und die dort etablierten Arbeitsmuster sowie potenziell auch Hierarchieverständnisse (zu) transformieren (versprechen). In diesem Zusammenhang sind gerade auch die Perspektiven der Fan Studies fruchtbar, die wichtige Vorarbeiten geleistet haben. Bereits in den 1980er Jahren – ausgehend von den British Cultural Studies, zunehmend aber auch in der Medien- und Sozialwissenschaft –

setzten sie sich mit aktivem, transformierend-teilnehmendem und emotional intensiviertem Rezipient\_innentum auseinander. So können viele Erkenntnisse aus der wissenschaftlichen Betrachtung von fankultureller Tätigkeit auf aktuelle und generelle Fragen der Partizipation an und in Medien übertragen werden.

Anhand von drei Beispielen aus unterschiedlichen medienkulturellen Bereichen möchten wir nun ausloten, welche expliziten Erscheinungsformen eine Kultur des Teilnehmens besitzen kann. Hierbei interessiert uns insbesondere die Dimension expliziter Partizipation, und wir besprechen drei Beispiele, die auch unter das zuvor erwähnte gängige Verständnis von *participatory culture* fallen könnten. Es wird jedoch deutlich werden, dass ein solches Verständnis für ihre Analyse zu kurz greift und oftmals eher einen Soll denn einen Ist-Zustand zu beschreiben scheint. Bei der Betrachtung von transmedialen TV-Angeboten, von sich aufdrängenden neuen Fragestellungen im Feld der Fanfiction-Forschung sowie in der Auseinandersetzung mit wissenschaftlicher Praxis im Web leiten uns die folgenden Fragen: Welche Möglichkeiten der Partizipation bieten neue interaktive Medienangebote und Erzählformen, die aktuell im Fernsehen erprobt werden? In welchem Verhältnis stehen kreative Praktiken der Textproduktion im Netz mit Partizipation und welche Forschungsdesiderate scheinen hier auf? Was haben Partizipations- und Fankultur mit wissenschaftlicher Praxis zu tun? Diese drei Themenfelder drängen sich zum einen auf, da Partizipation im Zusammenhang mit Fern-

sehproduktionen in den letzten Jahren sowie allgemein im Kontext von kreativen Schreibpraktiken in Fankulturen und im wissenschaftlichen Kontext evident erscheint. Zum anderen jedoch sind sie umso wertvoller für eine grundlegendere Auseinandersetzung mit *participatory (media) culture*, weil sie gerade die Diversität des Feldes aufzeigen, da wir es hier mit Bereichen zu tun haben, die mit einem unterschiedlich hohen Grad von Institutionalisierung, verschiedenen Zielsetzungen der Akteur\_innen und auch unterschiedlichen Programmatiken von Partizipation verbunden sind. Nachdem wir diese Phänomene, ihre spezifischen Erscheinungsformen und die mit ihnen einhergehenden Potenziale identifiziert haben, möchten wir zudem einen Ausblick auf die Fragestellungen formulieren, die die Medienkulturwissenschaften jetzt und in Zukunft an einen bisher unklar gefassten Bereich partizipativer Kultur werden stellen können.

### Partizipative Medienorganisation und Produktion im deutschen Fernsehen

Im Umfeld neuer Mediennutzungsformen durch Social Software und Web 2.0 sorgen digitale Medien und gemeinschaftliche partizipative Praktiken für weitreichende Transformationen des Fernsehens in Deutschland. Die zunehmende Verschränkung von TV und Social Media zieht modifizierte theoretische wie analytische Herangehensweisen nach sich, auf die in Wissenschaft wie Medienpraxis mit dem Begriff des ‚Social TV‘ reagiert wird (vgl. u.a. Schneider/Buschow 2013;

Buschow/Schneider/Ueberheide 2014). Die ‚Harmonisierung‘ der Logik Sozialer Medien mit der des Fernsehens (vgl. van Dijck/Poell 2013 & 2015) durch die Zusammenführung von TV-Inhalten mit Plattformen wie Facebook, Twitter oder YouTube bedeutet dabei nicht nur Veränderungen für die Rezeption, sondern auch für institutionelle und produktionspraktische Prozesse: „Particularly in the field of television, platforms such as Twitter, Facebook, and YouTube affect both the social practice of television and its cultural form, while also disrupting broadcaster’s conventional production and distribution logistics“ (van Dijck/Poell 2015, S.149). Fernsehen, wie José van Dijck und Thomas Poell weiter ausführen, „understandably wanted to profit from the new opportunities offered by social media to promote user participation and encourage independent audiovisual creations“ (ebd.). ‚Social TV‘ als Teil einer Multiplattform-Medienumgebung scheint auf ein noch unbestimmtes Projekt der kollaborativen Gestaltung hinauszu laufen, indem das Verhältnis von *producer-generated content* (PGC) und *user-generated content* (UGC) neu ausgelotet wird (vgl. auch Caldwell 2011).

Zur Untersuchung der Konvergenz von TV und Social Media schlagen von Dijck und Poell drei zentrale Bereiche vor: (1) die institutionelle Ebene (Leitfäden, Selbstverständnispapiere beziehungsweise eine entsprechende *media policy* der Sendeanstalten und Programmverantwortlichen), (2) die Ebene der professionellen Praktiken (von Redakteur\_innen, Autor\_innen etc.) und schließlich (3) die inhaltliche

Ebene (also das Bildschirmgeschehen). Hieran anschließend – und als Teil des weiterführenden medien- und fernsehwissenschaftlichen Diskurses zum Multiplattform-TV in Europa (vgl. Balbi/Scaglioni 2014) – soll nachstehend die bisher noch eher wenig erforschte Situation in Deutschland reflektiert werden. Anhand der für den deutsch-französischen Sender ARTE produzierten Serie *About:Kate* (2013) sollen exemplarisch die bislang erprobten Strategien zur stärkeren Verschränkung von TV und Social Media kritisch diskutiert werden.

„Social TV“ kann in Deutschland im öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Bereich in unterschiedlicher qualitativer Ausprägung beobachtet werden: von der Einbettung von Tweets der Juror\_innen in den televisuellen Primärtext der Castingshow *The Voice of Germany* (2011-) über das Einblenden und Vorlesen von Zuschauer\_innen-Posts auf den Plattformen Facebook und Twitter oder aus dem Gästebuch der Sendungswebsite, wie im Fall von *Hart aber fair* (2001-), bis hin zu cross- und transmedialen Projekt-,Ideen‘, wie im Fall von *About:Kate*. Innerhalb der deutschen Fernsehlandschaft hat bislang noch kein TV-Sender eine so umfangreiche Hybridisierung von TV, Web und Social Media angestrebt wie der deutsch-französische Kultursender ARTE, der in seinem Strategiepapier behauptet: „Das Fernsehen folgt heute nicht mehr der klassischen Unterscheidung zwischen Sender und Empfänger. Dank der sozialen Netzwerke begegnet ARTE seinen Zuschauern auf allen Ebenen und bietet die Möglichkeit, in

direkten Dialog zu treten und Teil einer großen Community zu werden. ARTE hat sich in den vergangenen Jahren eine Gemeinde aus über 1,2 Millionen Fans, Followern und Freunden bei Facebook, Google+, Twitter, Instagram und weiteren Netzwerken aufgebaut – Tendenz steigend“ (ARTE GEIE 2013, S.21).

