

Fans in theoretischer Perspektive

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

Das Themenfeld Fans ist bislang selten systematisch mit soziologischer Theorie in Verbindung gebracht worden. Von wenigen Ausnahmen abgesehen, brachten Fanforschungen weder eigene Theorien hervor noch wurden soziologische Theorien auf das Phänomen Fantum angewandt. Dies stellt ein eindeutiges Manko der bisherigen Fanforschung dar, und hier liegen dementsprechend noch die größten Reserven. Von einer stärkeren theoretischen Orientierung würden nicht nur die empirischen Analysen von Fans profitieren und die Anschlussfähigkeit der Fanforschung an andere soziologische Felder erhöht – die soziologische Theoriedebatte selbst könnte hier wertvolle Impulse erfahren.

Dieser Aufgabe gehen etliche Beiträge dieses Bandes für jeweils spezifische soziologische Perspektiven nach. Zuvor wollen wir jedoch einige Vorschläge unterbreiten, auf welche Weise die Anwendung allgemeiner soziologischer Theorien auf den Fall der Fans instruktive Fragen aufwerfen und Antwortrichtungen anbieten kann. Unsere Ausführungen können dabei – in Anbetracht der enormen soziologischen Theorienvielfalt – keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben, sondern sollen erste Hinweise darauf sein, wie vielfältig die Möglichkeiten sind, sich dem Themenfeld Fans theoretisch zu nähern.

Wir fragen im Folgenden zunächst mit der Rational Choice-Theorie nach den Gründen, die Personen zu Fans werden lassen. Lässt sich Fantum als rational verstehen und welcher Nutzen ist sich durch Fantum zu erzielen? Mit Goffman beleuchten wir darüber hinaus, wie Fan-Aktivitäten ein Teil individueller Selbstpräsentationen sind und wie spezifische Bühnen genutzt werden, um Teile der Identität auszuagieren, die in anderen Räumen Beschränkungen unterliegen. Die Grundlagen der Abgrenzung von Fanszenen nach außen und vor allem die dazu komplementären internen Beziehungen und Hierarchiebildungen von Fans untereinander werden wir schließlich mit Bourdieus Distinktionstheorie betrachten.

Diese Theorien haben wir ausgewählt, weil sie unterschiedliche soziologische Zugänge repräsentieren und auch unterschiedliche Aspekte des Gegenstands fokussieren. Aber natürlich sind die damit in den Mittelpunkt gestellten Fragen nach Ursachen und Formen von Fantum sowie Strukturen von Fanszenen nur einige Möglichkeit unter vielen anderen.

Die folgenden Ausführungen nehmen die Grundlinien der genannten Theorien auf, ohne deren Weiterentwicklungen in allen Facetten nachvollziehen zu können. Stattdessen wird grundlegend gefragt, inwieweit die entsprechenden Theorien für Fans und Fantum erklärungskräftig sind und welche Anschlussfragen sich daraus ergeben. Wir wollen so deutlich machen, dass die soziologische Erforschung von Fans in zwei Richtungen anschlussfähig ist: zur Ergänzung und Verfeinerung theoretischer Debatten wie zur Bearbeitung empirischer Fragen für einen spezifischen Gegenstand.

1 Warum wird man Fan? Eine Rational Choice-Perspektive

Für die Beantwortung der Frage, warum Menschen zu Fans werden, mag die Rational Choice-Theorie auf den ersten Blick ungeeignet scheinen. Sie beschäftigt sich schließlich mit rationalen Abwägungen und Entscheidungen, während umgekehrt der Beginn individueller Fankarrieren gerade nicht als eine solche Entscheidung wahrgenommen wird. Fans selbst wählen vor allem passive Begrifflichkeiten, um zu beschreiben, wie sie gewissermaßen unverschuldet und durch die Umstände zu Fans wurden (Akremi/Hellmann in diesem Band). Eine rational abgewogene Entscheidung lässt sich dabei nicht erkennen.

Nun müssen Entscheidungen nach dem Verständnis der Rational Choice-Theorie keineswegs den Akteuren selbst als punktuelle Entscheidungen bewusst sein. Auch implizite Abwägungsprozesse und Entwicklungen in kleinen Schritten verlaufen nach den Annahmen der Theorie rational und lassen sich entsprechend erklären (Esser 1999: 190ff.). Doch wiederum sperrt sich der Fall Fans gegen eine solche Interpretation. Fans werden vielfach als irrational wahrgenommen (z.B. Mackellar 2006, vgl. auch die Einleitung in diesem Band). Man könnte sie demnach als einen Fall sehen, der nicht dem Geltungsbereich der Rational Choice-Theorie anheimfällt.

Eine solche theoretische Engführung wird unseres Erachtens dem Phänomen Fans nicht gerecht und entspräche auch nicht dem Anspruch der Ra-

tional Choice-Theorie auf Allgemeingültigkeit (vgl. z.B. Esser 1999: 224ff.; 2006). Zum einen wurde im Verlauf der Fanforschung mehrfach betont, dass eine Pathologisierung von Fans dem Phänomen unangemessen ist (vgl. auch die Einleitung und Winter in diesem Band). Zudem hat die Emotionssoziologie gezeigt, dass Emotionen bewusst und strategisch gesteuert werden können und eine Gleichsetzung von emotional besetzten Beziehungen wie der Fan-Fanobjekt-Beziehung mit Irrationalität das Phänomen verkürzt (Turner/Stets 2005: 21ff.). Es kann also durchaus sinnvoll sein, einen Rational Choice-Ansatz für die Fan-Soziologie zu verfolgen.

In der Rational Choice-Theorie werden eine ganze Reihe unterschiedlicher Varianten vertreten, und es würde hier zu weit führen, diesen im Detail durchzugehen. Wir orientieren uns stattdessen am theoretischen Grundmodell (vgl. dazu z.B. Kunz 2004) und an dessen Erweiterungen durch Hartmut Esser (1993; 1999-2002). Menschliches Handeln wird demnach verstanden als eine Auswahl unter Alternativen, von denen jene Alternative mit dem größten Nutzen gewählt wird. Der Nutzen ergibt sich als individueller, subjektiv angenommener Nutzen, wobei die Eintrittswahrscheinlichkeit und der erzielbare Nutzen verschiedener Alternativen gegeneinander abgewogen werden. Wie sich Nutzen für eine Person ermitteln lässt, wird in der Theorie unterschiedlich verstanden. Esser geht mit Bezug auf Lindenberg von zwei anthropologischen Grundbedürfnissen aus, auf die sich aller Nutzen zurückführen lässt: soziale Anerkennung und physisches Wohlbefinden (Esser 1999: 92ff.). Im konkreten Fall ist nun zu klären, welche Alternativen ein Akteur hat, also welche Gelegenheiten und Ressourcen ihm/ihr zur Verfügung stehen, welche Alternativen die Person sieht und welcher subjektiv eingeschätzte Nutzen für physisches Wohlbefinden und/oder soziale Anerkennung mit den Alternativen verbunden ist.

