

Bettina Fritzsche

Medial vermittelte Beziehungen

Para-interaktiv und dennoch sinnhaft

Fans von Popstars, Boy- oder Girlgroups verehren ihre Stars. Die Funktionen der Fanschaft sind vielfältig, denn in der para-interaktiven Beziehung erlebt sie eine Mischung von Intimität und Begehren, aber auch identifikatorische Momente. Es ist eine Beziehung, die in der Fantasie stattfindet, in der das Sammeln von Kaufobjekten zur Nähe beiträgt.

Eine wichtige Rolle im Fernsehinteresse Jugendlicher spielen die Musikkanäle VIVA und MTV ebenso wie andere Sendungen, in denen Musikvideos und Konzertmitschnitte gezeigt, aktuelle Informationen aus der Musikwelt verbreitet und Stars vorgestellt werden. Der ästhetische Genuss des Musikhörens, der auch über das Anhören von CDs oder Radiosendungen möglich ist, lässt sich bei der Rezeption dieser Sendungen verknüpfen mit dem Gewinn eines visuellen Eindrucks von den jeweiligen KünstlerInnen und deren Inszenierungen.

Das Aussehen von MusikerInnen, das freilich schon zu Elvis' Zeiten eine große Rolle spielte, hat offensichtlich in den letzten Jahrzehnten immer mehr an Bedeutung gewonnen. In diesem Sinne zeigt sich in einer Beschäftigung mit aktuellen Teenie-Popstars, dass deren Weg zum Ruhm immer auch mit ihrem jeweiligen Äußeren und vor allem mit ihrem eben auch visuell vermittelten »Image« verknüpft ist und dass die Bedeutung ihrer Musik oft hinter diese Qualitäten zurücktritt. Bei deren Darbietung

in Musikvideos steht die Präsentation der Körper der Stars im Vordergrund, weshalb sie vorrangig tanzen und oft keine Instrumente spielen. Gleichzeitig werden sie ihrem Publikum üblicherweise auch auf einer persönlichen Ebene vorgestellt, indem etwa ihr Sternzeichen, ihre Hobbys oder auch Kinderfotos veröffentlicht werden. Insbesondere von männlichen Teenie-Stars wie den so genannten »Boysgroups« ist bekannt, dass zu ihrem Image eine Inszenierung romantischer junger Männer auf der Suche nach der großen Liebe gehört, d. h. sie werden auch als Projektionsfläche für das heterosexuelle Begehren eines weiblichen Publikums konstruiert.

Die visuelle Ebene von Musiksendungen ermöglicht in diesem Sinne nicht nur ein visuelles ästhetisches Vergnügen, sondern sie unterstützt die Möglichkeit für die RezipientInnen, die MusikerInnen als Personen kennen zu lernen und als solche eine Beziehung zu ihnen aufzubauen. Bei der medialen Inszenierung von Stars als BeziehungspartnerInnen spielen insbesondere die audiovisuellen Medien eine zentrale Rolle. Die Kombination aus Ton und Bild und die Intimität, die beispielsweise durch Closeups hergestellt wird, ermöglichen ein Gefühl der Nähe zu den medial vermittelten Personen, die gerade Live-Inszenierungen nicht gewährleisten können. Wie lassen sich die zu den derartig präsentierten Stars aufgebauten Beziehungen jedoch genauer charakterisieren?

Inwiefern eine Beziehung zu medial vermittelten Figuren sich mit ande-

ren sozialen Beziehungen vergleichen lässt, ist ein umstrittenes Thema. Um die Besonderheit von Beziehungen von Fans zu ihren Stars zu verdeutlichen, greifen viele Untersuchungen auf das Konzept der »parasozialen Interaktion« von Donald Horton und R. Richard Wohl (1956) zurück. Die beiden Autoren verweisen darauf, dass sowohl mediale »Performer« (Stars, Showmaster etc.) als auch deren Publikum sich so verhalten, als pflegten sie eine interaktive Beziehung. Sie wenden sich somit gegen ein Modell der Medienrezeption als rein monologischer Vorgang, charakterisieren die beobachtete Interaktion jedoch als »Simulacrum« und insofern als »parasozial« (a. a. O. S. 215). Im vorliegenden Beitrag soll diskutiert werden, welche Funktion televisionär angestiftete Beziehungsverhandlungen mit Popstars für die Jugendlichen haben und auch, ob diese vergleichbar sind mit anderen Beziehungen oder eher künstlicher oder gar illusionärer Art. Diese Diskussion basiert auf einer empirischen Untersuchung zu weiblichen Fans und Ex-Fans von Boy- und Girlgroups.¹

