

Call for Chapters

Konsumieren, partizipieren, kreieren:

Beiträge zur Fanforschung im deutschsprachigen Raum

Obwohl bereits in den 1920er Jahren Sherlock-Holmes-Gesellschaften gegründet oder in den 1930er Jahren Science-Fiction-Fanmagazine aufgelegt und vertrieben wurden, nahm die Erfolgsgeschichte der so genannten Media Fandoms erst mit dem Erfolg von Fernsehserien wie *Star Trek* und dem Aufkommen des Blockbusterkinos in den späten 1970er Jahren ihren Anfang. Die Genese von Fandoms stellt einen Paradigmenwechsel bezüglich der Auffassung von und der Auseinandersetzung mit dem Rezipienten dar – vom machtlosen Konsumenten hin zum aktivierten Partizipierenden. Zwar nicht selten als Freaks und Nerds stigmatisiert, fungieren Fans doch als sichtbarste und mächtigste Rezipientengruppe, deren rückwirkender Einfluss auf die Produktion von Medien, Inhalten und Waren gar nicht hoch genug eingeschätzt werden kann.

Aus der Masse der Fans heraus werden immer wieder Medieninhalte kritisch hinterfragt und herausgefordert. Daher können Fandoms die Funktion erfüllen, fundamentale Themen unserer Gesellschaft zu adressieren – durch Fandoms können Fragen nach der Stabilität gegenwärtiger Vorstellungen von Identität, Geschlecht oder Sexualität gestellt werden; Fandoms können eine Plattform bieten, um kulturelle, historische und politische Ereignisse wie etwa ein wachsendes Sicherheitsbedürfnis bei gleichzeitiger Panik vor Überwachung zu debattieren; Fandom kann auf stereotype Darstellungen von Minderheiten in den Medien hinweisen und diese demontieren. Dabei nehmen Fans aktiv am Prozess der Medienproduktion teil, indem sie kreativ eigene Inhalte wie Fanarts, Fanfiction, Videos, Musik oder Spiele generieren und publizieren. Dem Internet kommt in diesem Kontext eine Schlüsselfunktion zu, denn es verbessert die Möglichkeiten der Partizipation, des Austauschs und vereinfacht den Zugang zu Informationen, eröffnet neuen Publikazugang und offeriert neue gestalterische Ausdrucksmöglichkeiten in der Erschaffung von Fanproduktionen. Das Internet leistet somit einen essentiellen Beitrag in der generellen Demokratisierung von Medien. Dieser Prozess ist längst nicht abgeschlossen.

Da sich die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Fandom beinahe ausschließlich auf den anglo-amerikanischen Raum beschränkt und zeitgleich aufgrund der diffusen Grenzen im Internet eine Ignoranz gegenüber nationalen Spezifika von Fandoms seitens der Fanforschung auszumachen ist, intendiert dieser Band, einen wesentlichen Baustein zu liefern, eben diese eklatanten Mängel zu beheben. **Konsumieren, partizipieren, kreieren: Beiträge zur Fanforschung im deutschsprachigen Raum** möchte WissenschaftlerInnen zusammenbringen, um über Fandom zu diskutieren und zu reflektieren, wobei nationale Besonderheiten im Fokus der Überlegungen stehen sollen. Da die Fanforschung ein Grenzbereich vieler Forschungsfelder ist, sind für diesen Sammelband Beiträge aus unterschiedlichen Disziplinen wie Medienwissenschaft, Publizistik, Literaturwissenschaft, Filmwissenschaft, Theaterwissenschaft, Game Studies, Musikwissenschaft, Kunstgeschichte, Pädagogik, Soziologie, Philosophie und Geschlechterforschung ausdrücklich erwünscht.

Beiträge, die über eine klare Methodik oder Verortung innerhalb des wissenschaftlichen Diskurses verfügen sollten, können – müssen aber nicht – nachfolgenden Themengebieten entstammen:

- Generelle Überlegungen zur Funktion von Fandom in der deutschsprachigen und internationalen Medienlandschaft (z.B. Fandom als Familie, Fandom und Geschlecht, Fandom und nationale Identität, Fandom und Konsum, Fandom und Produktionsbedingungen)
- Deutschsprachige Fandoms = deutsche Fandoms? (z.B. Auseinandersetzung mit Fandom in Österreich und der Schweiz)
- Reflektion der Berichterstattung über Fans in deutschsprachigen Medien
- Nationale Fandoms (z.B. deutsche Fußballspieler, Automobilhersteller, Tokio Hotel, *Tatort*, *Stromberg*)
- Cosplay und Conventions im deutschsprachigen Raum
- Spezifisch nationale Organisationsformen (z.B. *Trek*-Dinner, Stammtische)
- Game Fandoms (Analyse nationaler Spezifika in Game Fandoms wie z.B. LARP, Pen & Paper Rollenspielen, LAN-Parties oder Sammelkartenspielen)
- Fanfiction (z.B. Analyse nationaler Eigenheiten innerhalb internationaler Fandoms, Plattformen oder Texte als Fallstudien im internationalen Vergleich, Rolle von Übersetzungen und Scanlations)
- Fanart (z.B. Analyse bestimmter Techniken, Ästhetiken und Distributionswege im internationalen Vergleich)
- Vidding (z.B. Diskussion deutschsprachiger Fanvideos wie *Lord of the Weed*, *Sinnlos im Weltraum*, *Harry Potter und der geheime Pornokeller* oder Vidding-Projekte mit regionalen Dialekten)
- Musik (z.B. deutsche Musikfandoms und Subkulturen, deutsches Filking, Fandom und Volksmusiktradition)

Die Artikel sollten eine Länge von 4.000 bis 5.000 Worten (ohne Quellenverzeichnis) nicht überschreiten. Als Format sind für alle Texte die MLA-Style-Guidelines verbindlich. Aus Gründen der wissenschaftlichen Qualitätssicherung werden alle Einreichungen einem Double-Blind-Review-Verfahren unterzogen.

Einreichungen als Emailanhang im MS Word-Format zusammen mit einer Kurzbiografie bitte bis spätestens **1. Dezember 2013** an **fandom@medienkreativitaet.de**