Selbstverständlich geht es jetzt nicht darum, für jeden Fan abzuleiten, welche Alternativen ihm/ihr gerade zur Verfügung standen und so zum Fantum geführt haben. Das Ziel ist vielmehr, soziale Regelmäßigkeiten zu identifizieren, die sich aus dieser Logik ergeben (müssten). Es stellen sich also zwei Fragen: 1. Wie erreichen Fans durch ihr Fantum soziale Wertschätzung und/oder physisches Wohlbefinden? 2. Unter welchen Bedingungen ist Fantum der günstigere Weg zu dieser Nutzenbefriedigung im Vergleich zu Alternativen? Die Antwort auf die zweite Frage weist uns den Weg um zu klären, welche Personengruppen eher Fans werden als andere.

Der Nutzen aus Fantum kann vielfältig sein. Soziale Anerkennung finden Menschen in den unterschiedlichsten sozialen Gruppen, und Fan-Gemeinschaften bieten dazu genauso eine Möglichkeit wie andere Kontexte auch. Es mag also mit einer gewissen Zufälligkeit zu tun haben, ob sich Menschen in Fangruppierungen oder in andere soziale Kontexte integrieren, um soziale Anerkennung zu finden. Allerdings ergibt sich in der Folge eine Pfadabhängigkeit. Soziale Anerkennung wird in aller Regel jenen in höherem Maße zuerkannt, die in der Gruppenhierarchie höher angesiedelt sind, was wiederum mit der Dauer des Fantums und dem dabei akkumulierten Wissen zusammenhängt (siehe Abschnitt 3). Der Wechsel des Fanobjekts ist dann gleichbedeutend mit der Aufgabe dieser über Zeit erarbeiteten Hierarchieposition. Mit Blick auf soziale Anerkennung ist also der Wechsel von einem Fanobjekt zu einem anderen unwahrscheinlich. Die oft erstaunliche Treue von Fans beispielsweise zu erfolglosen Fußballmannschaften wird nicht zuletzt so erklärbar.

Das zweite Grundbedürfnis, das physische Wohlbefinden, lässt sich spezifischer an Fantum anbinden. Ausgangspunkt für diese Überlegung ist die Emotionalität der Fan-Fanobjekt Beziehung. Zunächst einmal können die mit dem Fanobjekt zusammenhängenden Ereignisse, wie Konzerte, Filmvorführungen, Sportwettbewerbe u.ä., attraktiv sein, weil hier Emotionen ausgelbt und ausprobiert werden können, für die in anderen Lebenskontexten möglicherweise kein Raum ist (vgl. Schäfer sowie Fritzsche in diesem Band). Sloan (1979) hat in seinem Theorie- und Empirieüberblick für den Sportbereich eine Reihe von (möglichen) Effekten der Sportereignisse auf Fans aufgezeigt, die als (impliziter) rationaler Grund für Fanbegeisterung in Frage kommen. Dabei stehen emotionale Effekte im Vordergrund. So könnten die Beobachtung und vor allem das Mitfiebern bei Sportereignissen der Stress- und Stimulationserzeugung dienen, die in anderen Kontexten nicht sozial akzeptiert erreicht werden können (Klausner 1968). Die Identifikation mit einer erfolgreichen Mannschaft bietet positive Identifikationsmöglichkeiten mit Stolz, Prestige und Selbstbewusstsein (Sloan 1979: 238). Auch die Berichte von Fans selbst heben immer wieder die Emotionalität der Erlebnisse hervor.

Diese Möglichkeit emotionalen Erlebens reicht aber als Motiv für Fan-Begeisterung allein nicht aus. Der Besuch dieser Veranstaltungen ist so erklärbar, aber nicht die vielfältigen Fanaktivitäten rund um diese Ereignisse.

Verständlich wird dies erst, wenn man Fantum als eine Strategie zur Intensivierung des emotionalen Erlebens versteht. Durch die emotionale Bindung erhalten Ereignisse im Zusammenhang mit dem Fanobjekt eine gesteigerte Bedeutung, und die dabei empfundenen Emotionen werden verstärkt. Grossberg erklärt das Phänomen Fans in genau dieser Weise: „For the Fan, popular culture becomes a crucial ground on which he or she can construct mattering maps. Within these mattering maps, investments are enabled which empower individuals. They may construct relatively stable moments of identity, or they may identify places which [...] matter [...]. Fans actively constitute places and forms of authority [...] through the mobilization and organization of affective investments“ (Grossberg 1992: 59). Am offensichtlichsten ist dies wohl im Sport, wenn aus der neutralen Beobachtung eines Sportereignisses ein intensives „Mitfiebern“ mit dem eigenen Verein wird. Doch auch bei anderen Fanobjekten lassen sich emotionale Erlebnisse beobachten, die durch die Fan-Begeisterung noch einmal intensiviert werden (z.B. Grabowski 1999: 73).

Ein weiterer Aspekt, der für die Rationalität einer Fan-Beziehung spricht, ergibt sich aus der Zeitdiagnose von Gerhard Schulze, der heutige Gesellschaften als Erlebnisgesellschaften charakterisiert (Schulze 1992a; vgl. auch Volkmann 2000). Schulze hatte argumentiert, Bedürfnisbefriedigung in der Wohlstandsgesellschaft sei vor allem eine Befriedigung des Bedürfnisses nach positiven Erlebnissen. Dessen Befriedigung sei aber ausgesprochen schwierig, da positive (d.h. schöne, beeindruckende) Erlebnisse schwer zu prognostizieren und damit schwer zu finden seien (Schulze 1992a: 63ff.; 1992b; 1997). Schulze vermutete als Lösungsstrategie eine fortwährende Suche nach Neuem, wobei der Erlebniswert des Neuen stets prekär bleibt. Fantum lässt sich nun verstehen als rationale Alternativstrategie, bei der das Erlebnis nicht in immer Neuem gesucht wird, sondern in einer sich steigenden Konzentration auf das Gleiche.¹ Der Erlebniswert müsste abhängig sein von der Fähigkeit, die Fanbeziehung zu intensivieren und so das Erlebnis trotz der ähnlichen Wiederholung zu steigern. In dieser Perspektive wäre eine Fanbeziehung die rationale Lösung für die Unberechenbarkeit des

1 Dass auch diese Strategie emotionale Erlebnisse durchaus nicht garantieren kann, bleibt dabei natürlich unbestritten (vgl. auch Leistner/Schmidt-Lux 2010).

Erlebnismarktes, wie sie Schulze beschreibt. Die intensiveren, fanatischeren Fans sind demnach die rationaleren.