Boysgroups und Girlgroups als symbolische Ressourcen

Grundlage der Studie sind 23 narrative Interviews und Gruppendiskussionen mit Mädchen verschiedener Milieuzugehörigkeit im Alter von 10 bis 18 Jahren. Die Interviews wurden mit der dokumentarischen Methode ausgewertet, die der rekonstruktiven Sozialforschung verpflichtet ist und

den Fokus insbesondere auf kollektive Orientierungen und das Erfahrungswissen der Befragten richtet.² Im Mittelpunkt des Erkenntnisinteresses stand die Bedeutung des fan-kulturellen Engagements der Mädchen als Forum zur Verhandlung normativer Anforderungen während der Lebensphase der (Prä-)Adoleszenz. Die Auseinandersetzung mit den jeweiligen Pop-Gruppen wurde in diesem Sinne als Kultur verstanden, wobei unter Bezug auf Paul Willis (1991) davon ausgegangen wurde, dass die Medien »symbolische Ressourcen« für die Ausgestaltung dieser Kultur bereitstellen. Willis zufolge müssen Menschen, da sie sowohl kommunizierende als auch produzierende Wesen sind, notwendig ständig symbolische Arbeit leisten. Diese besteht in der Anwendung menschlicher Fähigkeiten auf und durch symbolische Ressourcen, mit dem Ziel, Bedeutungen zu produzieren. Als solche Ressourcen gelten die jeweils kulturell verfügbaren Sprachen, Symbole, Gegenstände und Bilder, die oft auch medial und kommerziell vermittelt werden. Was aber wird von den in medial über Popstars vermittelten Bedeutungen symbolisiert und wie positionieren sich die Fans gegenüber dem jeweiligen Star-Image, das immer auch auf eine »reale« Person verweist?

Auf der Grundlage meiner empirischen Untersuchung lässt sich das Verhältnis zwischen Fans und Stars als auffällig vielschichtig beschreiben: Zum einen assoziieren die Mädchen das jeweilige Image der Bandmitglieder mit unterschiedlichen Bedeutungen, andererseits erfüllt es auch ganz verschiedene Funktionen für sie.

Popstars als Symbole

In vielen Fan-Star-Beziehungen kommt den Stars ein eindeutiger Symbolcharakter zu. Sehr auffällig ist dies bei den Boygroups: Obwohl die

meisten Boygroup-Fans einen Liebling unter den Bandmitgliedern auswählen, beziehen sich viele Mädchen, wenn sie ihre Beziehung zu den Stars beschreiben, auf die ganze Band: Deren Mitglieder werden oftmals wie *ein Mann* betrachtet. In diesem Sinne sagt etwa die knapp 13-jährige Antje spontan, sie wisse nicht, ob sie ihren Klassenkameraden oder die Boygroup mehr liebe. Gleichzeitig stehen die Boygroup-Inszenierungen offenbar symbolisch für eine glückliche heterosexuelle Liebesbeziehung. Dies zeigt sich beispielsweise in der folgenden Interviewpassage mit der 15-jährigen Julia:

»Aber für mich war das halt auch so, (1) ((räuspert sich)) ich konnte mir auch nicht vorstellen, dass die irgendwie älter **werden**. Für mich war'n die halt einfach so. Und wenn ich älter gewesen wäre, dann wär'n die für mich immer noch so gewesen.«³

Julia ging also in ihrer Fanphase davon aus, dass die Stars sich im Laufe der Jahre nicht veränderten und sie diesen als zukünftigen Liebhabern in aller Ruhe entgegenwachsen könne. Wie andere Fans auch assoziiert sie die medialen Informationen über die Stars weniger mit einem besonderen Männerbild, sehr wohl aber mit einer bestimmten Beziehungsform. Ich schließe mich hier der Einschätzung von Maya Götz an, die davon ausgeht, dass das Image bestimmter Stars bereits auf das Interesse vieler Jugendlicher am Thema der heterosexuellen Liebe ausgerichtet ist: »Was hier angeboten wird, ist nicht die ›Ware Frau‹ oder die ›Ware Mann‹, sondern die ›Wa(h)re Beziehung.« (Götz 1999, S. 380)

In diesem Sinne lässt sich die von vielen Girlgroup-Fans formulierte Ablehnung gegenüber der Kultur von Boygroup-Fans meines Erachtens auch als Abwehr gegenüber der Praxis heterosexueller Paarbildung deuten. Girlgroups werden von den Mädchen ebenfalls stark symbolisch besetzt: So steht die Girlband »Spice