In der Zukunftsvision des Senders avancieren Soziale Medien dabei zum „Schlüssel“ des Fernsehens als interaktivem Erlebnis, über die ein vermeintlich „direkter Dialog“ mittels „Hashtags, Kommentare[n] und User Generated Content [...] organisch, moderiert und unzensuriert“ (ebd.) geschehen soll. Ungeachtet der in anderen Ländern (auch senderseits) geführten Debatte hinsichtlich der auch problematischen Zusammenführung von öffentlich-rechtlicher Sende(r)politik mit kommerziellen Interessen von Social-Media-Anbietern (vgl. van Dijck/Poell 2015) steht für ARTE die Bereitstellung des Programms „auf allen [...] Verbreitungswegen im Mittelpunkt“ und zwar „sowohl im TV als auch im Internet“ (ARTE GEIE 2013, S.1). Diese ‚360-Grad‘-Medienperspektive im neuen Selbstverständnis des Senders soll für alle Programmbereiche und -inhalte umgesetzt werden.

*About:Kate* zeigt, welche Folgen dies für die Praktiken der Produktionsverantwortlichen und Inhalte haben kann. Die Serie wurde im Jahr 2013 ausgestrahlt und versteht sich als cross- und transmediales Serienprojekt.<sup>1</sup> In vier-

<sup>1</sup> An dieser Stelle kann nicht auf alle cross- und transmedialen Bausteine der Serie eingegangen werden. Für einen Überblick siehe ARTE GEIE 2013, S.10-11.



Abb. 1: Aufruf zur Beitragseinreichung auf der *About:Kate*-Website (Screenshot, 25.04.2013).

zehn Episoden wird die Geschichte der Protagonistin Kate Harff erzählt, die sich selbst aufgrund übermäßiger Social-Media-Nutzung in eine psychiatrische Klinik einweist. Dennoch ist sie fortwährend online und beschäftigt sich mit ihren eigenen digitalen Spuren im Netz. Dieser inhaltliche Aspekt ist für das Serienformat als Bestandteil der von ARTE forcierten Konvergenz von TV und Social Media zum Zweck des ‚Community-Buildings‘ strukturell notwendig. Der ‚direkte Austausch‘ realisiert sich für das Serienprojekt primär als das In-Kontakt-treten der Zuschauer\_innen mit der Protagonistin (wobei auch eine erleichterte Interaktion mit den Akteur\_innen, die für die Produktion verantwortlich sind, eine Rolle spielte; vgl. Nandzik 2014). Hierzu war für die Protagonistin (neben einer Reihe anderer Figuren) bereits 2011 ein Face-

book-Profil angelegt und mit Inhalten bespielt worden, um zum Start der Serie zwei Jahre später eine repräsentative Facebook-History vorweisen zu können. Zuschauer\_innen besaßen die Möglichkeit, sich mit Kate zu ‚befreunden‘ und ihr Nachrichten zu hinterlassen, auf welche die Figur scheinbar antwortete, wobei die Kommentare von den Produktionsverantwortlichen – und mehrheitlich der Serienentwicklerin und ausführenden Produzentin Janna Nandzik – verfasst wurden. Darüber hinaus hatten Zuschauer\_innen die Möglichkeit, sich selbst mit UGC in die medienästhetische Gestaltung des fernsehseriellen Primärtextes einbringen zu können. Über die Website der Serie wurde ein Beitragsaufruf (Abb. 1) zu unterschiedlichen Themen veröffentlicht. Nach der dritten Episode konnte Bild- und Videomaterial erstellt und auf

die Website hochgeladen werden. Der kreative Freiraum für die Nutzenden hielt sich jedoch in Grenzen, da sich der UGC in Ästhetik und narrativem Aufbau dem PGC anzupassen hatte (vgl. Nandzik 2014). Die Auswahl des ‚Gewinnerbeitrags‘ erfolgte schließlich Woche für Woche in Zusammenarbeit der Serienproduktionsverantwortlichen mit dem ARTE-Kreativteam. Da *About:Kate* zum Ausstrahlungszeitpunkt bereits abgedreht war, musste das Produktionsteam im digitalen Postproduktionsprozess ein *picture-log* offen halten, in den der ausgewählte UGC eingesetzt werden konnte. Parallel zur Ausstrahlung zwischen Mai und Juli musste im Schnitt der UGC fortlaufend integriert werden. Der Postproduktionsprozess gestaltete sich so als ein die Sendung begleitendes und für die Produktionsbeteiligten im Workflow durchaus aufwendigeres Schritt-für-Schritt-Verfahren (vgl. Nandzik 2013).

Die Strategien im Zuschnitt einer hierbei virulenten partizipativen Medienorganisations- und Produktionskultur – die im Sinne van Dijcks und Poells die Logik Sozialer Medien mit jener des Mediums Fernsehen über die institutionelle, produktionspraktische und inhaltliche Ebene in Gleichklang zu bringen sucht – deuten auf folgende Tendenzen hin, die sich allein mit dem Beispiel *About:Kate* nicht umfassend beweisen lassen:

1.) Partizipative Medienorganisations- und Produktionskultur operiert aus dem Medienbetrieb der etablierten professionellen Medienakteur\_innen und verleiht Zuschauer\_innen eine Schein-

*agency*, mit der vor allem ihre Rückbindung an das Fernsehen durch Social Media erfolgen soll.

2.) Der UGC wird im Rahmen festgelegter Standards für partizipatives und kreatives Potenzial als Ergänzung zum PGC in die Wertschöpfungskette professioneller Medienproduktionspraktiken eingebnet.

3.) Dabei rücken – zumindest der Idee nach<sup>2</sup> – Zuschauer\_innen als Konsument\_innen und Produzent\_innen von Inhalten als Bestandteil des fernsehseriellen Primärtextes zusammen. Möglichkeiten für ein zuschauer\_innenseitiges *empowerment*, etwa im Sinne jüngerer Pro-

2 Auch wenn *About:Kate* konzeptuell durchaus interessant ist, war die Umsetzung beziehungsweise vor allem die zuschauer\_innenseitige Annahme der Partizipationsmöglichkeiten – insbesondere hinsichtlich der Erstellung von UGC – wenig erfolgreich. Die Teilnahmezahlen lagen (mit Ausnahme der Folgen 4, 9 und 11) im nur zweistelligen Bereich je Aufgabe – und hierbei mehrheitlich sogar unter 20 eingesendeten Beiträgen. Darüber hinaus ist die Frage berechtigt, ob es sich vor dem Hintergrund der festgelegten Rahmenbedingungen und der Evaluationsverfahren in Zusammenarbeit mit ARTE Creative überhaupt noch um UGC handelt. Anna Wiehl versteht diesen vielmehr als (semi-)professionellen „peer-produced content“ rather than „user- or participant-generated content“ (2014, S.93). Die Diskussion hinsichtlich einer solchen Abgrenzung – so plausibel sie erscheint – weist doch eher darauf hin, dass es im Kontext der Arbeit zu medialen partizipativen Kulturen an soliden Definitionen und Konzepten mangelt, um so etwas wie *user- or participant-generated content* gegenüber *professionellem* und *semi-professionellem peer-produced content* zu reflektieren.

sumer-Ansätze (vgl. u.a. Benkler 2006; Bruns 2008), werden konsequent gehemmt.

