

Soziologie der Emotionen und der Fall der Fans

Schäfer, Mike S.

Veröffentlichungsversion / Published Version

Konferenzbeitrag / conference paper

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Schäfer, M. S. (2010). Soziologie der Emotionen und der Fall der Fans. In H.-G. Soeffner (Hrsg.), *Unsichere Zeiten : Herausforderungen gesellschaftlicher Transformationen ; Verhandlungen des 34. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Jena 2008* (S. 1-13). Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-396814>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Commercial-NoDerivatives). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>

Soziologie der Emotionen und der Fall der Fans

Mike S. Schäfer

„Fan zu sein, ist etwas Besonderes. Niemand, der nicht selber Fan ist oder war, kann dieses Gefühl nachvollziehen.“

Tanja (14), Take-That-Fan (Hauk 1999: 257)

Fans sind, wie dieses Zitat illustriert, nicht irgendwelche Zuschauer, sondern eine besondere Spezies. Sie grenzen sich dadurch von anderen Zuschauern ab, dass sie längerfristig eine intensive emotionale Beziehung zu einem öffentlich zugänglichen, für sie externen Fanobjekt haben – zu einer Person, einer Band oder einem Abstraktum wie einer Filmgattung o.ä. (vgl. Schäfer/Roose 2005: 49).¹ Damit stehen hier und auch in vielen anderen Studien (vgl. Fritzsche 2003: 265ff; Hills 2002: 90; Winter 1993: 71) Emotionen im Mittelpunkt der Definition von Fans.²

Diese Zentralstellung von Emotionen bei der Definition von Fans legt es nahe, das Wechselverhältnis von Fans und Emotionen einmal soziologisch zu betrachten. Das ist bislang, trotz der großen Verbreitung des Phänomens der Fans, aber überraschenderweise kaum geschehen. Es existieren nur wenige emotionssoziologische Studien, die sich mit Fans befassen, und umgekehrt nur wenige Studien zu Fans, die die dort vorgefundenen Emotionen in systematischer Weise soziologisch interpretieren. Entsprechend soll in der Folge

¹ Diese Definition steht auch im Mittelpunkt eines aktuellen Sammelbandes zur Soziologie der Fans, bei dem unterschiedliche soziologische Perspektiven und Fragestellungen – neben Emotionen auch Sozialstruktur, Sozialisation, Konsumverhalten, Lebensführung Globalisierung – auf den Gegenstand Fans angelegt werden (Roose et al. 2009).

² Die Definition von Emotionen ist weder einfach noch in der Sozialwissenschaft konsensuell beantwortet. Einige wesentliche Autoren sehen Emotionen aber als positive oder negative Gefühlslagen von Personen, die in der Regel von einem situativen Stimulus ausgelöst werden, mit physiologischen und körperlichen Eindrücken einhergehen und mit typischen Formen des Ausdrucks sowie kulturellen „Labels“ verbunden sind (vgl. Gerhards 1988; Scherer 2005; Thoits 1989; Turner/Stets 2006). Als grundlegende Emotionen gelten den Autoren dabei v.a. Angst, Wut, Freude und Traurigkeit (Turner 2000: 67; vgl. Thamm 2006; Turner/Stets 2005: 1ff). Diese Emotionen werden auch von (nicht-wissenschaftlichen) Befragten am häufigsten genannt, wenn sie nach Emotionen gefragt werden (Fehr/Russell 1984).

versucht werden, einige derartige Bezüge zwischen Fan- und Emotionsliteratur herzustellen. Dabei stehen zwei komplementäre Fragen im Mittelpunkt:

1. Kann die Emotionssoziologie – und wenn ja, wo – gewinnbringend zu Analyse von Fan-Phänomenen in Anschlag gebracht werden?
2. Inwieweit kann die Betrachtung von Fans für die Soziologie der Emotionen von Nutzen sein?

Um diese Fragen zu beantworten, werden im Folgenden drei Fallbeispiele skizziert und anschließend auf ihren emotionssoziologischen Gehalt abgeklopft.

1. Die internen Hierarchien der Horrorfilm-Fans

Das erste Fallbeispiel ist einer Studie zu Horrorfilm-Fans von Roland Eckert u.a. (1990; vgl. Vogelgesang 1991; Winter 1991) entnommen. Auf der Basis von teilnehmenden Beobachtungen, qualitativen Interviews und Gruppendiskussionen beschreiben die Autoren vier Hierarchiestufen von Fans: „Fremde“, „Touristen“, „Buffs“ und „Freaks“.