Girls« aus der Sicht der jüngeren Mädchen für die Verbindung von Attraktivität und Bewegungsfreiheit (Funda, 10 Jahre: »Die kann Rückwärtsrolle (...) Und, eh, die hat, voll schöne lange Haare«). Die älteren Fans hingegen assoziieren sie mit Unabhängigkeit vom anderen Geschlecht, der zielstrebigem Verwirklichung eigenwilliger Wünsche oder einer erfolgreich abgeschlossenen Entwicklung zur selbstbewussten weiblichen Jugendlichen.⁴

Als Symbole repräsentieren die jeweiligen Bandmitglieder Wegmarkierungen am Horizont, wobei die Mädchen sich entweder dafür entscheiden, diesen entgegenzustreben, oder aber sich nachdrücklich abzuwenden. Eine positive Beziehung zu den jeweiligen Symbolen drücken sie häufig in Begriffen von Bewunderung oder Begehren aus, außerdem werden diese als Orientierungshilfe bei der Auseinandersetzung mit verschiedenen aktuellen Anforderungen charakterisiert.

Toy-Boy: die Konsumierbarkeit von Stars

Ungeachtet der teilweise durchaus respekt- und hingebungsvollen Beziehungen, die zu den Stars als Symbole aufgebaut werden, sind sie für ihre Fans doch immer gleichzeitig auch *Konsumobjekte*. So beschreiben vor allem die älteren Mädchen ihre Entscheidung für die entsprechende Band oder ein bevorzugtes Bandmitglied oft als kritische Auswahl eines passenden Konsumgegenstands. Viele Fans begegnen den Popstars nie persönlich und sind somit gezwungen, ihr Verhältnis zu ihnen über die Anschaffung von Fanartikeln zu regulieren: Die Aneignung von Informationen über das Privatleben der Stars und das Sammeln ihrer Abbildungen (die häufig überlebensgroß die Zimmerwand zieren) können eine Beziehung konstituieren, die Alltagskontakte an Intimität locker überbie-

tet. Wie auch Walter Benjamin in seinem Essay »Der Sammler« (1983) formuliert, ist gerade die Aktivität des Sammelns bedeutsam bei der Konstitution von Nähegefühlen. Benjamin charakterisiert das Sammeln als Möglichkeit, sich etwas Entferntes, z. B. auch eine Epoche, möglichst nahe heranzuholen: »Sammeln ist eine Form des praktischen Erinnerns und unter den profanen Manifestationen der »Nähe« die Bündigste« (S. 271). Die Selbstwahrnehmung als Konsumentinnen vermittelt den Mädchen gleichzeitig ein Gefühl der Macht in der Fan-Star-Beziehung: Sie wissen, dass die Präsenz von Fans und deren Konsumpraktiken unabdingbare Voraussetzung für das Überleben von Teenie-Bands sind. Dadurch, dass die meisten Fans lediglich über die Anschaffung bestimmter fetischhaft aufgeladener Objekte Nähe zu den Bandmitgliedern aufbauen können, nehmen sie oft eine possessive Haltung gegenüber dem im Medienarrangement vermittelten Konsumobjekt »Star« ein. Ein solch possessives Begehren zeigt sich beispielsweise in Antjes Beschreibung eines Konzerts der Backstreet Boys: »Jeder wollte nach ganz vorne und einen anfassen.« Der Umstand, dass die Bandmitglieder einen wichtigen Symbolcharakter haben, gleichzeitig jedoch immer auch konsumierbar sind, konstituiert auf entscheidende Weise die Fan-Star-Beziehung. Während die Stars als Symbole aus einer Distanz heraus betrachtet werden, ermöglicht deren Status als Konsumobjekte (wenn die finanziellen Ressourcen es erlauben) eine umstandslose Aneignung. In diesem Sinne oszillieren die Beziehungen, die die Fans zu den jeweiligen Bandmitgliedern aufnehmen, zwischen Nähe und Distanz: Die Stars symbolisieren beispielsweise für Julia die ferne Zukunft einer erfüllten Liebesbeziehung, sie baut sie jedoch gleichzeitig als Konsumobjekte in ihre kindliche Welt ein: Im Spiel mit ihren Barbie- und Ken-Puppen nutzt sie die Boygroup, um eigene Themen

zu verhandeln, indem sie hier die (Ken-)Bandmitglieder als egoistische Ehemänner inszeniert, die ihre (Barbie-)Ehefrauen frustriert zu Hause sitzen lassen, während sie selbst auf Tournee sind.

Auch die von den Girlgroups symbolisierten Identitäten können auf unkomplizierte Weise über Konsumpraktiken wie das »Abgucken« eines bestimmten Kleidungsstils oder auch die Verwendung etwa des Spice-Girls-Parfums ins eigene Leben geholt werden.