4.) Partizipative Medienorganisations- und Produktionskultur lädt Zuschauer\_innen dazu ein, die Sichtweise der Akteur\_innen des Medienproduktionsbetriebs zu teilen, um mit UGC Teil des Primärtextes werden zu können. Die Arbeiten von Zuschauer\_innen verstehen sich somit eher als ‚antizipierte‘ denn als ‚selbstmächtige‘ Praktiken. Das ‚neue‘ senderseitige Versprechen gegenüber Zuschauer\_innen, an der Gestaltung des televisuellen Primärtextes partizipieren zu können, folgt dabei also den ‚alten‘ Strategien eines (Macht-)Systems der (a) Auslotung neuer ökonomischer Wertschöpfungspotenziale als auch – und gerade – der (b) Steuerung und Kontrolle von Inhalten, wie auch Anne Ganzert (vgl. 2013, bes. S.14-17) in ihrer Untersuchung zu internationalen TV-Projekten akzentuiert hat: Die Produzent\_innen „sind in der Lage, bestimmte NutzerInnen zu inkludieren, sowie natürlich nicht-autorisierte Inhalte und deren Akteure zu exkludieren“ (ebd., S.16).

Vor diesem Hintergrund und mit Blick auf weitere (und *nachhaltigere*) Projekte in Deutschland sowie deren Verhältnis im internationalen (vor allem europäischen) Vergleich sind zunächst folgende Fragen und Aspekte forschungsleitend: Welche längerfristigen Konsequenzen ergeben sich für die institutionelle, professionell-produktionspraktische und inhaltliche Ebene von telemedialen

Inhalten? Welche weiteren Konzepte für die Präsenz als ‚Social TV‘ in einer Multiplattform-Medienumgebung lassen sich im öffentlich-rechtlichen wie auch privat-kommerziellen Fernsehen ausmachen? Welche strategischen Absichten hinsichtlich der Involvierung von Rezipient\_innen (u.a. zwischen den ‚zugeschriebenen Funktionen‘ als Fernsehzuschauende und Fans) sind damit verbunden – gerade mit Blick auf den unterschiedlichen Einsatz cross- und transmedialer Zusatzangebote – und welche (trans-)national unterschiedlichen Adressierungsstrategien lassen sich identifizieren? Perspektivisch gilt es auch, die verschieden virulenten ökonomisierenden Bedingungen und Tendenzen bezüglich der Verschränkung von PGC und UGC (gerade innerhalb einer ‚gemeinsamen Wertschöpfungskette‘) zu reflektieren, wie dies teils in der Kombination von kulturwissenschaftlichen und kulturökonomischen Perspektiven bereits angedacht wird (vgl. Einwächter 2014; für eine Rezension des Werks siehe S.484f. in diesem Heft). Damit verbunden ist auch die Notwendigkeit von Überlegungen zu medienwissenschaftlichen Definitionen von PGC und UGC innerhalb einer medialen Partizipationskultur (um das eine dem anderen analytisch sinnvoll gegenüberstellen zu können).

#### Fanfiction-Forschung – then, now, and tomorrow

Anders als im Beispiel *About:Kate* vollzieht sich die Produktion von UGC in Gestalt sogenannter Fanfiction – also fiktionalen Texten, die Fans zu einem

bestimmten Buch, Film, Spiel, Comic oder einer bestimmten TV-Serie verfassen und innerhalb einer Community online miteinander teilen – (zunächst) vollständig ohne die Intervention von Fernsehsendern oder Verlagen. Beispiele wie die ursprünglich als Fanfiction publizierten Romanreihen *Fifty Shades of Grey* (2011–2012) oder *The Mortal Instruments* (2007–2014) machen aber deutlich, dass eine Beobachtung von Fanfiction seitens professioneller Medienproduzent\_innen stattfindet, die besonders häufig gelesene Texte auf den einschlägigen Plattformen sichten und zu kommerzialisieren versuchen.

Die Initialzündung einer wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Fanfiction hängt unmittelbar mit einem grundlegenden Verständniswechsel und einer Neubewertung von Rezipient\_innen einerseits und von Populärkultur andererseits in den 1970er Jahren zusammen. So wurde etwa dem früheren Postulat von Theodor W. Adorno und Max Horkheimer, das Kinopublikum sei eine leicht manipulierbare, kritiklose und homogene Masse (vgl. Horkheimer/Adorno 2001, S.134f.), die Vorstellung von individuellen Zuschauer\_innen als potenziell kritischen Rezipient\_innen entgegengestellt, die nicht zwangsläufig passiv und unreflektiert bestimmte Botschaften der Medien inkorporieren müssen, sondern die Wahlmöglichkeit haben, sich ihnen bewusst und gezielt zu widersetzen. Ausgehend von diesem *incorporation-resistance*-Paradigma (vgl. Abercrombie/Longhurst 1998, S.15–28) war ein zentrales Anliegen der ersten Fanforschungswelle das Nach-

weisen von Subversion im Rezeptionsprozess von Fans, was rückschauend betrachtet zu einer teils übertrieben positiven Verklärung des Forschungsgegenstandes führte (vgl. Einwächter 2014, S.138). Unterstützend wirkte in den ersten kritischen Debatten um Fans und Fankultur auch eine Verlagerung der literaturwissenschaftlichen Auseinandersetzung vom Autor hin zum Leser; besonders hervorzuheben ist hier Wolfgang Iser's rezeptionsästhetischer Ansatz, den er in *Der Akt des Lesens: Theorie ästhetischer Wirkung* (1994 [1976]) ausführlich formulierte. Weitere Schlüsselwerke wie Michel de Certeaus *The Practice of Everyday Life* (1984) und Pierre Bourdieus *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste* (1984) ebneten den Weg für erste Überlegungen zu kreativen Schreibpraktiken von Fans. Der Akt des Fanfiction-Schreibens wurde erstmals dann ganz konkret in den Arbeiten von Jenkins, Camille Bacon-Smith, Joanna Russ und Constance Penley behandelt und überschwänglich als subversiver, bewusster und gemeinschaftlicher Rückschreibungsprozess von Texten und Botschaften verstanden, der vorgefertigte Bedeutungen stets kritisch reflektiere, auf die eigenen Bedürfnisse anpasse und ergänze (vgl. Russ 1985; Bacon-Smith 1992; Jenkins 1992; Penley 1992).