Damit lassen sich zwei für alle Fanbereiche anwendbare Strategien einer Steigerung des physischen Wohlbefindens durch Fantum erkennen: 1. Fantum als Strategie zur Steigerung emotionalen Erlebens und 2. Fantum als Strategie der Erlebnissicherung auf einem prekären Erlebnismarkt.

Daran schließt sich die Frage an, welche Personengruppen vermutlich eher zu Fantum neigen. Dies müssten Personen sein, die entweder aufgrund höherer Kosten Alternativen verwerfen oder deren Bedarf an Emotionen besonders hoch ist. Auf welche Personenkreise dies zutrifft, lässt sich nicht leicht sagen. Zu denken wäre beispielsweise an alternative Möglichkeiten des emotionalen Erlebens etwa in religiösen Zusammenhängen (vgl. Schmidt-Lux zu „Fans und Religion“ in diesem Band). Man könnte dann annehmen, dass Menschen mit religiösem Hintergrund weniger wahrscheinlich zu Fans werden, weil ihnen zumindest ein Ausschnitt der emotionalen Erlebnisse des Fantums in einem anderen Kontext zugänglich ist. Andererseits könnten diskriminierte oder exkludierte Gruppen einen höheren Bedarf an Zugehörigkeitsgefühl zu einem erfolgreichen Fanobjekt und dem damit verbundenen Prestige haben (Giulianotti/Robertson 2006, vgl. auch Schwenger/Selmer in diesem Band). Eine andere Überlegung ergibt sich aus Schulzes Milieuunterscheidung. Die Milieus unterscheiden sich im Ausmaß ihrer Erlebnisorientierung (Rössel 2005: 93), wobei die Milieus der Jüngeren eine stärkere Erlebnisorientierung zu haben scheinen als die der Älteren. Entsprechend müssten Fans eher unter jungen Menschen zu finden sein. Schließlich könnte man vermuten, dass mit den neuen Medien der Zugang zu Fangemeinschaften einfacher geworden ist. Insbesondere im Internet ist der Kontakt zu anderen Fans unterschiedlichster Fanobjekte beträchtlich einfacher geworden. Bei sinkenden Kosten wird eine Alternative relativ zu anderen attraktiver. Wir müssten dementsprechend mehr Fans erwarten und eine größere Bandbreite von Fanobjekten (vgl. Ohr sowie Roose in diesem Band).

All dies sind zunächst einmal vorläufige, beispielhafte Thesen und Interpretationen zu Einzelbefunden, die sich aus einer Rational Choice-Perspektive ergeben. Eine Anwendung dieser Perspektive auf Fans gibt es bislang nicht. In empirischen Studien finden sich aber immer wieder Hinweise, welchen Nutzen die Fans aus ihrem Fantum ziehen. Diese Plausibilitätsüberle-

gungen systematisch in eine Rational Choice-Theorie des Fantums zu übersetzen, könnte einerseits zur Integration von Einzelbefunden beitragen und andererseits eine systematische Weiterentwicklung von Theorien darüber ermöglichen, wer zum Fan wird und warum.

2 Wie agieren Fans? Antworten aus Goffmanscher Perspektive

Eine ebenfalls mikrosoziologische, aber deutlich anders akzentuierte Perspektive auf Fans lässt sich mit Erving Goffman einnehmen. Es ist nicht allein die phänomenologische Nähe von Stars und Fans zu den für Goffman zentralen Kategorien von *Darstellern* und *Publikum*, die seine Schriften für die soziologische Analyse von Fantum bedeutend sein lassen. Es ist in erster Linie der von Goffman stark gemachte mikroskopische Blick auf soziale Kontexte, der Aufschluss über das Funktionieren und die innere Ordnung von Fankulturen verspricht. Denn *vor* allen (berechtigten) Untersuchungen sozialer Konsequenzen und gesellschaftlicher Bedeutung von Fanbeziehungen kann die Frage gestellt werden, wie sich Fantum im Alltag und sozialen Interaktionen konstituiert und inszeniert.

Gerade die *Organisationsprinzipien* sozialer Zusammenhänge standen im Mittelpunkt von Goffmans Interesse (Hettlage 1999). Dabei versuchte er, einerseits die soziale Bedeutung und Macht von Symbolen, Interaktionsregeln und Institutionen zu erkunden, andererseits aber gleichzeitig deren Fundierung im Miteinander (oder Gegeneinander) individueller Akteure zu betonen. Zu beiden Aspekten sozialer Ordnung finden sich bei Goffman detaillierte Analysen. In seinen Arbeiten zur Rahmenanalyse (Goffman 1977) fragt er nach den sozialen Konsequenzen spezifischer Situationsdefinitionen und -interpretationen; sein Buch zur Selbstdarstellung im Alltag entwirft eine Rollentheorie sozialer Interaktionen (Goffman 1983); seine Studie zu „totalen Institutionen“ beschreibt die Konsequenzen institutioneller Arrangements für individuelle Akteure, aber auch deren Strategien, diesen Institutionen zu begegnen (Goffman 1972). Immer wiederkehrendes Motiv in diesen Texten sind Fragen individueller Identitätsbildung bzw. -wahrung in einer sozialen Umgebung, auf die der Einzelne unausweichlich zur Wahrung seines Selbstbildes angewiesen ist (vgl. Goffman 1975). Blickt man auf dieses begriffliche und konzeptionelle Instrumentarium, verwundert es, dass in Arbeiten zu Fans und Fantum bislang selten auf Goffman Bezug genommen wurde.

Insofern tragen die folgenden Bemerkungen eher programmatischen Charakter und zeigen Bezüge auf, die weiter ausgebaut werden müssten (vgl. auch Gebhardt in diesem Band).