Im Rahmen ihrer historischen Untersuchung zur Rezeption von Hollywood-Diven weist Jackie Stacey (1994, S. 234 ff.) darauf hin, dass sich die Bedeutung von Stars im Zuge der Konsumgesellschaft stark verändert hat: Bis Mitte der 50er-Jahre wurden Hollywood-Stars auf eine Weise repräsentiert, die ihre Distanz zum Publikum auf verschiedenen symbolischen Ebenen maximierte. Erst die zunehmende Möglichkeit für das Publikum, sich das Star-Image mittels Konsumpraktiken anzueignen, führte zu einer größeren Nähe in den Fan-Star-Beziehungen:

»Spectators' memories of stars suggest an increasingly interactive relationship between self-image and star ideals with the opening-up of multiple possibilities of becoming more like the screen ideal through the purchase of commodities associated with particular stars. Mimetic self-transformations become an imaginable possibility through consumption – be it the suits or blonde hair of Marilyn Monroe, or the styles, fabrics and colours associated with Doris Day« (a. a. O., S. 236).

Ganz im Sinne dieser Entwicklung sind heutige Teenie-Stars Konsumgüter par excellence: So konnte sich eine von mir interviewte Mädchen-Gruppe die Sportkleidung der Backstreet Boys anziehen und die Boygroup bei öffentlichen Aufführungen imitieren und gleichzeitig sich die begehrten Stars in Form von Bettwäsche mühelos ins Bett holen.

Die gegenwärtig vermarkteten Pop-MusikerInnen symbolisieren idealerweise eine Identität, die den Mädchen zwar noch fern ist, aber gleichzeitig durchaus erreichbar erscheint. Besonders deutlich wird eine solche Strategie in der Erklärung der Spice Girls, alle Menschen hätten die Möglichkeit, ein Spice Girl zu werden. Die doppelte Konnotation des Star-Images als ein zwar fernes, jedoch erreichbares, begehrtes Symbol wird auch von Julia angesprochen:

»Die waren hübsch, war'n schlank und war'n halt, irgendwie, auf ihre Art perfekt, obwohl se andererseits auch wieder total unperfekt waren.« Die Konsumierbarkeit der Popstars ebenso wie ihre »unperfekte« Seite ermöglicht es ihren Fans also zum einen, eine große Nähe zu ihnen aufzubauen, und sich ihnen andererseits auf einer identifikatorischen Ebene anzunähern.

Das Erleben von Intimität und Begehren

Die über die medial vermittelten Botschaften, das Konsumverhalten und das emotionale Engagement der Fans ermöglichte Nähe zu den Stars lässt das Verhältnis zu diesen als eine Art intime zwischenmenschliche Beziehung erscheinen. Wie bereits erläutert, müsste diese im Anschluss an Horton und Wohl (1956) als »parasoziale Interaktion« betrachtet werden.

In ihrer kritischen Auseinandersetzung mit dem Begriff der parasozialen Interaktion verdeutlicht Ruth Ayaß (1993, S. 35 f.), dass dieser in seiner späteren Rezeption vor allem verwendet wurde, um darauf aufmerksam zu machen, dass ZuschauerInnen im Zuge massenmedialer Kommunikation einer Schein-Reziprozität aufsitzen, wodurch sie erneut als Opfer medialer Verdummung dastehen. Ayaß plädiert demgegenüber dafür, den Rezeptionsakt als soziale Handlung gelten zu lassen: »Die zahl-

losen Formen einer Herstellung von scheinbarer Reziprozität können daher soziologisch adäquat höchstens als *para-interaktiv* bezeichnet werden« (a. a. O., S. 36, herv. R. Ayaß). Auch die aktive Aneignung medial vermittelter Pop-Bands durch ihre Fans muss meines Erachtens als soziales Handeln betrachtet werden. Gleichzeitig ist die Beziehung zu den Stars tatsächlich nur sehr begrenzt interaktiv. (Einige sehr engagierte ältere Fans, die beispielsweise geduldig an Hoteleingängen warten, haben gelegentlich direkte Interaktionen mit den Stars, deren Verlauf jedoch stark ritualisiert ist.)