- Die „*Fremden*“ sind die unterste Ebene der Horrorfilm-Zuschauer und streng genommen noch keine „Fans“. Es handelt sich um eine recht große Gruppe von Novizen, die nicht in die Fanszene eingebunden sind und zu den Filmen oft über die peer group oder zufällig kommen: „Alle haben von den Filmen erzählt, da bin ich mal mitgegangen“ (Eckert et al. 1990: 67). Und sie nähern sich den Filmen ‚naiv‘, d.h. ohne spezifische Wahrnehmungsschemata und Genrewissen, ihre Fähigkeiten zur Dechiffrierung und Kontextualisierung von Inhalten und Dramaturgie sind nicht entwickelt. Damit sind sie auf die Eindrücke der Horrorfilme nicht vorbereitet, können sie oft nur schwer einordnen und reagieren teils mit Unverständnis – „Wenn da einer den Kopf mit der Kreissäge zersägt bekommt, was hat das für einen Sinn?“ (Eckert et al. 1990: 69). Interessant ist, dass damit auch eine spezifische Emotionalität einhergeht: Der Konsum der „Fremden“ geht in der Regel mit außergewöhnlich intensiven, oft negativen Emotionen einher. Sie finden die Filme „schaurig“, „ekelhaft“ und sind „zu Tode erschrocken“ (Eckert et al. 1990: 69f) – und steigen daher nicht selten auch schnell wieder aus dem Konsum von Horrorfilmen aus. „Ich guck mir keine Horrorfilme mehr an. Ich hab’ einmal einen gesehen, als ich noch jünger war, und das hat mir gereicht.

Ich hatte eine solche Angst, daß ich die ganze Nacht nicht schlafen konnte.“ (Eckert u.a. 1990:70).

- „*Touristen*“ (Eckert et al. 1990: 71ff, 126ff) stehen eine Stufe über den „Fremden“. Sie sind noch offen gegenüber anderen Genres, haben aber eine Affinität zu Horrorfilmen. Sie sehen sie häufiger und zeigen erste Zeichen einer Spezialisierung, lesen bspw. einschlägige Magazine, kennen Subdifferenzierungen des Genres oder haben Präferenzen für bestimmte Regisseure. Touristen setzen Horrorfilme – und das ist an dieser Stelle interessant – gezielt zur Emotionssteuerung ein und nutzen sie als dosierbare „filmische Stimulanz und Affektualisierung.“ (Vogelgesang 1991: 266): „Wenn ich einen normalen Krimi oder so was guck’, da geh ich doch nicht so mit, das ist mir nicht aufregend genug. Aber Horrorfilme sind für mich Nervenkitzel“ (Eckert et al. 1990: 75). Sie suchen gezielt emotionale Erfahrungen, die noch immer vergleichsweise stark und exotisch für sie sind, und genießen diese: „Es ist richtig schön, Angst zu haben, vor etwas, was nicht da ist.“ (Eckert et al. 1990: 76)
- „*Horror-Buffs*“ (Eckert et al. 1990: 77f) und „*Freaks*“ (Eckert et al. 1990: 84ff) schließlich, noch einmal eine bzw. zwei Stufen höher in der Fan-Hierarchie stehend, verfügen über detailliertes Wissen, das aus einem spezialisierten Interesse und (teils jahre-)langer Beschäftigung mit Horrorfilmen herrührt. Dieses Wissen führt dazu, dass sie sich dem Gegenstand sehr reflektiert nähern und beim Konsum Vernetzungen zu anderen Filmen, Genreentwicklungen, Produktions- und Hintergrundwissen etc. herstellen. „[I]n allen Genrefilmen kann man an der Musik und an der Kameraführung erkennen, wann was passiert, und die Masse der Zuschauer fällt darauf herein[. Ich guck’ in die Kinorunde und lach mich halbtot, wenn die Leute da hochschrecken.“ (Eckert u.a. 1990:80). Buffs und Freaks selbst sind dagegen abgeklärte „Grusel-Veteranen“ (Vogelgesang 1991: 265): „Splatterfilme haben sich erschöpft. Es gibt nichts mehr, was härter sein kann. Das Thema wird dann langweilig“ (Eckert u.a. 1990:80). Teils dienen derartige Aussagen sicherlich der Distinktion – die Fan-Elite muss ihre Erfahrung auch dadurch demonstrieren, dass sie sich durch neue Varianten der Darstellung nicht mehr geschockt zeigt. Die Autoren zeigen aber auch, dass es tatsächlich schwieriger für diese Fans wird, Emotionen wie Angst zu erleben – ein Fan schätzt, das sei ihm „in den letzten drei Jahren nur ein- oder zweimal passiert“ (Eckert u.a.