Zur Analyse von Fans scheint bei Goffman zunächst das Konzept der *Interaktionsordnung* fruchtbar zu sein. Er versteht darunter das Set von Regeln, Normen und Symbolen, die für eine jeweils begrenz- und angebbare „Sphäre der unmittelbaren Interaktion“ (Goffman 1994: 55) gelten. Dort müssen, unter Bedingungen körperlicher Kopräsenz, Handlungen von Individuen koordiniert werden und Personen sich selbst und Andere beobachten. Die Analyse solcher Interaktionsordnungen erachtete Goffman als zentrale Aufgabe der Soziologie und widmete sich ihr selbst an vielen Beispielen. Eine davon inspirierte Fanforschung hätte nun die Aufgabe, spezifische Fan-Interaktionsordnungen zu untersuchen. Zu fragen wäre hier nach all den Regeln und Ritualen zur Sicherung der je persönlichen Fan-Identitäten, letztlich aber auch der Identität der Fangruppe als Kollektiv. Welche Regeln gelten für die Kommunikation im Fan-Chat oder im Fanblock des Stadions? Was sind legitime und was sind illegitime Themen oder sprachliche Ausdrücke? Solche Fragen wurden bereits in einer Reihe von Studien thematisiert. In den Lewis-Carroll-Fanclubs war es beispielsweise verpönt, die gegenüber dem Autor erhobenen Pädophilie-Vorwürfe auch nur zu thematisieren, geschweige denn ernst zu nehmen (Brooker 2005). Harrington und Bielby (1995) analysierten analog die Regularien von *soap*-Fanclubs, Bromberger (1998) die Normen innerhalb von Fußball-Fanszenen, Gebhardt und Zingerle (1998) die Regeln des Wagner-Kultes. Die Kenntnis solcher Regeln macht es im Umkehrschluss auch möglich, gezielte Verletzungen anderer Fans oder Diskreditierungen von Fans des eigenen Lagers zu analysieren und deren Regelhaftigkeit zu erkennen. Denn zur Wirksamkeit solcher Verletzungen (Beleidigungen, das Verweigern von Respekt etc.) gehört das Wissen um die jeweils eigentlich angebrachten Regeln. Goffman verwies hier auf „deference“ und „demeanor“ (Ehrebietung und Benehmen) zur Herstellung wechselseitigen Vertrauens und Respekts – beides Regeln, deren gezielte Nicht-Beachtung deutliche Signale an die jeweils andere Seite sind (vgl. Franke/Pätzig 2006).

Im Grunde wird also nach der *Inszenierung der Fan-Rolle* gefragt, dem „face-work“ unter Fans (Goffman 1986). Fan zu sein bedeutet in dieser Perspektive nichts anderes als die Verkörperung einer sozialen Rolle, die wie

jede andere auch (Arzt, Schriftsteller, Polizist) mit bestimmten Regeln und Normen versehen ist und zur Darstellung ein Publikum und vor allem eine Vorderbühne braucht (Goffman 1983). Zur Untersuchung stehen hier Vorderbühnen an, auf denen sich Personen als Fans inszenieren und mit anderen Fans gemeinsam auftreten. Dies sind bei Musikfans bspw. die Konzerte der jeweiligen Lieblingsbands, aber auch Fantreffen oder Fan-Clubs. Welche Anforderungen an Fanrollen existieren hier? Welchen Regeln muss man folgen, um sich selbst als ernst zu nehmender, authentischer und „echter“ Fan zu präsentieren? Auch zu diesen Fragen finden sich implizit Antworten in verschiedenen Fanstudien (z.B. in Doss 1999; Cavicchi 1998), wobei aber auch hier selten theoretische Bezüge und Schlussfolgerungen vorgenommen werden.

Offenkundig schließt das an Goffmans Konzept des „impression management“ an, das notwendig ist, um Zugang zu bestimmten Fankreisen zu erlangen bzw. aufrecht zu erhalten. Dies mag dann das Wissen um bestimmte biografische Details des Stars sein, die aufrechte Verachtung anderer Fangruppen oder vielleicht auch der betont souveräne und selbstbestimmte Umgang mit dem Fanobjekt. All diese Techniken sind jeweils abhängig von der Fangruppe, die als Bezugspunkt angesehen wird, und den diese Gruppe kennzeichnenden Regeln. Entsprechend kann es hier auch zu Konflikten kommen. Wann tritt so möglicherweise Rollendistanz ein, und aus welchen Gründen? Und an welchen Stellen wird über die Ausgestaltung und Interpretation der Fanrolle gestritten oder verhandelt? Fantypologien nahmen solche Fragen teilweise in den Blick und identifizierten jeweils unterschiedliche Zugänge von Fans zu ihrem Fanobjekt. Allerdings verblieb dies entweder bei der Identifizierung vorwiegend kollektiver Mechanismen (Giulianotti 2002) oder die Vorstellung der Fangruppen erweckte den Eindruck weitestgehend harmonisch nebeneinander bestehender Fansegmente (Mackellar 2009). In Ansätzen thematisierte solche Spannungen Daniel Cavicchi bei seiner Analyse von Diskussionen unter Bruce Springsteen-Fans, was einen „wahren“ Fan ausmacht (Cavicchi 1998: 96ff.)

Hinterbühnen wiederum sind „zu einer Vorstellung gehörige Ort(e), an dem der durch die Darstellung hervorgerufene Eindruck bewusst und selbstverständlich widerlegt wird“ (Goffman 1983: 104). Orte also, an denen das Fanverhalten eingeübt bzw. vorbereitet wird. Die Suche nach solchen Orten und dortigen Regeln ist ein weiterer wichtiger Anknüpfungspunkt an

Goffman, führt aber unweigerlich zu einer noch interessanteren Frage. Der nämlich, wo überhaupt die *fanbezogene Vorderbühne* endet. Wann wird also die Rolle des Fans abgelegt, bzw. in welche sozialen Kontexte und Interaktionen eingeführt, die eigentlich anderen Regeln folgen? Und an welchen Stellen kommt es dann zu Konflikten oder Irritationen? Anders gesagt, thematisiert dies das Ausmaß der alltäglichen Relevanz und Präsenz des individuellen Fanseins. Goffman hat dieses Problem sehr schön am Eindringen von „Anderen“ in bestimmte Situationsarrangements untersucht (Goffman 1983: 127f.). Dies ist etwa der Fall, wenn der als Fußballfan ausgestaffierte Personalchef auf dem Weg zum Stadion seiner Sekretärin begegnet, die ihn bislang nur mit Anzug und Krawatte sah. Generell gefragt: Wann und wie kollidiert die Definition von Orten als Fan-Vorderbühne mit anderen Vorderbühnen-Rahmungen und wird so zum Problem? Und wie wird dieses gelöst?

Im Anschluss an zentrale Kategorien Erving Goffmans entwickelte zuletzt Randall Collins (2004) eine Theorie der *Interaction Ritual Chains*. Diese ist für das hier interessierende Phänomen Fantum insofern von Bedeutung, als sie den Blick verstärkt auf sich wiederholende, eben rituelle Alltagspraktiken lenkt, die interaktiv hervorgebracht werden und darüber grundlegende soziale Konsequenzen haben. Nach Collins zeichnen sich gelungene Interaktionsrituale durch vier Grundbedingungen aus: die körperliche Kopräsenz einer Gruppe von Menschen, deutliche Außengrenzen der Gruppe, ein gemeinsamer Punkt der Aufmerksamkeit und eine geteilte Stimmung innerhalb des Kollektivs. Schließen sich an diese Bedingungen gemeinsame Aktivitäten an, kann von einem gelungenen Interaktionsritual gesprochen werden und es besteht die Wahrscheinlichkeit, dass dieses Ritual wiederholt wird. Im Ergebnis solcher Wiederholungen festigt sich die Gruppenstruktur, die symbolische Ausstattung erweitert sich bzw. gewinnt an Stärke. Collins verband bei diesen Überlegungen zentrale Goffmansche Ideen mit Emile Durkheims Theorie religiöser Rituale und Symbole, ohne sich dabei auf die Sphäre traditioneller Religion zu beschränken.