Besonders bemerkenswert erscheint mir jedoch im Blick auf meine Studie, wie fließend die Grenzen zwischen den Beziehungen zu den Stars und anderen, alltäglichen Beziehungen der Mädchen sind. So nehmen etwa viele Boygroup-Fans ihre Beziehung zur Band im Vergleich mit Beziehungen zu Jungen aus ihrem Bekanntenkreis als wesentlich intimer wahr. Diese Einschätzung ist meines Erachtens durchaus ernst zu nehmen und kann nicht als medial initiierte Verblendung abgetan werden. So erläuterte mir etwa die 12-jährige Kerstin ihre Beziehung zu ihrem Freund, indem sie mir beschrieb, wie sie diesen gemeinsam mit ihrer Freundin heimlich beim Fußballspielen beobachtete: Die hier vollzogene heterosexuelle Partnerschaft beruht ebenso auf Distanz und dem mühseligen Sammeln von Einzeleindrücken wie die Beziehung zu Stars, auch sie lässt sich als »para-interaktiv« bezeichnen. Ich gehe davon aus, dass viele der Beziehungen von Mädchen in Kerstins Alter (insbesondere ihre Beziehungen zu Jungen) sehr stark in der Fantasie gelebt werden, weshalb ich es nicht für sinnvoll erachte, die ebenso strukturierten Beziehungen zu Stars als besonders scheinhaft einzuordnen.

Welche Bedeutungen hat es für Fans, eine intime Beziehung zu MusikerInnen aufzubauen? Offensichtlich ver-

stehen vor allem Boygroup-Fans ihr Verhältnis zu den Stars oft als Begehrensverhältnis: Sie beschreiben die Bandmitglieder als »geil«, »Traumtypen«, »süß« und »sexy« und die eigenen Gefühle als »verknallt«. Konstitutiv für die hierbei gegenüber den Stars empfundenen Gefühle ist deren *Struktur der verhinderten Wunscherfüllung*: Die Fans streben nach Nähe mit den jeweiligen Bandmitgliedern, planen die Erfolglosigkeit dieses Strebens jedoch gleich in ihr Begehren mit ein. So formuliert etwa Antje: »Irgendwie isses 'n Reiz, dass man die nicht so erreichen kann.« Und Julia erklärt, dass es in ihrem Begehren mehr um die innere Vorbereitung auf ein später erwartetes Ereignis gegangen sei:

»Ich war ja grade mal drei-, zwölf, zwölf war ich. Und da **war ich** auch noch gar nicht, also hätt mir noch gar nicht vorstellen können, mit denen großartig, eigentlich irgendwie was zu tun zu haben, klar, ich hab's geträumt, für mich selber, aber ich hab's eher so mir vorgestellt für später, wie gesagt. Dass ich später mal, wenn ich irgendwie **älter** bin, dann mit denen gut **klar komme** und so. Aber mit zwölf nicht, also, (1) da, da wusst ich auch, dass ich für die eigentlich viel zu jung bin, (1) und die mir auch, also, auf gewisse Art eigentlich schon wieder zu **alt** sind.«

Auf diese Weise können die Mädchen die Gefühlslage des Verliebten kennen lernen und müssen hierfür nicht in Kauf nehmen, sich auf die Unwägbarkeiten einer interaktiven Liebesbeziehung einlassen zu müssen.⁵ Auch die Beziehungen zu weiblichen Stars können eine erotische Komponente haben, die in den Interviews eher auf einer verdeckten Ebene thematisiert wird.

Fan-Mimesis

Eine weitere zentrale Motivation in der Beziehung zu den Bands ist, wie bereits erwähnt, der Wunsch, sich diesen über eine identifikatorische Ebene

anzunähern. In Hinblick auf die Handlungspraxis der Fans lässt sich hierbei unter Bezugnahme auf Gunter Gebauer und Christoph Wulf (1998, S. 11) von mimetischen Akten sprechen: Soziale Akte sind den Autoren zufolge dann mimetisch, wenn sie erstens auf andere Bewegungen Bezug nehmen, zweitens körperliche Aufführungen sind und drittens sowohl eigenständige Handlungen sind als auch auf andere Akte oder Welten Bezug nehmen.

Jüngere Fans gehen sehr spielerisch mit dieser mimetischen Annäherung um und verwandeln sich flugs von einem Star in den nächsten (Funda: »Also früher war ich mal die Victoria, aber jetzt bin ich die Sportliche«). Die Fan-Mimesis älterer Mädchen erfolgt vorsichtiger und selbstreflexiver, häufig wird betont, dass es nicht darum gehe, sich vollständig dem Star anzupassen. So erklärt beispielsweise Bianca, die Stars seien nicht so richtig wie Idole für sie, »weil, ich versuch auch trotzdem noch 'n bisschen meinen eigenen Charakter auch rauszufinden.«

Ebenso wie Lisa A. Lewis (1990, S. 173 ff.) die Übernahme von Madonnas Stil durch deren Fans als Suche nach kreativen Impulsen zur Selbstentdeckung interpretiert, beurteile ich die Mimesis der Spice-Girls-Fans als kreativen und eigenwilligen Akt. Dieser kann sowohl der Verhandlung der Aufgabe dienen, eine selbstständige Persönlichkeit zu entwickeln, als auch der Auseinandersetzung mit normativen Anforderungen an eine attraktive weibliche Selbstinszenierung. Letztere wird insbesondere im Zuge der tänzerischen Imitationen der Bands und der mimetischen Aneignung verschiedener von den Stars verkörperter modischer Stile erprobt.