1990:80). Dies heißt zudem nicht, dass „Buffs“ und „Freaks“ ihre eigenen emotionalen Reaktionen nicht schätzten, im Gegenteil. Durch Horrorfilme ausgelöste Emotionen, die ja als Grundlage der Fanbeziehung zu Horrorfilmen verstanden werden können, sind für sie nach wie vor ein hohes Gut. Auch wenn ein Film „einfach scheußlich von vorne bis hinten“ sei, sei er niemals schlecht, wenn er es schaffe, „in dem Zuschauer eine Emotion hervorzurufen“, sagt ein Fan (Eckert u.a. 1990:89), und ein anderer ergänzt, er lehne Splatterfilme nicht ab, nur „weil die Handlung vielleicht schlecht ist“, sondern schätze sie immer dann, wenn sie es schafften, „irgendeine Emotion in mir freizusetzen“ (Eckert et al. 1990: 88).

Diese Schilderungen beschreiben etwas, was sich auch für andere Fanszenen zeigen lässt (vgl. Crisp et al. 2007; Wann/Branscombe 1992): Auf unterschiedlichen Ebenen von Fan-Hierarchien finden sich unterschiedliche bzw. unterschiedlich starke Emotionen.

Damit wird ein klassischer Topos der Emotionssoziologie aufgegriffen, nämlich der Zusammenhang von sozialen Strukturen und Emotionen. Der zentrale Autor, der sich mit dieser Frage beschäftigt hat, ist Theodore D. Kemper (1978a; 1978b; 1981; 2006). Er nimmt an, dass typischerweise bestimmte soziale Situationen entsprechende Emotionen auslösen und hat versucht, diese Situationen und Emotionen zu typisieren. Für die Beschreibung der Situation hält er dabei zwei sozialstrukturelle Parameter für grundlegend: Macht, mit Weber verstanden als Chance, innerhalb einer sozialen Beziehung den eigenen Willen auch gegen Widerstreben durchzusetzen; und Status, als wahrgenommene Höherstellung, die freiwillige Gunstbezeugungen von Statusniedrigeren nach sich zieht. Kemper nimmt an, dass sowohl bestehende Macht- und Statusverteilungen als auch Veränderungen selbiger Emotionen bei Akteuren auslösen können. Akteure sind z.B. ängstlich, wenn ihre Macht unzureichend scheint. Sie sind glücklich, wenn sie einen hohen Status haben, und fühlen sich deprimiert, wenn dem nicht so ist.

Das Beispiel der Horrorfilmfans passt dazu insofern, als die soziale Hierarchie in der Fanszene tatsächlich mit unterschiedlichen Emotionen korreliert. Jenseits dessen sind aber zwei Dinge auffällig.

Erstens korrelieren die für Horrorfilmfans beschriebenen unterschiedlichen Emotionen zwar mit unterschiedlichen Ebenen der Fan-Hierarchie, sie sind aber nicht primär Reaktionen auf diese Hierarchie im Sinne Kempers. Stattdessen macht der Fall der Fans deutlich, dass die unterschiedlichen Emo-

tionen auf Drittvariablen zurückgehen: auf das gesteigerte Wissen und die langjährige Zugehörigkeit zur Szene, die nicht nur zu einer Gewöhnung an die Filme, sondern eben auch zum Aufstieg in der Fan-Hierarchie geführt haben. Zwar scheint es unter Fans auch Emotionen bzgl. der Hierarchie selber zu geben – wenn Fanclubleiter etwa Stolz auf ihre Position sind –, dies bleibt aber offenbar untergeordnet. Der Fall der Fans zeigt hier also einen anderen, ebenfalls interessanten Zusammenhang zwischen Sozialstruktur und Emotionen auf.

Zweitens scheinen Hierarchien bei Fans vornehmlich auf die Dimension des zugeschriebenen und mit freiwilligen Gunstbezeugungen verbundenen Status' zurückzugehen. Die von Kemper ebenfalls als wichtig beschriebenen Macht-Unterschiede lassen sich demgegenüber kaum finden, möglicherweise ja, weil in den locker strukturierten Fanszenen hierarchiehöhere Fans nur über wenige Sanktionsmöglichkeiten gegenüber Novizen verfügen und weil Novizen dort – etwa im Vergleich zu formalen Institutionen – relativ problemlos die Exit-Option des Ausstiegs aus der Szene ergreifen können.

2. Emotionale Regeln bei Football-Fans

Das zweite Fallbeispiel stammt von Louis A. Zurcher (1972). Er schildert Erfahrungen, die er während eines College-Football-Spiels in den USA als „visiting coach“ sammeln konnte. In dieser eher symbolisch-repräsentativen Position hatte er die Chance, die Vorgänge rund um das Spiel zu beobachten und qualitative Interviews zu führen.