Als Folge dieser Verklärung wurde in der zweiten Welle der Fan Studies eine differenziertere Bewertung von Fandoms formuliert. Eine generelle subversive Haltung von Fans und ihren Praktiken wurde zum einen nun infrage gestellt, zum anderen



interessierten sich viele der zentralen Forschungsarbeiten dieser Phase nicht mehr nur dafür, in welchem Verhältnis Texte und Rezipierende stehen, sondern dafür, welche Strukturen und Hierarchien innerhalb der Fancommunities selbst etabliert werden (vgl. bspw. den von Cheryl Harris und Alison Alexander herausgegebenen Sammelband *Theorizing Fandom: Fans, Subculture, and Identity* [1998]). Außerdem waren die wissenschaftlichen Auseinandersetzungen mit Fandom in dieser Phase – wie Thomas Bronwen es formuliert – „mainly preoccupied with responding to the emergence of new media forms that contributed to an explosion in fan activity and that facilitated all sorts of new possibilities and interactions between fans“ (Bronwen 2011, S.4).

In der dritten Phase der Fanforschung ist Fandom generell und mit ihm auch der Akt des Fanfiction-Schreibens als kulturelle Praxis von der Subkultur in den Mainstream überführt worden – beflügelt eben durch die technologischen Entwicklungen: das sogenannte Web 2.0. Fan-Sein wird seit mindestens zehn Jahren als Phänomen und Handlung begriffen, die außerhalb von bestimmten sozialen Gruppen die tägliche Lebenswelt durchdringt. Dies gewährleistet einerseits nach wie vor eine kritische Auseinandersetzung mit sehr spezifischen Erscheinungsformen von Fankultur und ihren wesenseigenen Artefakten (und dies passiert umso mehr, da wir es mit einem kontinuierlich wachsenden und sich permanent verändernden Forschungsgegenstand zu tun haben), erweitert aber ande-

rerseits den Fokus der Disziplin auch um grundlegendere Fragen nach den Rezipierenden und dem Akt der Rezeption an sich. „Medienkonvergenz von Medienindustrie und Rezipienten [verkleinert] die Lücke zwischen Hardcorefans und Gelegenheitszuschauern“ (Busse 2014, S.7), sodass sich Distinktionen zwischen ‚Nur-Rezipient\_in-sein‘ und ‚Schon-Fan-Sein‘ heute weniger leicht vornehmen lassen, da die Zugänge für die Partizipation an Fankultur viel niedrighschwelliger geworden sind. Wenn in den 1980er Jahren für das Lesen, Schreiben und Teilen von Fanfiction der nur mühsam recherchierbare Kontakt zu bestimmten Clubs oder Vereinen notwendig war, um einschlägige Fanzines, also in Fankreisen erstellte und verbreitete Magazine, beziehen zu können, reicht heute die Eingabe von ein paar, nicht einmal besonders gezielt ausgewählten Stichworten in gängige Online-Suchmaschinen, sich mit einer Fülle von Fantexten konfrontiert zu sehen und diese unmittelbar, jederzeit, anonym und kostenfrei lesen zu können. Ähnlich vereinfacht ist in der Konsequenz auch der Schritt zum eigenen Er- und Bereitstellen von Fanfiction geworden. Das Resultat ist ein unaufhörlich und rasch weiter wachsendes Archiv, das mit qualitativen Methoden kaum mehr auszuwerten ist.<sup>3</sup>

3 Allein auf der Multifandom-Plattform Archive of Our Own sind 1,9 Millionen Texte verfügbar, auf Fanfiction.net, das keine Gesamtstatistik bereitstellt, sind es bloß für das *Harry Potter*-Fandom schon knapp 730.000 Fantexte (Stand 11/2015).

Aus diesen Beobachtungen heraus ergibt sich die Frage, wohin die Fanfiction-Forschung in Zukunft gehen wird beziehungsweise gehen muss, um das Phänomen adäquat begleiten zu können. Neben diesem brennendsten Problem, in welcher Form und mit welchen Methoden also dem gigantischen Datenkonvolut im Netz begegnet werden kann, drängen sich zwei Felder unmittelbar auf: (a) die historische Aufarbeitung von Fanfiction und (b) das Problem einer Auseinandersetzung mit regionaler, nationaler und transnationaler Fanfiction-Forschung.

In ihrem Aufsatz „A Brief History of Media Fandom“ hat Francesca Coppa darauf hingewiesen, dass die historische Aufarbeitung von Fandom eine unbeliebte Aufgabe sei und sich bisher nur wenige Forscher\_innen auf diese durchaus schwierige – da mit viel Nachforschungsarbeit verbundene – und wissenschaftlich gesehen recht undankbare Unternehmung eingelassen hätten (vgl. Coppa 2006, S.41). Gerade deshalb ist dies dringlich, denn obwohl manche Phänomene gerade einmal dreißig Jahre alt sind, erfordert ihre Beforschung tatsächlich bereits die Suche nach Zeitzeugen. Zudem ist es alarmierend, wie schnell Fanzines (sowohl analog wie auch digital) vernichtet oder alte Online-Newsgrups nicht mehr auffindbar sind. Dass darüber hinaus das Fankulturgedächtnis ebenfalls überaus schnelllebig ist, zeigt sich darin, dass ganze Fan-Gegenstände und -Communities schon in Vergessenheit geraten sind. Wer denkt noch daran, dass bereits zu Karl Mays Zeiten *Cosplay avant la lettre* existierte?

Auch die immense, wenngleich kurzfristige Bedeutung bestimmter Fandoms in der Zeit vor dem Internet entzieht sich bei mangelnder Dokumentation und Aufarbeitung mehr und mehr einer möglichen wissenschaftlichen Auswertung. Ein Beispiel hierfür ist die Fanfiction-Produktion zur Fernsehserie *Beauty and the Beast* [1987-1990], deren Hoch-Zeit sich ausschließlich offline abspielte. Im Netz sind daher nur vereinzelt *items* auffindbar, die allerdings von Fans nachträglich digitalisiert und eingestellt wurden. Ihre Auswahl geht daher zwangsläufig auch mit einer retrospektiven Verzerrung des Phänomens einher.

Das Ergebnis – oder besser gesagt – das Problem, vor dem wir stehen, ist, dass schon viele Quellen verschwunden sind und mit jedem Tag, an dem sich die fehlende Dokumentation von Fanfiction fortsetzt, wertvolles Wissen verloren geht. Damit dies nicht weiter voranschreitet und um vor allem – ausgehend von den wenigen Arbeiten im Feld der Fanfiction-Historiografie – die Gefahr einer einseitigen Historisierung abzuwenden, ist der Erhalt von Quellen sowie die Historisierung von Fankultur und ihrer Artefakte eine zentrale Aufgabe, um zukünftig die immer kurzlebiger werdenden Produkte, die Fans rezipieren und selbst produzieren, bewerten und kontextualisieren zu können, ohne in die Falle einer Kanonbildung zu treten. Sollte beispielsweise bereits die nächste Generation von Fanforscher\_innen aufgrund der mangelhaften und einseitigen Forschungslage davon ausgehen, dass es in den 1990ern außer zu *Buffy the Vampire*

*Slayer* (1997-2003) und *X-Files* (1993-2002) keine nennenswerte Fanfiction-Produktion gab, besteht die Gefahr, dass über Fandom in einem größeren zeitlichen Rahmen kaum noch repräsentativ gesprochen werden kann. Initiativen wie die im großen Stil beginnende Digitalisierung von Fanzines an der Bibliothek der University of Iowa (vgl. Chant 2015) sind daher nicht nur ein begrüßenswerter Schritt, sondern auch auf globaler Ebene dringend notwendig.