Viele Fans schildern diese Art der Mimesis als hilfreich in einer Phase der Orientierung zu Beginn der Jugendzeit, die auch beizeiten wieder abgeschlossen wird. Es kann auch – wie im Falle Julias – dazu kommen,

dass die eigenen Versuche, sich der Girlgroup mimetisch anzunähern, irgendwann als aufgesetzt und unecht wahrgenommen werden. Dann werden die Stars als Vorbilder verworfen und es gilt, einen eigenen Weg zu finden:

»Ich hab das dann auch probiert, so selbstbewusst zu **sein** und irgendwie war ich's auch auf 'ne bestimmte Art, aber halt nicht so **wirklich**, ich war's so äußerlich, äußerlich war ich dann selbstbewusst, aber innerlich stand ich dann immer noch da und wusste eigentlich gar nicht so richtig, was ich jetzt sagen sollte (...) Und dann, dann waren die Spice Girls halt nicht mehr so und mittlerweile kann ich mich /sehr gut streiten/ ((lachend)).«

Andere Mädchen beschreiben ihre mimetischen Annäherungen an die Spice Girls jedoch als sinnvoll, um sich selbst einmal anders erleben zu können und erstrebenswerte Eigenschaften zu enactieren und möglicherweise zu habitualisieren. Wie in den Interviews oft betont wird, beziehen sich diese mimetischen Akte darüber hinaus nicht auf die gesamte Star-Inszenierung, sondern auf einzelne, besonders attraktive Aspekte.

Ein mimetisches Verhältnis wird jedoch nicht nur zu gleichgeschlechtlichen Stars aufgenommen, sondern kann auch im Zuge gegengeschlechtlicher Identifizierungen vollzogen werden. Ebenso wie dies von Elvis- und Beatles-Fans bekannt ist, können sich auch Boygroup-Fans mit ihrer Band identifizieren.⁶ Eine von mir interviewte Mädchengruppe nahm ein mimetisches Verhältnis zu den Backstreet Boys ein und wurde somit innerhalb ihres Jugendzentrums selbst zu einer bekannten Pop-Band. Die geschlechtsübergreifende Mimesis brachte sie darüber hinaus in die Situation, im Zuge einer kollektiven Boygroup-Konzertimitation die erotisierte Bewunderung anderer Mädchen genießen zu können, ohne hierbei dem stigmatisierenden Verdacht der Homosexualität ausgesetzt zu sein.

Es zeigt sich, dass die Beziehung zu Popstars sehr verschiedene Ebenen haben kann, die jeweils unterschiedliche experimentelle Positionierungen in Bezug auf die Anforderungen von Geschlechtsidentität und der Norm der Heterosexualität erlauben. In diesem Sinne bietet die Fankultur einen Rahmen, innerhalb dessen auf experimentelle Weise mit normativen Erwartungen umgegangen werden kann. Gerade die sehr femininen Boygroups bieten darüber hinaus eine überaus geeignete Vorlage für geschlechtsübergreifende Identifizierungen.⁷

Zur Funktion fankultureller Beziehungsverhandlungen beim Übergang von der Kindheit in die Jugendphase

Von den Jugendmedien, und hierbei insbesondere von den audiovisuellen Medien, werden PopmusikerInnen ihrem Publikum als Personen dargeboten, zu denen eine gewisse Nähe aufgebaut und eine Art Beziehung entwickelt werden kann. Wie sich in meiner empirischen Untersuchung zeigt, wissen weibliche Fans dieser »Teenie-Idole« dieses Angebot auf sehr vielfältige Art und Weise als symbolische Ressource zu nutzen: Die Star-Persönlichkeiten sind für sie Symbole im Kontext ihres Ziels, eine jugendliche Identität auszubilden. Weiterhin stellen sie Konsumobjekte dar, die nach eigenem Gutdünken angeeignet und verwendet werden können. Die Fans können in ihren Beziehungen zu den Stars eine Intimität und ein Begehren erleben, die diese als nicht weniger real erscheinen lassen als andere Beziehungen auch, und sie können sich ihnen schließlich auf mimetischem Wege annähern.

Im Rahmen dieser verschiedenen Aneignungsformen der audiovisuell vermittelten Beziehungspartner setzen sich die Mädchen mit unterschiedlichen normativen Anforderun-

gen auseinander, die insbesondere in der Lebensphase zwischen Kindheit und Jugend greifen.