Zurcher beschreibt, wie schon deutlich vor dem Spiel nicht nur Spieler und Trainer bei ihren Vorbesprechungen, sondern auch die Fans in eine erwartungsvolle Stimmung versetzt werden. Dies lässt sich an Colleges in den USA besonders plastisch darstellen, weil dort vor Spielen so genannte „pep rallies“ stattfinden – Vorveranstaltungen mit Marching Bands, Cheerleadern und Reden von Universitätswürdenträgern. Auf diesen Veranstaltungen, so Zurcher, wird das Spektrum von Emotionen vorbereitet, das die Fans möglicherweise im Spiel ‚brauchen‘ könnten. „We were to be ready to enact, at different times during the game, affection for other fans and hostility or even hatred for the opponents. We might be called upon to show compassion for the injured. If the game went well for the team, we would be expected to show pride, joy, and perhaps ecstasy. If the game went badly, it would be

appropriate for us to display anger, disappointment, disgust, and perhaps even shame.“ (Zurcher 1972: 5)

Später, während des Spiels, werden dann Teile dieses Emotionsensembles durch „orchestrators“ bzw. „emotional prompters“ aktiviert. Diesen fällt die Aufgabe zu, den Fans die situationsspezifisch adäquaten Emotionen anzuzeigen: Wann muss man laut werden? Wann aufstehen? Wann jubeln? Wann schweigen? „Orchestrators“ sind bspw. Cheerleader, aber auch Stadionsprecher und „informal cheerleader“, d.h. Anheizer unter den Fans selbst (Zurcher 1972: 7, 14). Ziel ist es, so Clifford Bryan und Robert Horton in einer ähnlichen Studie, eine möglichst emotionale Unterstützung des eigenen Teams zu gewährleisten, indem sie zur Imitation ihre emotionalen Verhaltens anhalten. Denn die Stimmung der Fans sei in den Augen der Teams „an important element, [and they] do not risk leaving it to spontaneous self-expression“ (Bryan/Horton 1976: 7).

Beide Autoren argumentieren, dass sich die geschilderten Regeln nicht nur die Darstellung, sondern auch auf die Empfindung von Emotionen richten. Das Ergebnis sei, dass „the young spectators whose individual responses might have been spontaneous but enthusiastic can no longer tell whether they are expressing their feeling or enacting their roles.“ (Bryan/Horton 1976: 7)

Der emotionssoziologische Anschlusspunkt für diese Studien wird von Zurcher sogar explizit genannt: die Arbeiten Arlie Hochschilds, in denen sie – wie Kemper – ebenfalls Bestimmungsfaktoren von Emotionen untersucht, sich dabei aber nicht auf die ‚objektive‘ sozialstrukturelle Verortung von Menschen konzentriert, sondern auf gesellschaftlich mitbestimmte, historisch abgelagerte und kulturell geprägte Regeln der Emotionalität.

Hochschild beschreibt in „The Managed Heart“ (1983) am Beispiel von Stewardessen und Geldeintreibern, wie Emotionen in modernen Dienstleistungsgesellschaften zum Bestandteil von Berufsrollen geworden sind. Fluggesellschaften geben ihren Angestellten „Darstellungsregeln“ und „Gefühlsregeln“ vor, in denen sie beschreiben, wie Emotionen gezeigt und empfunden werden sollen: Stewardessen sollen bspw. dauerlächelnd Freude an der Arbeit demonstrieren und, falls sie diese einmal nicht empfinden, „surface acting“ betreiben und sie zumindest darstellen. Darüber hinaus wird versucht, sie zu „deep acting“ anzuhalten, d.h. ihnen nahe zu legen, auch an den zugrunde liegenden Emotionen selbst zu arbeiten. Sie sollen „Gefühlsarbeit“ leisten, etwa die Arbeitssituation an Bord uminterpretieren, sich selbst als Gastgebe-

rin und die Kunden als Gäste interpretieren und sich entsprechend dann wohl fühlen, wenn ihre Gäste umsorgt und zufrieden sind.

Dieser Hochschild'sche Gedankengang und ihr Begriffsinstrumentarium lassen sich problemlos auf Zurchers Studie übertragen. Das Gleiche gälte wohl für einen zentralen Kritikpunkt, der darin besteht, dass diese Arbeiten den Einfluss von Regeln auf Emotionen möglicherweise über- und das gestalterische Potenzial von Individuen unterschätzen – an dieser Stelle setzt bspw. die Emotionssoziologie in der Nachfolge Erving Goffmans an. Hier sollen aber weniger die Kritik als vielmehr einige Forschungsperspektiven genannt werden, die im Nachgang zu Zurcher interessant scheinen.