Dementsprechend können Fan-Interaktionen als von hoher Regelmäßigkeit gekennzeichnete Interaktionen verstanden und interpretiert werden. Auch diese verlaufen häufig kollektiv, symbolisch codiert und mit emotionalem *output*. Noch stärker kommt durch eine solche Perspektive das Zusammenspiel von kollektiven und individuellen Momenten bei der Herstel-

lung des Fantums in den Blick, und am Beispiel von gelingenden und sich wiederholenden Interaktionsritualen sollten sich „Kernzellen“ von Fansozialität gut beobachten lassen. Collins selbst hat dies in Ansätzen unternommen (Collins 2008: 307ff.), andere Studien, insbesondere unter Sportfans, widmeten sich gleichfalls ritualisierten Fanpraktiken (vgl. Klein/Schmidt-Lux 2006). Auch zu diesem Punkt steht jedoch eine dezidiert auf Goffman Bezug nehmende Analyse weiter aus.

3 Was strukturiert Fan-Szenen? Der Ansatz von Pierre Bourdieu

Ein Aspekt von Fan-Gemeinschaft, der in der Literatur wiederholt beschrieben wurde, ist ihre Abgrenzung nach außen und, komplementär dazu, ihre interne Strukturierung. So beschreiben verschiedene Autoren, wie sich Fans – teils rigide – gegen die Außenwelt und „Nicht-Fans“ (vgl. Gray 2003) abgrenzen. Fans von Fernsehserien sehen sich etwa als „markedly different from the average viewer or casual fan“; sie sind „adamant about distinguishing themselves from the stereotypical couch potato viewer with remote control in hand, consuming large quantities of television pabulum in an unstructured and habitual fashion“ (Costello/Moore 2007: 130f.), Sportfans blicken aus der Fankurve auf das Konsumpublikum herab (z.B. Bromberger 1995; Schwenzer 2001) und Fans bestimmter Filmgenres spötteln über Unkundige (z.B. Eckert u.a. 1990; Winter 1991).

Parallel dazu lassen sich innerhalb der Fan-Gemeinschaften Hierarchiebildungen zeigen, wenngleich diese – je nach Fanobjekt – hinsichtlich der Hierarchisierungsprinzipien variieren. Innerhalb der bereits beschriebenen Fernsehserienfans sind es vornehmlich deren Aktivität und diskursive Präsenz innerhalb der im Wesentlichen internetbasierten Fanszene, die ihnen Renommee verschaffen und die Grundlage für einen Aufstieg in der Hierarchie sind (Costello/Moore 2007: bes. 132ff). Unter Fußballfans sind es v.a. der persönliche Einsatz im Stadion bei der Unterstützung der Mannschaft (Bromberger 1995) sowie die langjährige Bindung an den Verein, auch in schlechten Zeiten (Giulianotti 2002: 34), die eine hohe hierarchische Stellung begründen können. Horrorfilmfans unterscheiden sich bspw. hinsichtlich ihres Wissens über das Genre und hinsichtlich ihrer Aktivität in der Fan-Gemeinschaft (Eckert u.a. 1990: 64ff).

Derartige Phänomene externer Abgrenzung bei gleichzeitiger interner Differenzierung findet man in vielen verschiedenen Gesellschaftsbereichen. Für ihre Analyse besonders geeignet ist der Ansatz Pierre Bourdieus (vgl. 1983; 1994), der auch bereits mehrfach auf Fans und ähnliche Phänomene angelegt und teils eigens dafür modifiziert wurde.

Bourdieu versteht die soziale Welt als vertikal und horizontal strukturiert. Horizontal nebeneinander liegen verschiedene gesellschaftliche Felder, die jeweils unterschiedlichen Rationalitäten folgen, in denen unterschiedliche Ressourcen und Kapitalausstattungen wichtig sind und die eigenen Strukturierungslogiken unterworfen sind. Die Zahl derartiger Felder ist prinzipiell unbegrenzt, die wichtigsten sind Bourdieu zufolge das politische, das ökonomische, das kulturelle und das wissenschaftliche Feld (vgl. Bourdieu 1997; 2001). Vertikal differenziert sich Gesellschaft nach Bourdieu in unterschiedliche Klassen, die Bourdieu jedoch – im Unterschied etwa zu Marx – nicht nur nach ökonomischer Kapitalausstattung, sondern nach unterschiedlichen Kapitalien, deren internen Relationen und Veränderungen unterscheidet (vgl. Bourdieu 1983; sowie Müller 1986). Die zentralen Kapitalformen Bourdieus sind *ökonomisches Kapital* (materielles Vermögen wie Geld, Aktien usw.), *soziales Kapital* (aktuelle und potenzielle Ressourcen, die mit der Beteiligung einer Person an einem Netzwerk sozialer Beziehungen verbunden sind) sowie *kulturelles Kapital*. Bei letzterem handelt es sich v.a. um Bildungskapital, das „institutionalisiert“ sein kann (wie akademische Titel), „objektiviert“ (wie Kunstwerke, die man besitzt) oder „inkorporiert“ (wie Kompetenzen von Personen etwa bei der Entschlüsselung bestimmter Kunststile). Bourdieus Gesellschaftsanalyse zielt darauf, die Mechanismen aufzuzeigen, die der Strukturierung der sozialen Welt und der Reproduktion dieser Sozialstruktur – inklusive der ihr inhärenten Unterschiede – zu Grunde liegen.

In seinem wohl bekanntesten Werk, den „Feinen Unterschieden“ (1994), bindet Bourdieu auch persönlichen Geschmack, ästhetisches Empfinden und kulturelle Vorlieben in dieses Kapitalienmodell ein. Er zeigt, wie klassenspezifisch verteiltes kulturelles Kapital und gerade inkorporiertes kulturelles Kapital unterschiedlich auf Sozialpositionen im Frankreich der 1960er und 1970er Jahre verteilt sind und wie dies zur Reproduktion gesellschaftlicher Ungleichheit auch in punkto ökonomischem und sozialem Kapital beiträgt (vgl. Bourdieu 1994: bes. 727ff.). Er beschreibt etwa die ausgeprägte Neigung

der „unteren Klassen“ für Sportveranstaltungen und Fußball sowie für „modischen Nippes und bunten Kitsch“ (1994: 212f, 595), die Vorlieben französischer Volksschullehrer und mittlerer Führungskräfte für Charles Aznavour oder Johnny Hallyday (1994: 212f.) und die Präferenz von Verwaltungs- und Wirtschaftseliten für klassische Musik, Maler wie Renoir und bestimmte Luxusgüter (1994: 212f., 419, 426f.). Diese Vorlieben versteht Bourdieu nicht als bewusste Strategien der Distinktion etwa von Eliten, sondern als in den persönlichen Habitus eingelassene, sozialisierte und damit gewissermaßen „echte“ Liebhabereien der betreffenden Personen. An dieser Stelle reichen seine Analysen recht nahe an Fans heran – es ist letztlich nur eine Frage der Intensität dieser Liebhaberei, ob die Grenze zum Fantum überschritten wird.