Als eine dieser Anforderungen wird in vielen Interviews implizit oder explizit auf die Notwendigkeit verwiesen, eine selbstständige jugendliche Identität zu verkörpern. In ihrer Auseinandersetzung mit den Stars als Symbole stehen diese für Autonomie, Selbstbewusstsein und eine geglückte Aufnahme des heterosexuellen Paarlebens. Vor allem im Zuge mimetischer Annäherungen an die Popstars werden Anforderungen, die sich auf eine gelungene Inszenierung des jugendlichen weiblichen Körpers richten, verhandelt. So können zum Beispiel im Rahmen von Tanzgruppen unterschiedliche Selbstinszenierungsstile (von »kindlich« über »sportlich« bis hin zu »sexy«) ausprobiert werden und geschlechtsübergreifende mimetische Akte erlauben es, auf spielerische Art und Weise in eine männlich potente Rolle zu schlüpfen und im geschützten Rahmen ein homoerotisches Begehren zu leben. Wesentliche Auseinandersetzungen in der Fankultur kreisen gleichzeitig offensichtlich um die Norm der Heterosexualität, derzufolge sich Mädchen mit dem Eintritt in die Jugendphase »auf andere Weise für Jungen interessieren« (Julia) sollten. Die Anforderung, sich auf eine heterosexuelle Beziehungspraxis einzulassen, ist mit zahlreichen Tabus und Mythen verbunden und wird häufig als komplizierte Herausforderung beschrieben. Das Begehrensverhältnis, das Fans dieser Altersgruppe zu männlichen Popstars einnehmen, ist insofern von einer Struktur der verhinderten Wunscherfüllung gekennzeichnet: Die Mädchen wissen, dass sie dem Objekt ihres Begehrens niemals begegnen werden, dennoch geben sie sich (im Wissen um die Aussichtslosigkeit seiner Erfüllung) ganz ihrem Wunsch nach Nähe zum Star hin. Dieses Gefühlsmanagement erlaubt es ihnen, sich mit der emotionalen Lage des Verliebtseins vertraut zu

machen, ohne bereits die Mühen und Risiken einer »realen« Paarbeziehung auf sich nehmen zu müssen. Dadurch, dass sie eine Nähe zum Begehrensobjekt insbesondere über dessen An eignung als Konsumartikel herstellen, befinden sie sich gleichzeitig in einer gewissen Machtposition und müssen nicht befürchten, die Kontrolle zu verlieren.

Die aufgezeigten Umgangsformen mit medial vermittelten Star-Persönlichkeiten haben offensichtlich in vielerlei Hinsicht einen ganz anderen Charakter als andere soziale Beziehungen. Dennoch wäre es meines Erachtens voreilig, sie als rein scheinhaft, unnütz oder gar gefährliche Täuschung zu betrachten. Angesichts der vielschichtigen Auseinandersetzungen im Rahmen des fankulturellen Engagements von Mädchen zeigt sich stattdessen, dass Beziehungen zu Popstars mit durchaus konstruktiven Auseinandersetzungen im Rahmen des Übergangs von der Kindheit in die Jugendphase verknüpft sein können. In diesem Sinne sei abschließend dafür plädiert, diesen spezifischen Beziehungsverhandlungen ihre Sinnhaftigkeit im Kontext der Anforderungen einer spezifischen Lebensphase zuzugestehen. ■

ANMERKUNGEN

- 1 Für eine ausführliche Darstellung dieser Untersuchung vgl. Fritzsche 2003.
- 2 Mit »Erfahrungswissen« ist ein atheoretisches Wissen gemeint, das in der Handlungspraxis herausgebildet wird und diese umgekehrt auch organisiert. Ausführlicher zur dokumentarischen Methode vgl. Bohnsack 2003.
- 3 Hinweise zur Transkription: **fett** = betont, (1) = Länge der Pause, ((lachend)) = Kommentar der transkribierenden Person, / = Einsetzen des kommentierten Phänomens.
- 4 Die in den Interviews immer wieder genannten Spice-Girls-Qualitäten der Stärke, des Selbstbewusstseins, der Autonomie und der Authentizität werden von den in der Studie von Cornelia Biffi (1998, S. 135) interviewten Fans der Girlgroup ebenso als deren zentrale Eigenschaften aufgeführt. Auch Fans von Madonna bewundern diese besonders für ihr Selbstbewusstsein und ihre Durchsetzungsfähigkeit, vgl. Schmiedke-Rindt 1998, S. 166 ff.