Dieser verweist mit der Beschreibung von unterschiedlichen „emotional prompts“ in Sportstadien darauf, dass es in nahezu allen Fanszenen nicht nur – wie in den von Hochschild beschriebenen Angestelltenverhältnissen – einen, sondern eine Mehrzahl von Akteuren gibt, die versuchen, Gefühls- und Ausdrucksregeln zu setzen.

In Fanszenen existieren einerseits Fans, die ihre Aufgabe darin sehen, für die richtige Stimmung zu sorgen (vgl. Schäfer/Roose 2008), wobei sich aber einzelne Fanclubs mitunter nicht einig darüber sind, welche Stimmung, welche Emotionen die richtigen sind – wie Diskussionen unter Fans über die Unterstützung erfolgloser Mannschaften deutlich machen (vgl. Schwenzer 2001).

Andererseits gibt es in vielen Fanszenen auch andere Akteure, die versuchen, Gefühls- und Ausdrucksregeln zu etablieren. Im Bereich von Musik sind dies bspw. die Interpreten selber, wenn sie von der Bühne herab rufen: „Auf geht's. Stimmung. Ich will alle Hände oben sehen!“ (Grabowski 1999: 103). Im Sport können es, wie von Zurcher dargestellt, Vertreter der Vereine wie Stadionsprecher oder Cheerleader sein.

Emotionssoziologisch lassen sich diese Bemühungen als Konkurrenzen um emotionale Gestaltungsmacht begreifen, und die Untersuchung von deren Verlauf, der diskursiven Aushandlung von emotionalen Regeln und den dabei verwendeten Argumente und Strategien wäre höchst interessant – gerade in Fällen, in denen Dissens zwischen unterschiedlichen Fangruppen oder zwischen Fans und Fanobjekten besteht. Mit Bezug zum ersten Fallbeispiel ließe sich z.B. fragen, ob die Fanelite einen besonders großen Einfluss darauf hat, welche Emotionen als legitim gelten. Oder es ließen sich die in jüngerer Zeit virulenteren Debatten bspw. unter Fußball-Fans analysieren, in denen die ‚Eventisierung‘ und ‚Kommerzialisierung‘ des Sports beklagt, die v.a. durch die Bemühungen der Vereine um die richtige Stimmung entstehen, und dieser

die vermeintlich authentischen, in der Fankurve gewissermaßen von der Basis naturwüchsig entstandenen Fan-Emotionen entgegengesetzt werden.

3. Die Gemeinschaft der Fußball- und Pop-Fans

Als drittes Beispiel dienen Aspekte aus gleich zwei Fanszenen, die sich in hier relevanten Charakteristika ähneln, nämlich Fußball- und Popmusikfans. Für beide Szenen gilt bspw., dass zentrale, auch emotional besonders intensive Ereignisse Live-Erlebnisse sind, die in abgegrenzten Räumen, in Konzertarenen oder Sportstadien stattfinden – gerade moderne, monofunktionale, nach außen visuell und akustisch abgegrenzte Fußballstadien sind dafür symptomatisch (Bale 1993). Dort wird die Außenwelt ausgeschlossen, die – so Bromberger (1998) – „Außerweltlichkeit“ der Geschehnisse unterstrichen und die gleichzeitige Kopräsenz einer großen Zahl von Menschen nicht nur gewährleistet, sondern diesen Menschen auch vor Augen geführt. Dieses Gesamtarrangement macht es einfach, viele Anwesende auf den gleichen Gegenstand zu fokussieren (vgl. Schäfer/Roose 2009).

Ein weiteres Charakteristikum von Stadien und Konzerten ist, dass das Geschehen ritualisiert abläuft. Im Fußballstadium werden „die immer gleichen Sprechchöre intoniert, es gibt Rituale vor einer Ecke oder einem Freistoß, und traditionell verhasste Gegenspieler, die mit den immer gleichen Verhöhnungen bedacht werden.“ (Klein/Schmidt-Lux 2006: 26) Bei Popmusikkonzerten werden Lieder mitgesungen, teils im Wechselgesang mit Interpreten, es gibt ritualisierte Beifallsbekundungen, Zugaben usw. Zusätzlich werden Fans körperlich aktiviert und involviert. Man hüpfert, jubelt und singt und tut dies synchronisiert und gemeinsam, dem Spiel und zugleich nicht selten den Regeln des Rituals folgend.