Bourdieu's Konzeption von kulturellem Kapital wurde denn auch von mehreren Autoren für Fans oder ähnliche Phänomene nutzbar gemacht. Besonders interessant sind dahingehend die Analysen von Sarah Thornton (vgl. v.a. 1995; 1996; für eine Anwendung auf Fans vgl. Giulianotti 2002) zu jugendlichen Klub- bzw. Subkulturen sowie die, konkreter auf Fans bezogenen, Arbeiten von John Fiske (v.a. 1992). Beide lehnen sich explizit an Bourdieu an (vgl. Fiske 1992: 30f.; Thornton 1995).² Sie sehen Kapitalien ebenfalls als spezifische Strukturierungsmechanismen der sozialen Welt, die Abgrenzungen nach außen als auch interne Hierarchisierungen erzeugen – und sie versuchen daher, Bourdieus Kapitalienkonzept gegenstandsspezifisch zu erweitern.

Für Jugend-Subkulturen bzw. Fanszenen führen sie „subkulturelles“ (Thornton) bzw. „populär-kulturelles“ (Fiske) Kapital ein. Diese Kapitalien zeigen sich sowohl in objektivierter Form – bspw. in umfangreichen und gut sortierten LP-Sammlungen (vgl. Thornton 1995: 202), in „collections of cheap, mass-produced fan objects“ oder in „an article of clothing ‚genuinely‘ worn by the star“ (Fiske 1992: 44) – als auch in inkorporierter Form wie spezifischem Wissen und Kompetenzen, der Kenntnis szenetypischer Verhaltensformen wie Slangworten und Grußritualen (vgl. Thornton 1995: 202f.;

2 Es gibt auch einige Unterschiede zwischen beiden Ansätzen, etwa im Umgang der eher klassentheoretisch inspirierten Thorntonschen Analyse und des eher aus den „cultural studies“ kommenden Fiske. Diese Unterschiede werden hier aber ausgeblendet, weil sie für die Erörterung von Fans keine Rolle spielen.

Fiske 1992: 43) und sogar in spezifischem Aussehen (vgl. zu „Körperkapital“ Otte 2007). Das Demonstrieren dieses Kapitals ist ein Marker für die „hipness“ (Thornton 1996: 10f.) des Kapitalbesitzers innerhalb der entsprechenden Gemeinschaft und wird innerhalb der Sub- resp. Fankultur goutiert und honoriert.

Damit klingt schon der zentrale Unterschied zu Bourdieu³ an: Sowohl sub- als auch pop-kulturelles Kapital sind in der Regel nicht – wie die anderen von Bourdieu beschriebenen Kapitalformen – gesellschaftsweit gültig, sondern gelten nur in einer Subkultur bzw. einer Fangruppe.⁴ Sie tragen also zur Distinktion zwischen „a particular fan community (those who possess it) from others (those who do not)“ (Fiske 1992: 42f.) bei. Diese externe Distinktion – gegen andere Subkulturen und Fangruppen, oft aber auch gegen den diffus umrissenen „Mainstream“ (Thornton 1996: 5) – heißt auch, dass sub- und popkulturelles Kapital nur schwer in gesamtgesellschaftlich gültiges ökonomisches Kapital konvertiert werden können (vgl. Fiske 1992: 45) und weitgehend auf die „interpretive community“ (Jenkins 1992: 210) der Subkultur und Fangruppe beschränkt bleiben.⁵

Sub- und popkulturelles Kapital gilt also vornehmlich innerhalb der eigenen Gemeinschaft und seine spezifische Dividende besteht in der Wertschätzung der peer group (Fiske 1992: 34). Dies impliziert auch einen „veiled elitism and separatism“ (Thornton 1996: 5), der damit in die Gruppen Einzug hält: Unterschiedliche Kapitalienausstattung sind, wie bei Bourdieu, keine folgenlosen Andersartigkeiten, sondern bewirken Besser- und Schlechterstellungen von Einzelnen in der Gruppe und verleihen damit Macht, „however modest these powers may be[.] Distinctions are never just assertions of equal difference; they usually entail some claim to authority and

3 Wenngleich Bourdieu natürlich, wie Thornton (1995: 202) auch einräumt, grundsätzlich vorsieht, dass in gesellschaftlichen Nischen Unterkategorien bestimmter Kapitalformen entstehen können. Gerade mit seiner Feldertheorie ist das grundsätzlich konzeptionell fassbar.

4 Allerdings kommt es immer wieder vor, dass Fan-Utensilien und Sammlerstücke mitunter für hohe Summen versteigert werden – dies stellt also eine Ausnahme dar, bei der Fan-Kapital in ökonomisches Kapital konvertiert wird.

5 Entsprechend gelingt die Umwandlung dieser Kapitalform in Verdienstmöglichkeiten meist nur wenigen DJs, Designern usw., die wiederum Teil der Szene sind und aufgrund ihrer Stellung besonderes Prestige genießen (Thornton 1995: 203).

presume the inferiority of others“ (Thornton 1995: 201; ähnlich Fiske 1992: 43). Für die Analyse einer solchen Strukturierung und Verfestigung von Macht sind Fans besonders interessant: „Fans, in particular, are active producers and users of such cultural capital and, at the level of fan organization, begin to reproduce equivalents of the formal institutions of official culture“ (Fiske 1992: 33). Sie bauen also regelrechte Institutionen auf, die auf diesen alternativen Kapitalformen fußen und machen sie damit sozial folgenreich (vgl. zum Versuch von Fans, sich als „Geschmacksberater“ für Fernsehsender zu etablieren, Brower 1992: 182).

Das Instrumentarium Bourdieus und dessen Weiterentwicklungen scheinen also gut für die Analyse von Fan-Gemeinschaften geeignet. Damit lässt sich verstehen, dass mit der Schließung von Fan-Gemeinschaften nach außen interne Strukturierungen und deren Strukturierungslogiken wichtiger werden, die sich als Herausbildung von sub- oder populär-kulturellem Kapital beschreiben lassen. Im Nachgang zu Bourdieu wird auch deutlich, dass sich Kapital unter Fans nicht einfach durch den Erwerb bestimmter Objekt – d.h. durch die Akquise objektivierten fanspezifischen Kapitals – herstellen lässt, sondern dass inkorporiertes Kapital in Form von Wissen, Kompetenzen usw. ebenfalls von großer Bedeutung, vermutlich von größerer Bedeutung ist.