Das Problem einseitiger Gewichtung (wie etwa zugunsten von *Buffy* und *X-Files*), das durch eine unzureichende historische Aufarbeitung von Fankultur entstehen kann, wiederholt sich in einem Mangel nationaler, transnationaler und transkultureller Fanfiction-Forschung. Dass eine wissenschaftliche Auseinandersetzung mit nationalen oder gar regionalen Eigenheiten von Fanfiction-Communities erforderlich wäre, verhält sich also analog zur Dringlichkeit fanfiction-historiografischer Arbeiten. Denn schon heute treten etwa beim Versuch, die Geschichte der deutschen Fanfiction zu rekapitulieren, rasch Lücken und Fragezeichen auf (vgl. Cuntz-Leng 2014; Cuntz-Leng/Meintzinger 2015). Aber ganz unabhängig von der Materiallage ist ein Fokuswechsel auf nationale, transnationale und transkulturelle Fanfiction auch aus (wissenschafts-)politischen Gründen wesentlich. Die derzeitige Simplifizierung auf eine hauptsächlich anglo-amerikanisch dominierte Wahl der Gegenstände und Forschungsperspektiven, die als das Resultat der Anfangsphase der Fanfic-

tion-Forschung erklärt werden kann, war aus Gründen der Etablierung und Selbstlegitimation der Disziplin möglicherweise sinnvoll (vgl. Busse 2014, S.18). In einer zunehmend vernetzten und globalisierten Welt des 21. Jahrhunderts möchte man allerdings meinen, dass sich gerade transnationale und transkulturelle Vergleiche von Fankultur und ihren Praktiken aufdrängen sowie die Untersuchung von sehr spezifischen Gegenständen in ihrem nationalen Kontext.<sup>4</sup> Der Ist-Zustand stellt sich bislang eine scheinbare Gleichheit dar, die – wie Kristina Busse argumentiert – „fälschlicherweise zu einer homogenen Betrachtung einlädt, die die Spezifität der lokalen und nationalen Besonderheiten und Eigenheiten in der gleichen Zeit löscht wie sie eine Standarderzählung etabliert, welche eine bestimmte Art von Fans und von Fangeschichte privilegiert“ (ebd.). Diesem Trend ist unbedingt entgegenzuwirken – nicht zuletzt auch, um umfassender die Komplexität des Feldes herausstellen zu können. Jüngste Publikationen wie der *Fan Fiction Studies Reader* (2014; für eine Rezension des Werks siehe S.577f. in diesem Heft) dokumentieren allerdings nicht nur diese bisherige Einseitigkeit in der Fanfiction-Forschung, indirekt leisten sie dieser Tendenz auch weiterhin Vorschub.

<sup>4</sup> Denkbar wäre die Diskussion diverser kultureller Artefakte, die Fanfiction-Produktion nach sich ziehen; beispielsweise zu so unikal deutschen Artefakten wie der Kriminalserie *K11 – Kommissare im Einsatz* (2003-2014), der Soap-Opera *Gute Zeiten, schlechte Zeiten* (1992-) sowie zu deutschen Fußballspielern.

## Partizipationskultur in der (Medien-) Wissenschaft

Die Frage, was Fan- und Partizipationskultur mit Wissenschaft zu tun hat, kennt eine Reihe von Antworten und wirft neue Perspektiven für die Forschung auf. In Presseberichten und in Anlehnung an die soziologischen Studien ihrer jeweiligen Zeit (vgl. z.B. Horton/Wohl 1956; Ingham 1978) wurden Fans lange Zeit entweder als verrückte Einzelgänger\_innen oder als hysterische Massen verstanden. Aus diesem Grund – wie im vorangegangenen Abschnitt bereits angedeutet wurde – betonten Vertreter\_innen der frühen Fan Studies in einem Gestus der Aufwertung, dass Fandom Wissensserwerb stimuliere und somit gesellschaftliche Meriten verdiene. Joli Jensen zog überdies 1991 ausführlich den Vergleich zwischen Fans und Wissenschaftler\_innen: Sie teilten eine Leidenschaft für ihre Gegenstände, eine Beharrlichkeit in der Auseinandersetzung, die Pflege bestimmter Wissensformen und des Expertentums (vgl. S.19-23). Und so überrascht Matt Hills' Beobachtung nicht, dass eine Reihe von Wissenschaftler\_innen Fankultur als Verkörperung ‚guter‘ Wissenschaftspraxis verstünde (2002, S.15). Auch die eingangs erwähnte Definition einer *participatory culture* lässt sich als Idealvorstellung von Wissenschaftskultur lesen. Ist Wissenschaft also nichts anderes, als Fan- oder Partizipationskultur in professionalisierter und institutionalisierter Form? Hills sieht die eigentlichen Unterschiede zwischen

Fans und Forschenden vor allem in „imagined subjectivities [...] which are linked to cultural systems of value and community“ (ebd., S.8).

Tatsächlich überlagern sich also zumindest die Identitäten und Selbstverständnisse der Akteur\_innen in Fandom und Wissenschaft, wie Hills betont: „[F]an and academic identities can be hybridised or brought together“ (2002, S.15) – ein Umstand, der auch anhand der Selbstbezeichnungen der Akteur\_innen des Feldes deutlich werde. Als „fan scholars“ gälten Fans, die beim Erstellen von fankulturellen Beiträgen aus wissenschaftlicher Theorie schöpfen und sich so eine qualifiziertere Fan-Identität schaffen; als „scholar fans“ beziehungsweise „aca-fans“ bezeichneten sich Akademiker\_innen, die auch im Fandom aktiv sind und ihr Fansein als Quelle für wissenschaftliche Arbeit und Distinktion nutzen (vgl. ebd., S.2). Karen Hellekson und Busse berichteten 2014 im Interview mit Jenkins, wie zentral das eigene Fansein für ihre Arbeit über Fans gewesen sei (vgl. Jenkins 2014). Helleksons Beobachtung, dass nahezu alle wichtigen Fanforscher\_innen selbst praktizierende Fans seien, gilt es aber zu überprüfen, vor allem in internationaler Perspektive.