Die Gemeinsamkeiten der Fans und ihre Konzentration auf einen gemeinsamen Fokus werden schließlich durch Symbole wie Embleme, Maskottchen, Mannschaftsfarben o.ä. und durch entsprechende Adressierungen unterstrichen. So werden Zuschauer nicht selten pauschal als „Fans“ oder „crowd“ bezeichnet, also als „an aggregation of people who do, in fact, have a common focal concern“ (Bryan/Horton 1976: 7).

Sowohl Fußball- als auch Popmusikfans werden bei Live-Ereignissen also aus Alltagsverläufen herausgelöst, in kollektive Rituale eingebunden, auf einen gemeinsamen, symbolisch untermauerten Aufmerksamkeitsfokus konzentriert und körperlich-aktiv in das Geschehen involviert.

In dieser Weise wird das individuelle Emotionserleben intensiviert und gleichzeitig werden die Emotionen anderer Fans wahrnehmbar. Dies kann, wie es bspw. Bettina Fritzsche für Boygroupfans beschreibt, zu einer wechselseitigen „irrealen, sinnlichen und rauschhaften“ (Fritzsche 2003: 184, 215) Steigerung der Emotionen und zu einem starken Gruppenbewusstsein führen (vgl. Leistner/Schmidt-Lux 2010; Riedl 2008). Derartige Emotionen können die Gemeinschaft der Fans, wenn teils auch nur für die Dauer des Konzerts oder Spiels, stabilisieren und dazu dienen, diese Gemeinschaft gegen andere Gruppen abzugrenzen (vgl. Bryan/Horton 1976: 6; Girtler 1995: 122f).

Damit wird Emotionen eine andere Rolle zugewiesen als bei Kemper und Hochschild. Hier sind sie nicht Ergebnis sozialstruktureller Lagen und kultureller Regeln, sondern ein Baustein bei der Entstehung sozialer Wirklichkeit.

Diese Schilderungen lassen sich einer emotionssoziologischen Tradition zuordnen, die nicht die Entstehung, sondern die Folgen von Emotionen thematisiert, v.a. ihre Rolle bei der Entstehung sozialer Gemeinschaften. Der theoretische Bezugspunkt ist dabei meist Emile Durkheim.³ Dieser beschrieb in seiner Religionssoziologie (1981) bekanntlich „Zutaten“, die zur Vergemeinschaftung von Gruppen führen können und wies dabei gemeinsamen Ritualen, Symbolen und eben Emotionen eine besondere Rolle zu: Die Mitglieder der Gruppe müssen für ein Ritual anwesend sein und sich wahrnehmen. Sie sollten einen gemeinsamen kognitiven und emotionalen Fokus entwickeln und ihr Verhalten aufeinander abstimmen. Wenn sie schließlich beginnen, ihre aufeinander abgestimmten Gefühle auszuagieren, dann besteht die Möglichkeit, dass diese beginnen, sich wechselseitig zu verstärken oder mit Durkheim: „Effervescenz“ zu erzeugen (vgl. Durkheim 1981: 297f). Auf diese Weise entstünde eine gesteigerte Kohäsion der Gemeinschaft bei gleichzeitiger Schließung nach außen.⁴

³ Georg Simmels Konzept „primärer“ Emotionen weist Parallelen zu Durkheims religionssoziologischen Schriften auf. Während Simmel „sekundäre“ Emotionen noch als Produkt sozialer Verhältnisse verstand, sieht er die Hauptfunktion primärer Emotionen darin, Individuen aneinander zu binden und Gemeinschaft zu konstituieren (Simmel 1922: 87f).

⁴ Ähnlich angelegt sind die Arbeiten des Anthropologen Victor Turner, der beschreibt, wie Mitglieder einer Gruppe durch gemeinsame emotionale Erfahrungen etwa in Ritualen ein Bewusstsein der Gemeinschaft entwickeln und verstärken können, das er „communitas“ nennt (v.a. Turner 1974). Turner selbst bezieht diese Gedanken am Rande auf Jugendbewegungen wie „Hippies“ und „Teeny Bopper“ (Turner 1989: 111), und andere Autoren wenden seine Gedanken explizit auf Fans an (Fritzsche 2003: 36ff; Zurcher 1972: bes. 13f).