Über diese Analysen hinaus wäre es interessant zu untersuchen, inwieweit Strukturen und Kapitalien der Gesellschaft in Fan-Gemeinschaften hineinwirken oder ob sie dort wertlos werden. Umgekehrt lässt sich auch fragen, ob fanspezifisches Kapital sich heute, in der „Freizeitgesellschaft“, möglicherweise mehr denn je in die Außenwelt übertragen lässt.

4 Forschungsperspektiven

Was ist das Ergebnis dieser Überlegungen? Zunächst einmal die Erkenntnis, dass sich überraschende Einsichten und zugleich neue, vielversprechende Forschungsperspektiven gewinnen lassen, wenn man sich dem Fall der Fans aus soziologisch-theoretischer Perspektive zuwendet. Die Ausführungen zu den drei Theorievorschlägen zeigten zwar, dass solche Unternehmungen durchaus auf – wenngleich unterschiedlich umfangreiche – Vorarbeiten aufbauen können. Zu oft jedoch verblieben diese theoretisch inspirierten Fan-

forschungen auf der Ebene von Fallstudien und eher impressionistischen Illustrationen.

Auf drei Feldern gäbe es demnach künftig Handlungsbedarf: Erstens wäre es interessant zu fragen, ob man nicht schon die drei hier diskutierten Theorien miteinander kombinieren kann. Wird bspw. im Rahmen rationaler Entscheidungen mitunter die eigene Kapitalienausstattung reflektiert (und dann entschieden, dass man doch besser in der Fanszene „dabei“ bleibt)? Im Ergebnis liefe dies darauf hinaus, nicht allein existierende Theorien dem Forschungsfeld Fans überzustülpen, sondern genuine soziologische Theoriearbeit in Konfrontation mit empirischem Material zu leisten.

Dies ließe sich zweifellos – zweitens – durch Hinzunahme weiterer theoretischer Angebote erweitern. Hier sind soziologische Klassiker wie die Eliassche Zivilisationstheorie ebenso wie interaktionistische Symboltheorien zu nennen, vor deren Hintergrund das Phänomen Fans zu interpretieren wäre. Aber auch neuere Theoriendebatten könnten von einem systematischen Bezug auf Fans profitieren. In Ansätzen ist dies etwa bei der Individualisierungstheorie schon der Fall gewesen (vgl. Otte in diesem Band). Die Frage jedoch, ob Fangruppen klassischen sozialstrukturellen Mustern folgen, eher als „Szenen“ (Hitzler u.a. 2001) oder gar als „urban tribes“ (Maffesoli 1996) angesehen werden müssen, ist längst nicht entschieden – und muss vielleicht auch je nach Fanssegment unterschiedlich beantwortet werden.

Dies erfordert jedoch – drittens – vor allem Arbeiten, die theoretisch fundiert und zugleich empirisch gehaltvoll verfahren. Um über das Stadium von Einzelbefunden hinaus zu kommen, sind hier vor allem vergleichende Studien gefragt oder Fallstudien, die den Blick für generelle Fragen nicht aus den Augen verlieren. Diese Fragen sollten dann eben nicht zuletzt theoretischer Natur sein.

Literatur

- Bourdieu, Pierre (1983): Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In: Kreckel, Reinhard (Hrsg.): Soziale Ungleichheiten. Göttingen: Otto Schwarz. 183-199.
- Bourdieu, Pierre (1994): Die feinen Unterschiede. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre (1997): Der Tote packt den Lebenden. Schriften zu Kultur und Politik 2. Hamburg: VSA.
- Bourdieu, Pierre (2001): Das politische Feld. Konstanz: UVK.

- Bromberger, Christian (1995): Football as world-view and as ritual. In: *French Cultural Studies* 6/18. 293-311.
- Bromberger, Christian (1998): Fußball als Weltsicht und als Ritual. In: Belliger, Andréa & David J. Krieger (Hrsg.): *Ritualtheorien*. Opladen: Westdeutscher Verlag. 285-301.
- Brooker, Will (2005): „It is Love“. The Lewis Carroll Society as a Fan Community. In: *American Behavioral Scientist* 48/7. 859-880.
- Brower, Sue (1992): Fans as Tastemakers: Viewers for Quality Television. In: Lewis, Lisa A. (Hrsg.): *Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*. London: Routledge. 163-184.
- Cavicchi, Daniel (1998): *Tramps Like Us. Music and Meaning among Springsteen Fans*. New York & Oxford: University Press.
- Collins, Randall (2004): *Interaction Ritual Chains*. Princeton: Princeton University Press.
- Collins, Randall (2008): *Violence*. Princeton: Princeton University Press.
- Costello, Victor & Barbara Moore (2007): Cultural Outlaws: An Examination of Audience Activity and Online Television Fandom. In: *Television and New Media* 8/2. 124-143.
- Doss, Erika (1999): *Elvis Culture. Fans, Faith and Image*. Kansas: University Press.
- Eckert, Roland, Waldemar Vogelgesang, Thomas A. Wetzstein & Rainer Winter (1990): *Grauen und Lust. Die Inszenierung der Affekte. Eine Studie zum abweichenden Videokonsum*. Pfaffenweiler: Centaurus.
- Esser, Hartmut (1993): *Soziologie. Allgemeine Grundlagen*. Frankfurt a.M.: Campus.
- Esser, Hartmut (1999): *Soziologie (Bd 1)*. Frankfurt a.M.: Campus.
- Esser, Hartmut (1999-2002): *Soziologie (6 Bände)*. Frankfurt a.M.: Campus.
- Esser, Hartmut (2006): Affektuelles Handeln: Emotionen und das Modell der Frame-Selektion. In: Schützeichel, Rainer (Hrsg.): *Emotionen und Sozialtheorie*. Frankfurt a.M.: Campus. 143-174.
- Fiske, John (1992): The cultural economy of Fandom. In: Lewis, Lisa A. (Hrsg.): *The Adoring Audience. Fanculture and Popular Media*. London & New York: Routledge.
- Franke, Thomas & Veit Pätzug (2006): *Von Athen nach Althen. Die Fanszene von Lok Leipzig zwischen Europacup und Kreisklasse*. Dresden: SDV.
- Gebhardt, Winfried & Arnold Zingerle (1998): *Pilgerfahrt ins Ich. Die Bayreuther Richard-Wagner-Festspiele und ihr Publikum*. Konstanz: UVK.
- Giulianotti, Richard (2002): Supporters, Followers, Fans, and Flaneurs. A Taxonomy of Spectator Identities in Football. In: *Journal of Sport and Social Issues* 26/1. 25-46.
- Giulianotti, Richard & Roland Robertson (2006): Glocalization, Globalization and Migration. The Case of Scottish Football Supporters in North America. in *International Sociology* 21/2. 171-198.
- Goffman, Erving (1972): *Asyle. Über die soziale Situation psychiatrischer Patienten und anderer Insassen*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Goffman, Erving (1975): *Stigma. Über Techniken der Bewältigung beschädigter Identität*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Goffman, Erving (1977): *Rahmenanalyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