Das eigene Bekenntnis zu einer Fanidentität kann innerhalb der Wissenschaft sowohl legitimierende als auch delegitimierende Konsequenzen nach sich ziehen. Nach wie vor werden – etwa bei der Beurteilung von Forschungsvorhaben – zwei sich diametral gegenüberstehende Auffassungen verbalisiert: eine, die verlangt, dass die Forschenden möglichst kritische

Distanz zum Gegenstand wahren sollen, und eine andere, die Fan-Wissen und Szene-Involvierung als Legitimatoren des Forschens postuliert und so Immersion und Teilnahme bis hin zur Übernahme von Perspektiven fordert. Es fehlt an Untersuchungen qualitativ-ethnografischer oder auch quantitativer Art, die sich damit beschäftigen, wer sich dezidiert und dauerhaft wissenschaftlich mit Fankultur auseinandersetzt und welche Rolle hierbei ein eigenes Fandom, Nicht-Fandom oder gar Anti-Fandom einnimmt (vgl. Gray 2003). Rückblickend auf ein Vierteljahrhundert an Fanstudien wäre zudem interessant, ihre Protagonist\_innen daraufhin zu befragen, wie die Wahl des wissenschaftlichen Gegenstands ‚Fankultur‘ ihre Karrierewege beeinflusst hat und welche Etikettierungen ihrer selbst und ihrer Forschungsobjekte hierbei eine Rolle gespielt haben. Dass etwa der von Jenkins 1992 eingeführte Begriff des *textual poachings* seit der Jahrtausendwende vom weniger antagonistisch aufgeladenen und vielseitiger einsetzbaren Ausdruck der *participatory culture* abgelöst, wenn nicht gar verdrängt wurde, geht mit großer Wahrscheinlichkeit auf eine bewusste wissenschaftsstrategische Entscheidung zurück.

Widmen wir uns eingehender dem Verhältnis von Wissenschaft zu Fankultur, so entsprechen wir damit einer Beobachtung Paul Booths bezüglich der aktuellen Ausrichtung der Fan Studies: „fan studies [...] has turned to look at itself“ (2013, S.123). Er schlägt vor, eine vierte Welle der Fan Studies in ihrer Selbstthematisierung zu verorten:

„we have reached a fourth wave: a turn from analysing fans to analysing fan studies“ (ebd.). Booth bemängelt, dass Fans oftmals um ihre wissenschaftliche Thematisierung gar nicht wüssten und sieht dies zum Teil als Konsequenz allzu verklausulierter Titel von Fachzeitschriftenbeiträgen, die der akademischen, nicht aber der fankulturellen Aufmerksamkeitsökonomie entgegenarbeiteten (vgl. ebd., S.129). Von seinen Kolleg\_innen wünscht er sich konkret, dass sie innerhalb ihrer Arbeiten und durch Nutzung Sozialer Medien häufiger Fans auch als Adressat\_innen behandelten (vgl. ebd., S.122). Ob solchem Wunsch entsprochen wird, bleibt abzuwarten; interessant zu beobachten wären sicherlich die inhaltlichen und methodischen Rückkopplungen, die durch derlei stärkere Verzahnung in Gang gesetzt werden könnten, denn die digitale Vernetzung schafft neue mögliche Kontakt- und auch Konfliktzonen zwischen Fans und Wissenschaftler\_innen. Einerseits erlangen Fanaktivitäten im Internet erhöhte Sichtbarkeit; Ethnografie und statistische Auswertungen werden so enorm erleichtert. Andererseits wird die Arbeit von Wissenschaftler\_innen, die Fans erforschen, online stärker wahrgenommen. Zudem ist dieser Kontakt nicht immer so akademisch kalkuliert und gesteuert, wie Booth ihn vorschlägt: Über Suchbegriffe zu ihrem eigenen Fandom können Fans auch zufällig auf wissenschaftliche Inhalte stoßen, in denen ihre Praktiken Erwähnung finden; ein Prozess, der die Infragestellung der eigenen oder der forschenden Person nach sich ziehen kann. Die Beforschung virtueller

Fan-Sphären bringt nicht zuletzt eigene forschungsethische Komplikationen mit sich: So wurden im Frühjahr 2015 Fanfiction-Autor\_innen auf merkwürdige Kommentare unter ihren Geschichten aufmerksam. Es stellte sich heraus, dass ein studentisch geleiteter literaturwissenschaftlicher Kurs an der Universität Berkeley („The Theory of Fan Fiction“) Teilnehmende dazu verpflichtet hatte, Fanfiction zu lesen und online zu kommentieren. Die Kommentare entsprachen jedoch nicht dem üblichen Jargon und Gestus von Fans und wurden deshalb als unpassend empfunden; der Umstand der heimlichen Invasion sorgte für einen regelrechten *shitstorm* (der Vorfall ist unter dem Namen ‚TheoryOfFicGate‘ online dokumentiert). Zusätzlich zur von Produzent\_innen und Marktforschenden ohnehin schon ausgeübten Beobachtung begegnet Fans durch wissenschaftliche Beschäftigung eine weitere Dimension der analysierenden Inspektion, die oftmals als wertend oder zumindest unwillkommen aufgefasst wird. Es gilt zu beachten, ob Fankulturen – hierauf reagierend – neue Mechanismen der Einschränkung ihres Zugangs entwickeln.

Interdependenzen zwischen Fan-Phänomenen und Praktiken der Wissenschaft aufzudecken, verspricht nicht nur für die dezidierte Fan-Forschung einen Erkenntnisgewinn, sondern auch für die Medienwissenschaft und die Wissenschaftsforschung. Es gibt eine Reihe von Prinzipien, die sowohl in Fan- als auch in Wissenschaftskulturen vorgefunden werden können – das gilt für gängige Aufmerksamkeits- und Wissenshierarchien genauso wie für

Mechanismen der kollektiv-getragenen Qualitätssicherung. Es wäre lohnend zu untersuchen, in welchem Verhältnis der in Fankreisen lange schon etablierte Open-Access-Gedanke sowie die Formen des *peer reviews* (wie das unter Fanfiction-Schreibern geläufige *beta-reading*) zu ihren wissenschaftlichen Entsprechungen stehen. Entstanden sie zeitgleich, versetzt, beeinflussten sie sich gegenseitig?

Ein Beispiel für wissenschaftliche Formen der Partizipationskultur, welche einen Teil ihrer Wurzeln in der Fankultur zu haben scheinen, ist die aktuell florierende und vielfach als neu bezeichnete Ausdrucksform des *audio-visual essays*: „Ein neues Medium der Reflexion fasst derzeit Fuß in der akademischen Filmwissenschaft ebenso wie auf Fanwebsites und anderen Plattformen: der Video-Essay, im Englischen auch als *audiovisual essay* oder *digital criticism* bekannt. Dafür werden Bilder und Töne neu zusammengestellt, um Filme und andere Medienformate zu analysieren und kritisch zu würdigen“ (Hediger 2013). Diese Darstellung, Teil des Ankündigungstextes eines Workshops der Frankfurter Filmwissenschaft und des Deutschen Filminstituts aus dem Jahr 2013, wird der fankulturellen Sphäre nur teilweise gerecht: Audiovisuelle Produktionen vornehmlich weiblicher Serien-Fans gibt es hier bereits seit den 1970er Jahren. Beginnend mit Slideshows von Film- und Serien-Stills, die auf Conventions von Musik vom Kassettenrekorder begleitet wurden, entwickelte sich das *vidding* entlang seiner jeweiligen technischen Möglichkeiten zu einer eigenen Ausdrucksform,

die einerseits der begeisterten Affirmation des Ursprungstextes, andererseits aber auch der kritischen Auseinandersetzung mit ihm oder der Fankultur selbst galt (vgl. Coppa 2008).