Dies entspricht sehr gut den Schilderungen von Fußball- und Popmusikfans, und Analogisierungen zwischen Fanszenen und Religionen in punkto Ritualen, Symbolen, Verehrung, Gesängen etc. machen entsprechend einen beträchtlichen Teil der Fanliteratur aus. Wünschenswert wäre hier v.a. eine stärkere Theoretisierung der theoretisch oft harmlos bleibenden Studien, und bzgl. ihrer emotionssoziologischen Verwertbarkeit ein klareres Verständnis von Emotionen, die mitunter doch recht unscharf bleiben und mit Phänomenen wie „Identität“ synonym gesetzt werden. Der Fall der Fans kann dazu dienen, diesen oft unscharf bleibenden Kategorien ein konkretes Forschungsbeispiel entgegenzusetzen, an dem die Kategorien geprüft, geschärft oder ggf. auch verworfen werden können.

4. Resümee

Abschließend sollen nun die beiden eingangs genannten Fragen noch einmal resümierend beantwortet werden. Zunächst gilt es also zu klären, ob und inwieweit ein emotionssoziologischer Blick fruchtbar für die Analyse von Fans sein kann. Die Frage des „ob“ lässt sich vor dem Hintergrund der Literaturlage klar bejahen. Denn bislang beschränken sich viele sozialwissenschaftliche Arbeiten zu Fans, wenn sie überhaupt empirisch vorgehen, auf eine quasi-ethnographische Beschreibung der Welt der Fans. Dies hat den Vorteil, dass oft ein plastisches Bild der entsprechenden Szene entsteht, und den Nachteil, dass selten theoretische Kategorien systematisch und gewinnbringend in Anschlag gebracht werden. Die Emotionssoziologie bietet ein solches begriffliches und konzeptionelles Instrumentarium, das bei der Analyse von Fans nützlich sein kann und darüber hinaus interessante weitergehende Fragen aufwirft. Mit seiner Hilfe lassen sich bspw. Fanhierarchien als emotional relevant darstellen, und es lässt sich fragen, inwieweit dies mit Status- und Macht-Dimensionen zusammen hängt. Versuche der ‚Stimmungsmache‘ in Fanszenen lassen sich als Konkurrenzen um emotionale Hegemonie begreifen, und es lässt sich fragen, wie diese Konkurrenzen ablaufen und wie dort Vorherrschaft entsteht. Kollektivereignisse lassen sich in die Tradition religiöser Rituale stellen und es lässt sich fragen, wie weit die Parallelen zu Religionen in Einstellungen und Handlungsverläufen tatsächlich gehen. Gerade für Fans dürfte eine solche emotionssoziologische Perspektive dabei hilfreich sein, weil Emotionen als wesentliche Dimension des Handelns von Fans verstanden werden müssen und die Sinnkonstruktionen, die Handlungsmotivationen und

die Strukturierung der sozialen Umwelt von Fans wesentlich emotional basiert sind.

Andererseits – um auf die zweite Frage einzugehen – kann auch die Emotionssoziologie vom Fall der Fans lernen, da sich bei diesem konstitutiv emotionalen Phänomen eine Differenziertheit emotionaler Aspekte zeigt, die anderswo schwer zu finden ist. Dies macht es möglich, durch die Untersuchung von Fans zentrale Annahmen der Emotionssoziologie zu prüfen und zu differenzieren. Dieser spezifische Fall kann zeigen, wie Hierarchien und Emotionen (auch) zusammen hängen können. Er kann deutlich machen, wie konkrete emotionale Regeln entstehen. Und er kann dabei helfen, abstrakte und allgemeine Kategorien zu schärfen. Zudem dürften emotionsbezogene Spezifika von Fanszenen faszinierende Untersuchungsobjekte darstellen – etwa der Fakt, dass Emotionen unter Fans ein wesentlicher und nicht selten intensiv reflektierter Diskursgegenstand sind.

Damit ist eine Reihe möglicher Weiterentwicklungen angerissen, denen hier nicht mehr nachgegangen werden kann. Sie bleiben Chancen für künftige Studien, auf die man gespannt sein darf.

Literaturverzeichnis

- Bale, John (1993): The Spatial Development of the Modern Stadium. In: *International Review for the Sociology of Sport* 28. 2-3. 121-133.
- Bromberger, Christian (1998): Fußball als Weltsicht und Ritual. In: Belliger, Andréa (Hrsg.): *Ritualtheorien*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 285-301.
- Bryan, Clifford und Horton, Robert (1976): School Athletics and Fan Aggression. In: *Educational Researcher* 5. 7. 2-11.
- Crisp, Richard J., Heuston, Sarah, Farr, Matthew J. und Turner, Rhiannon N. (2007): Seeing Red or Feeling Blue: Differentiated Intergroup Emotions and Ingroup Identification in Soccer Fans. In: *Group Processes and Intergroup Relations* 10. 1. 9-26.
- Durkheim, Emile (1981): *Die elementaren Formen des religiösen Lebens*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Eckert, Roland, Vogelgesang, Waldemar, Wetzstein, Thomas A. und Winter, Rainer (1990): *Grauen und Lust. Die Inszenierung der Affekte. Eine Studie zum abweichenden Videokonsum*. Pfaffenweiler: Centaurus.
- Fehr, Beverley und Russell, James A. (1984): Concept of emotion viewed from a prototype perspective. In: *Journal of Experimental Psychology* 113. 4. 464-486.
- Fritzche, Bettina (2003): *Pop-Fans. Studie einer Mädchenkultur*. Opladen: Leske + Budrich.
- Gerhards, Jürgen (1988): *Soziologie der Emotionen. Fragestellungen, Systematik und Perspektiven*. Weinheim & München: Juventa.
- Girtler, Roland (1995): *Randkulturen. Theorie der Unanständigkeit*. Wien, Köln & Weimar: Böhlau.