- Goffman, Erving (1983): *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag*. München: Piper.
- Goffman, Erving (1986): *Techniken der Imagepflege*. In: Goffman, Erving: *Interaktionsrituale. Über Verhalten in direkter Kommunikation*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp. 10-53
- Goffman, Erving (1994): *Die Interaktionsordnung*. In: Goffman, Erving: *Interaktion und Geschlecht*. Frankfurt a.M.: Campus. 50-104.
- Grabowski, Ralf (1999): „Zünftig, bunt und heiter“. *Beobachtungen über Fans des volkstümlichen Schlagers*. Tübingen: Tübinger Vereinigung für Volkskunde.
- Gray, Jonathan (2003): *New Audiences, New Textualities: Anti-Fans and Non-Fans*. In: *International Journal of Cultural Studies* 6/1. 64-81.
- Grossberg, Lawrence (1992): *Is There a Fan in the House. The Affective Sensibility of Fandom*. In: Lewis, Lisa A. (Hrsg.): *Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*. London, New York: Routledge. 50-65.
- Harrington, C. Lee & Denise D. Bielby (1995): *Soap Fans. Pursuing Pleasure and Making Meaning in Everyday Life*. Philadelphia: Temple University Press.
- Hettlage, Robert (1999): *Erving Goffman*. In: Kaesler, Dirk (Hrsg.): *Klassiker der Soziologie*. München: Beck. 197-215.
- Hitzler, Ronald, Thomas Bucher & Arne Niederbacher (2001): *Leben in Szenen. Formen jugendlicher Vergemeinschaftung heute*. Opladen: Leske+Budrich.
- Jenkins, Henry (1992): *'Strangers No More, We Sing': Filking and the Social Construction of the Science Fiction Fan Community*. In: Lewis, Lisa A. (Hrsg.): *Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*. London: Routledge. 208-236.
- Klausner, Samuel Z. (1968): *Empirical analysis of stress-seekers*. in Klausner, Samuel Z. (Hrsg.): *Why Man Takes Chances*. Garden City: Anchor Books. 133-168.
- Klein, Constantin & Thomas Schmidt-Lux (2006): *Ist Fußball Religion? Theoretische Perspektiven und Forschungsbefunde*. In: Thaler, Engelbert (Hrsg.): *Fußball. Fremdsprachen. Forschung*. Aachen: Shaker. 18-35.
- Kunz, Volker (2004): *Rational Choice*. Frankfurt a.M.: Campus.
- Leistner, Alexander & Thomas Schmidt-Lux (2010): *"Ein schönes Spiel reicht noch nicht aus". Fußballfans im Rausch*. In: Niekrenz, Yvonne & Sonja Ganguin (Hrsg.): *Jugend und Rausch*. Weinheim & München: Juventa.
- Mackellar, Joanne (2006): *Fanatics, fans or just good fan? Travel behaviours and motivations of the fanatic*. In: *Journal of Vacation Marketing* 12/3. 195-217.
- Mackellar, Joanne (2009): *Dabblers, Fans and Fanatics. Exploring the behavioural segmentation at a special-interest event*. In: *Journal of Vacation Marketing* 15/1. 5-24.
- Maffesoli, Michel (1996): *The Time of the Tribes. The Decline of Individualism in Mass Society*. London: Sage.
- Müller, Hans-Peter (1986): *Kultur, Geschmack und Distinktion. Grundzüge der Kulturosoziologie Pierre Bourdieus*. In: Neidhardt, Friedhelm, M. Rainer Lepsius & Johannes Weiss (Hrsg.): *Kultur und Gesellschaft (Sonderheft 27 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie)*. Opladen: Westdeutscher Verlag. 162-190.

- Otte, Gunnar (2007): Körperkapital und Partnersuche in Clubs und Diskotheken. Eine ungleichheitstheoretische Perspektive. In: Diskurs Kindheits- und Jugendforschung 2/2. 169-186.
- Rössel, Jörg (2005): Plurale Sozialstrukturanalyse. Eine handlungstheoretische Rekonstruktion der Grundbegriffe der Sozialstrukturanalyse. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schulze, Gerhard (1992a): Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt a.M.: Campus.
- Schulze, Gerhard (1992b): Situationsmodi und Handlungsmodi. Konzepte zur Analyse des Wandels sozialer Ungleichheit. In: Hradil, Stefan (Hrsg.): Zwischen Bewußtsein und Sein. Opladen: Leske+Budrich. 67-80.
- Schulze, Gerhard (1997): Steigerungsglogik und Erlebnisgesellschaft. In: Politische Bildung 30/2. 77-94.
- Schwenzer, Victoria (2001): Fußball als kulturelles Ereignis: Eine ethnologische Untersuchung am Beispiel des 1. FC Union Berlin. In: Jahrbuch für Europa- und Nordamerika-Studien 5. 87-115.
- Sloan, Lloyd Reynolds (1979): The Function and Impact of Sports for Fans: A Review of Theory and Contemporary Research. In: Goldstein, Jeffrey H. (Hrsg.): Sports, Games, and Play. Social and Psychological Viewpoints. Hillsdale: Lawrence Erlbaum. 219-262.
- Thornton, Sarah (1995): The Social Logic of Subcultural Capital. In: Gelder, Ken & Sarah Thornton (Hrsg.): The Subcultures Reader. London & New York: Routledge. 200-209.
- Thornton, Sarah (1996): Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital. Middletown: Wesleyan University Press.
- Turner, Jonathan H. & Jan E. Stets (2005): The Sociology of Emotions. Cambridge: Cambridge University Press.
- Volkman, Ute (2000): Das Projekt des schönen Lebens - Gerhard Schulzes Erlebnisgesellschaft. In: Schimank, Uwe & Ute Volkman (Hrsg.): Soziologische Gegenwartsdiagnosen (Bd. 1). Opladen: Leske+Budrich. 75-90.
- Winter, Rainer (1991): Zwischen Kreativität und Vergnügen. Der Gebrauch des postmodernen Horrorfilms. In: Müller-Doohm, Stefan & Klaus Neumann-Braun (Hrsg.): Öffentlichkeit, Kultur, Massenkommunikation. Beiträge zur Medien- und Kommunikationssoziologie. Oldenburg: BIS. 213-229.