Ein einschlägiges Beispiel für Letzteres ist das Video *Pressure* (1990) der California Crew, welches, unterlegt mit Billy Joels gleichnamigem Song, den mühevollen Sichtungs-, Auswahl- und Montageprozess dokumentiert, den zwei Fans bei der Produktion eines Videos unter analogen Schnittbedingungen zuhause durchlaufen (einsehbar und besprochen bei Coppa 2008). Dem Video sind dokumentarische Verdienste zugesprochen worden, weil es einen sehr privaten Einblick in eine bereits obsolet gewordene fankulturelle Praxis ermöglicht: das Erstellen von Videos mit Hilfe zweier Videorekorder, Stoppuhr und zahlreichen selbstaufgenommenen Video-Bändern. In seiner persönlich-emotionalen und selbstreflexiven Gestaltung hat dieses Video viel mit dem Essay-Film gemein, der wiederum als Vorläufer des *audiovisual essays* bezeichnet wird (vgl. Álvarez-López/Martin 2014). Letzterer wird trotz offensichtlicher Parallelen bislang in seiner Besprechung kaum fankulturell verortet, sondern zurückgeführt auf eine „tradition of research and experimentation that comes through avant-garde film and video, particularly all that is gathered under the rubric of *found footage work*“ (ebd.).

Es wird interessant sein zu verfolgen, ob fankulturelle Wurzeln oder Parallelen (je nach Deutung) eine Rolle bei der Ausformung, Besprechung und Verbreitung von *audiovisual essays*

spielen werden, fällig ist eine stärkere populärkulturelle Verortung in jedem Fall. In welcher Form diese vorgenommen wird, kann gewiss erhellen, ob und inwiefern Mechanismen der (hoch- vs. populär-)kulturellen Distinktion nach wie vor die Filmwissenschaft prägen.

### Schlussbemerkung

Digitale Medien und soziale Vernetzung eröffnen neue Möglichkeiten der Interaktion zwischen Nutzer\_innen und Medien (und deren Produzent\_innen) sowie von Rezipient\_innen untereinander. In drei Bereichen haben wir uns exemplarisch verschiedenen, primär expliziten Erscheinungsformen einer Partizipationskultur gewidmet. Bei den Analysen drängen sich gegenwärtig – viel mehr als die stets affirmativ und werbewirksam genannten Aspekte der Niedrigschwelligkeit und Gemeinschaftlichkeit – Fragen nach den *Grenzen einer participatory (media) culture* auf: Welche Strategien von Teilhabe lassen sich etwa im Kontext des etablierten Mediensystems, aber auch innerhalb unterschiedlicher Communities vorfinden? Welche Ziele wie auch kontextuellen ‚Legitimationen‘ von sowohl alten wie auch potenziell neuen Partizipationsformen sind damit verbunden – gerade im Netz? Nach welchen Mechanismen vollziehen sich Prozesse der Auf-, Abwertung und Popularisierung bestimmter Artefakte? Wo und unter welchen Bedingungen findet Beobachtung und Einflussnahme durch Dritte statt (und welche Kon-

sequenzen zieht das nach sich)? Perspektivisch müssen im Lichte aktueller politischer Entwicklungen zusätzlich auch Partizipationskulturen verstärkt betrachtet werden, die auf Formen der Vergemeinschaftung basieren, welche die Ablehnung und Ausgrenzung anderer zum Ziel haben (wie im Fall der zu einem nicht unerheblichen Teil auch hetzerisch im Netz geführten gegenwärtigen Flüchtlingsdebatte).

Nach den konkreten methodischen Konsequenzen für die Medienkulturwissenschaften muss ebenfalls gefragt werden, wenn partizipative Kulturen adäquat beforcht werden sollen. Welche Instrumente kann beispielsweise die Informatik bereitstellen, um soziale und kulturelle Phänomene, die zu immensen, stetig weiter wachsenden, aber zugleich flüchtigen Datenkonvoluten heranwachsen, präzise und nachhaltig beforchten zu können? Und was

bedeutet eine Integration dieser Mittel für die fachliche Qualifikation und das Selbstverständnis von Medien- und Kulturwissenschaftler\_innen?

Mit diesem Beitrag war das Anliegen verbunden, Orientierung im Feld medienkulturwissenschaftlicher Partizipationsforschung zu geben und Wege in die Zukunft aufzuzeigen. Gleichzeitig zu den konkreten Antworten, die wir uns von neuen Studien innerhalb der Disziplin erhoffen, wird es essentiell bleiben, kontinuierlich weitere Fragen danach zu stellen, unter welchen Voraussetzungen sich eine mediale Partizipationskultur (gegenwärtig) als experimentelles, unstetes und dynamisches Feld medienkultureller Praktiken konstituieren kann, wie es sich fortlaufend verändert und wie es nachhaltig medienwissenschaftlich überhaupt untersucht werden kann.

## Literatur

Abercrombie, Nicholas/Longhurst, Brian: *Audiences: A Sociological Theory of Performance and Imagination*. Thousand Oaks: Sage, 1998.

Álvarez-López, Cristina/Álvarez-López, Adrian Martin: „Introduction to the audiovisual essay: A child of two mothers.“ In: *NECSUS – European Journal for Media Studies*, 2014. Online abrufbar unter: <http://www.necsus-ejms.org/introduction-audiovisual-essay-child-two-mothers/> (06.11.2015).

ARTE GEI (Hg.): *100 % bimedial*. 2013. Online abrufbar unter: [http://flipbook.arte.tv/2013\\_ARTEBimedia\\_DE/](http://flipbook.arte.tv/2013_ARTEBimedia_DE/) (22.08.2015).

Bacon-Smith, Camille: *Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1992.

Balbi, Gabriele/Scaglioni, Massimo (Hg.): „Convergent Television(s).“ In: *VIEW: Journal of European Television History and Culture* 3 (6), 2014.



Benkler, Yochai: *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven: Yale UP, 2006.

Bourdieu, Pierre: *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. Cambridge: Harvard UP, 1984 [1979].

Booth, Paul: „Augmenting Fan/Academic Dialogue: New Directions in Fan Research.“ In: *The Journal of Fandom Studies* 1 (2), 2013, S.119-137.

Bronwen, Thomas: „What Is Fanfiction and Why Are People Saying Such Nice Things About It?“ In: *StoryWorlds: A Journal of Narrative Studies* 3, 2011, S.1-24.

Bruns, Axel: *Blogs, Wikipedia, Second Life and Beyond: From Production to Production*. New York: Peter Lang, 2008.

