

Antifandom and the Moral Text – Television Without Pity and Textual Dislike

(Jonathan Gray, University of California-Berkeley)

- seit 20 Jahren Forschung im Bereich des Fan-Seins, dahingegen kaum Beschäftigung mit Anti-Fans (lassen ihre Familie bestimmte Sendungen nicht sehen, machen sozusagen Werbung gegen etwas, verbringen viel Zeit damit ausdiskutieren, was ihnen nicht gefällt)
- ähnelt Fan-Verhalten, aber mit gegensätzlichem Ziel

Der Anti-Fan

- wissenschaftliche Einteilung von Freizeit-Schauer und Fan, Anti-Fan wird vergessen (wie auch z.B. im Modell von Abercrombie und Longhurst (1998): u.a. Freizeit-Schauer, etwas aktiverer Fan, Anhänger, Enthusiast)
- Modellvorschlag des Autors (2003): versch. Positionen resultieren in versch. Aktionen, Reaktionen und Interaktionen
 - beobachtender Analytiker, Fan, Nicht-Fan, Anti-Fan (Überschneidungen möglich)
 - beobachtender Analytiker + Fan: detailliertes Wissen, schaut viele Sendungen einer Serie, vertraut dem Wissen der Fangemeinschaft
 - Nicht-Fan: schaut Serien bei Gelegenheit, keine starke Involvierung oder Meinung
 - Anti-Fan: rezipiert sozusagen aus der Ferne, wert sich die Serie zu schauen (unwissender und daher falscher bzw. schlechter Rezipient?)

Television without Pity – Online-Forum

- 3 Kernfunktionen: seiteneigene Autoren fassen Episodeninhalte zusammen, unabhängige Foren zur Diskussion dieser Inhalte, weitere Foren für alle weiteren Themen
- alle 30 Minuten neue Diskussionsbeiträge, die über 10.000 Views bekommen (Hierarchie aus Neulingen und Langzeitposten entsteht)

Conclusion

- Fantum und Anti-Fantum haben teilweise ähnliche Attribute, Performances im Sinne von Interaktionen mit Serien oder Gleichgesinnten, Verhaltensweisen und den Wunsch, sich auszutauschen und zusammenzuschließen
- allerdings unterscheiden sich Anti-Fans dadurch von Fans, dass ihre Erwartungen und direkte Interaktionen mit den Handlungen in Serien auf rational-realistischer, moralischer und ästhetischer Ebene gegensätzlich von denen der Fans sind
- das Internet unterstützt den anonymen Austausch und Zusammenschluss von Fans ebenso wie von Anti-Fans, weswegen diese Bewegung nur noch größer werden wird und daher bald auch einen größeren Anteil in wissenschaftlichen Diskursen einnehmen wird

Accidental Activist

- Erste Studien über Fans im Bereich Scinefiction, erst später über Soap-Fans
- Bild eines Soap-Fans wurde im allgemeinen als passiv, ziellos und faul dargestellt
- Forschungen demonstrieren jedoch:
 - a) Fans können sich durch das Schauen der Sendung und den Diskussionen über das Gesehene eine Stellung errichten.
 - b) Fans finden zu Gruppen zusammen und bilden Gemeinschaften, sowohl konkret als auch virtuell.
- Daraus ergibt sich: Fans sind nicht passiv, sondern durch seine Bildung einer eigenen Meinung und Interpretation ein aktiver Teil der Serie, er betreibt ein aktives Sehen.
- Nach Bielby, Harrington und Bielby gibt es eine Unterscheidung zwischen
 - a) aktiver Soap-Fan (z.B. Fanclub -> genießt es, einfach nur Fan zu sein)
 - b) aktivistischen Soap-Fan (strategisch Handelnde, die meist in Gruppen nach einem bestimmten Ziel streben)

Die Fallstudie

Es gibt bereits Forschungen über aktivistisches Fanverhalten bei Primetime Soaps. Die Fallstudie von Melissa C. Scardaville beschäftigt sich mit aktivistischen Fanverhalten bei Daytime Soaps am Beispiel der Serie *Another World*. Die Teilnehmer der Studie waren alle an der 1998 entstandenen Kampagne *Save Another World* beteiligt. Es nahmen an der Studie, welche aus einem Fragebogen mit geschlossenen und offenen Fragen bestand, 20 Teilnehmer teil. Drei Schwerpunkte wurden gesetzt:

- a) welche Motivation steckte hinter der Teilnahme an der Kampagne?
- b) in wie weit hat die Mitgliedschaft die Wahrnehmung auf den Einfluss einer Gruppe oder eines Einzelnen beeinflusst?
- c) hat die Teilnahme später zu einer erneuten Teilnahme an anderen Kampagnen beigetragen?

Ergebnisse

- Drei Hauptmotivationen für die Teilnahme: Ärger, Besitztum, Erweiterung der Familie
- Tendenz: Die Teilnahme steigerte das Gefühl „Aktivist“ zu sein
- 13 von 20 verbuchten die Kampagne als erfolgreich
- Die meisten würden sich nicht mehr so engagieren

Schlussfolgerung

- Soapaktivismus ist ein Werkzeug eines Fans sich einzumischen, Fans erwägen sich in einer Machtposition.
- Die Forschungsgegenstände Primetime Soap-Fantom und Daytime Soap-Fantom lassen sich zwar vergleichen aber nicht austauschen.
- Auch im Fantom von Daytime-Soaps können Gruppen von Accidental Activists entstehen.