- 5 Im Unterschied zu meinen Beobachtungen kommt es bei den von Maya Götz (1999) interviewten jugendlichen weiblichen Wrestling-Fans teilweise zu einer starken Sexualisierung der Stars. Ich vermute, dass Erotik und Sexualität bei Götz' Probandinnen offensiver thematisiert werden, weil diese zum einen im Durchschnitt älter sind (15-17 Jahre) und andererseits die Ebene von Körperlichkeit und Sinnlichkeit in den Repräsentationen der Wrestler wesentlich dominanter ist als bei den eher keuschen Boygroup-Inszenierungen, die auch ein jüngeres Publikum ansprechen sollen.
- 6 Unter weiblichen Elvis-Fans war es üblich, sich die Haare so zu kämmen, dass es aussah, als hätten sie Koteletten (vgl. Hauk 1999, S. 25). Und auch die von Ehrenreich/Hess/Jacobs (1992, S. 103) interviewten Beatles-Fans beschreiben ihr Verhältnis zur Band als stark identifikatorisches: »I didn't want to sleep with Paul McCartney, I was too young. But I wanted to be like them, something larger than life.« Vgl. auch Götz' (1999, S. 376) Beobachtungen zur Identifizierung von Mädchen mit Wrestling-Stars sowie Stacey (1994, S. 126 ff.) zur Gleichzeitigkeit von Identifizierung und Begehren in der Beziehung weiblicher Fans zu Hollywood-Diven.
- 7 Zur feminisierten Männlichkeit von Boygroups vgl. auch Wald (2002).

LITERATUR

- Ayaß, Ruth: Auf der Suche nach dem verlorenen Zuschauer. In: Holly, Werner; Püschel, Ulrich (Hrsg.): Medienrezeption als Aneignung. Methoden und Perspektiven qualitativer Medienforschung. Opladen: Westdeutscher Verlag 1993, S. 27-41.
- Benjamin, Walter: Der Sammler. In: ders.: Das Passagen-Werk. Erster Band. Frankfurt a. M.: Suhrkamp 1983, S. 267-280.
- Biffi, Cornelia: Girl Power. Eine qualitative Studie zur Bedeutung von gleichgeschlechtlichen Identifikationsfiguren im Identitätsbildungsprozess von frühadoleszenten Mädchen am Beispiel der Popgruppe »Spice Girls«. Zürich: Universität Zürich 1998 (Lizensiatsarbeit).
- Bohnsack, Ralf: Rekonstruktive Sozialforschung – Einführung in qualitative Methoden. Opladen: Leske u. Budrich 2003.
- Ehrenreich, Barbara; Hess, Elisabeth; Jacobs, Gloria: Girls just want to have fun. In: Lewis, Lisa (Hrsg.): Adoring audience. Fan culture and popular media. London/New York: Routledge 1992, S. 84-106.
- Fritzsche, Bettina: Pop-Fans. Studie einer Mädchenkultur. Opladen: Leske u. Budrich 2003.
- Gebauer, Gunter; Wulf, Christoph: Spiel Ritual Geste. Mimetisches Handeln in der sozialen Welt. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 1998.
- Götz, Maya: Mädchen und Fernsehen. Facetten der Medienaneignung in der weiblichen Adoleszenz. München: KoPäd 1999.
- Hauk, John: Boygroups! Teenager, Tränen, Träume. Berlin: Schwarzkopf u. Schwarzkopf 1999.
- Horton, Donald; Wohl, Richard R.: Mass communication and para-social interaction – Observations on intimacy at the distance. In: Psychiatry, 19/1956/3, S. 215-229.

Jenson, Joli: Fandom as pathology: The consequences of characterization. In: Lewis, Lisa (Hrsg.): Adoring audience. Fan culture and popular media. London/New York: Routledge 1992, S. 9-29.

Lewis, Lisa A.: Gender politics and MTV: Voicing the difference. Philadelphia, PA: Temple University Press 1990.

Schmiedke-Rindt, Carina: »Express yourself – Madonna be with you«. Madonna-Fans und ihre Lebenswelt. Augsburg: Sonnenanz-Verl. Kron 1998.

Stacey, Jackie: Star Gazing. Hollywood cinema and female spectatorship. London: Routledge 1994.

Wald, Gayle: »I want it that way«. Teenybopper music and the girling of boy bands. In: Genders OnLine Journal, -/2002/35 (http://www.genders.org/g35/g35_wald.html)

Willis, Paul: Jugend-Stile. Zur Ästhetik der gemeinsamen Kultur. Hamburg u. a.: Argument 1991.

DIE AUTORIN

Bettina Fritzsche, Dr. phil., führt freiberuflich qualitative Evaluationsforschungen durch und befasst sich schwerpunktmäßig mit den Themen Geschlechterforschung, Jugendforschung, Medienforschung, qualitative Methoden.