Buschow, Christopher/Schneider, Beate/Ueberheide, Simon: „Tweeting Television: Exploring Communication Activities on Twitter while Watching TV.“ In: *Communications – European Journal of Communication Research* 39 (2), 2014, S.129-149.

Busse, Kristina: „Media Fan Studies: Eine Bestandsaufnahme.“ In: Cuntz-Leng, Vera (Hg.): *Creative Crowds: Perspektiven der Fanforschung im deutschsprachigen Raum*. Darmstadt: BÜCHNER, 2014, S.17-34.

Caldwell, John T.: „Worker Blowback: User-Generated, Worker-Generated, and Producer-Generated Content within Collapsing Production Workflows.“ In: Bennet, James/Strange, Niki (Hg.): *Television as Digital Media*. Durham: Duke UP, 2011, S. 283-310.

Certeau, Michel de: *The Practice of Everyday Life*. Berkeley: University of California Press, 1984 [1980].

Chant, Ian: „University of Iowa Libraries Begin to Digitize Decades of Fanzines.“ 23.07.2015. Online abrufbar unter: [http://lj.libraryjournal.com/2015/07/digital-resources/university-of-iowa-libraries-begin-to-digitize-decades-of-fanzines/#\\_ \(06.11.2015\)](http://lj.libraryjournal.com/2015/07/digital-resources/university-of-iowa-libraries-begin-to-digitize-decades-of-fanzines/#_ (06.11.2015)).

Coppa, Francesca: „A Brief History of Media Fandom.“ In: Busse, Kristina/Hellekson, Karen (Hg.): *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays*. Jefferson: McFarland, 2006, S.41-59.

Coppa, Francesca. „Pressure‘ - a metavid by the California Crew.“ 28.01.2008. Online abrufbar unter: [http://mediacommons.futureofthebook.org/imr/2008/01/28/pressure-metavid-california-crew \(06.11.2015\)](http://mediacommons.futureofthebook.org/imr/2008/01/28/pressure-metavid-california-crew (06.11.2015)).

Cuntz-Leng, Vera: „Das ‚K‘ in Fanfiction: Nationale Spezifika eines globalen Phänomens.“ In: dies. (Hg.): *Creative Crowds: Perspektiven der Fanforschung im deutschsprachigen Raum*. Darmstadt: BÜCHNER, 2014, S.238-260.

Cuntz-Leng, Vera/Meintzinger, Jacqueline: „A Brief History of Fan Fiction in Germany.“ In: *Transformative Works and Cultures* 19, 2015. Online abruf-

bar unter: <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/630/519> (06.11.2015).

Dijck, José van/Poell, Thomas: „Understanding Social Media Logic.“ In: *Media and Communication* 1, 2013, S.2-14.

Dijck, José van/Poell, Thomas: „Making Public Television Social? Public Service Broadcasting and the Challenges of Social Media.“ In: *Television & New Media* 16, 2015, S.148-164.

Einwächter, Sophie G.: *Transformationen von Fankultur: Organisatorische und ökonomische Konsequenzen globaler Vernetzung*. Frankfurt/Main: Goethe-Universität, 2014.

Ganzert, Anne: „Sync Now‘: Fernsehen und das Versprechen von Teilhabe.“ In: Ochsner, Beate/Otto, Isabell/Spöhrer, Markus (Hg.): *Objekte medialer Teilhabe*. Marburg: Schüren, 2013, S.11-22.

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

Harris, Cheryl/Alexander, Alison (Hg.): *Theorizing Fandom: Fans, Subculture and Identity*. Cresskill: Hampton, 1998.

Hediger, Vinzenz: „The Audiovisual Essay. Practice and Theory: Internationaler Workshop.“ 2013. Online abrufbar unter: <http://deutsches-filminstitut.de/blog/the-audiovisual-essay/> (06.11.2015).

Hellekson, Karen/Busse, Kristina (Hg.): *The Fan Fiction Studies Reader*. Iowa City: University of Iowa Press, 2014.

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

Horkheimer, Max/Adorno, Theodor W.: „Kulturindustrie – Aufklärung als Massenbetrug.“ In: dies.: *Dialektik der Aufklärung: Philosophische Fragmente*. Frankfurt: Fischer, 2001 [1944], S.128-177.

Horton, Donald/Wohl, R. Richard: „Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance.“ In: *Psychiatry* 19 (3), 1956, S.215-229.

Ingham, Roger: *Football Hooliganism: The Wider Context*. London: Inter-action Imprint, 1978.

Iser, Wolfgang: *Der Akt des Lesens: Theorie ästhetischer Wirkung*. München: Wilhelm Fink, 1994 [1976].

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

Jenkins, Henry: *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York UP, 2006.

Jenkins, Henry/Purushotma, Ravi/Weigel, Margaret/Clinton, Katie/Robison,

Alice J.: *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Cambridge: MIT Press, 2009.

Jenkins, Henry: „Where Fandom Studies Came From: An Interview with Kristina Busse and Karen Hellekson (Part One).“ 17.11.2014. Online abrufbar unter: <http://henryjenkins.org/2014/11/where-fandom-studies-came-from-an-interview-with-kristina-busse-and-karen-hellekson-part-one.html#sthash.KUXvaTR5.dpuf> (06.11.2015).

Jensen, Joli: „Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization.“ In: Lewis, Lisa A. (Hg.): *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. London: Routledge, 1992, S.9-29.

Nandzik, Janna (interviewt von Anne Krüger): „Facebook macht aus dir einen wahnsinnigen Narzissten.“ 2013. <http://www.vice.com/de/read/facebook-macht-aus-dir-einen-peinlichen-Narzisstent> (22.08.2015).

Nandzik, Janna: „ABOUT:KATE: Ein crossmediales Experiment zur psychischen Verfassung im digitalen Zeitalter.“ Paper präsentiert auf dem 3th German Social TV Summit, München, 02.07.2014.

O'Reilly, Tim: „What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software.“ In: *Communications & Strategies* 1, 2007, S.17.

Penley, Constance: „Feminism, Psychoanalysis, and the Study of Popular Culture.“ In: Grossberg, Lawrence/Nelson, Cary/Treichler, Paula (Hg.): *Cultural Studies*. London: Routledge, 1992, S.479-500.

Russ, Joanna: *Magic Mommas, Trembling Sisters, Puritans & Perverts: Feminist Essays*. Trumansburg: The Crossing Press, 1985.

Schäfer, Mirko Tobias: *Bastard Culture! How User Participation Transforms Cultural Production*. Amsterdam: Amsterdam UP, 2011.

Schneider, Beate/Buschow, Christopher: „Fernsehen trifft Social Media: Was Social TV für Produktionsunternehmen bedeutet.“ In: *Medienproduktion*, 2013, S.7-9.

Wihl, Anna: „ARTE: French-German Experiments in Crossing the Borders. ‚One Media – Three Screens‘: Convergence and Interactivity at its Full Potential?“ In: *VIEW: Journal of European Television History and Culture* 3 (6), 2014, S.78-94.