- Grabowski, Ralf (1999): "Zünftig, bunt und heiter": Beobachtungen über Fans des volkstümlichen Schlagers. Tübingen: Tübinger Vereinigung für Volkskunde.
- Hauk, John (1999): *Boygroups! Teenager, Tränen, Träume*. Berlin: Schwarzkopf und Schwarzkopf.
- Hills, Matt (2002): *Fan Cultures*. London & New York: Routledge.
- Hochschild, Arlie Russell (1983): *The Managed Heart. Commercialization of Human Feeling*. Berkeley, Los Angeles & London: University of California Press.
- Kemper, Theodore D. (1978a): A Social Interactional Theory of Emotions. New York: University of California Press.
- Kemper, Theodore D. (1978b): Toward a Sociology of Emotions: Some Problems and Some Solutions. In: *American Sociologist* 13. 9. 30-41.
- Kemper, Theodore D. (1981): Social Constructivist and Positivist Approaches to the Sociology of Emotions. In: *American Journal of Sociology* 87. 2. 336-362.
- Kemper, Theodore D. (2006): Power and Status and the Power-Status Theory of Emotions. In: Stets, Jan E. und Turner, Jonathan H. (Hrsg.): *Handbook of the Sociology of Emotions*. New York: Springer. 87-113.
- Klein, Constantin und Schmidt-Lux, Thomas (2006): Ist Fußball Religion? Theoretische Perspektiven und Forschungsbefunde. In: Thaler, Engelbert (Hrsg.): *Fußball. Fremdsprachen. Forschung*. Aachen: Shaker. 18-35.
- Leistner, Alexander und Schmidt-Lux, Thomas (2010): "Ein schönes Spiel reicht noch nicht aus". Fußballfans im Rausch. In: Niekrenz, Yvonne und Ganguin, Sonja (Hrsg.): *Jugend und Rausch*. Weinheim & München: Juventa.
- Riedl, Lars (2008): „Und dann jubelte das ganze Stadion!“. Zur Entstehung und Steuerung kollektiver Emotionen im Spitzensport. In: *Sport und Gesellschaft* 5. 3. 221-250.
- Roose, Jochen, Schäfer, Mike S. und Schmidt-Lux, Thomas (Hrsg.) (2009): *Soziologie der Fans*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schäfer, Mike S. und Roose, Jochen (2005): Begeisterte Nutzer? Jugendliche Fans und ihr Medienumgang. In: *merz - Medien + Erziehung* 2005. 2. 49-53.
- Schäfer, Mike S. und Roose, Jochen (2008): Die gesellschaftliche Bedeutung von Fußballbegeisterung: Vergemeinschaftung und Sozialkapital-Bildung auf dem Prüfstand. In: Klein, Gabriele und Meuser, Michael (Hrsg.): *Ernste Spiele. Zur politischen Soziologie des Fußballs*. Bielefeld: transcript. 201-226.
- Schäfer, Mike S. und Roose, Jochen (2009): Emotions in Sports Stadiums. In: Frank, Sybille und Steets, Silke (Hrsg.): *Stadium Worlds. Football, Space and the Built Environment*. London & New York: Routledge.
- Scherer, Klaus R. (2005): What are emotions? And how can they be measured? In: *Social Science Information* 44. 4. 695-729.
- 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.
- Simmel, Georg (1922): *Die Religion*. Frankfurt: Rütten und Loening.
- Thamm, Robert E. (2006): The Classification of Emotions. In: Stets, Jan E. und Turner, Jonathan H. (Hrsg.): *Handbook of the Sociology of Emotions*. New York: Springer. 11-37.
- Thoits, Peggy A. (1989): The Sociology of Emotions. In: *Annual Review of Sociology* 15. 317-342.
- Turner, Jonathan H. (2000): *On the Origins of Human Emotions. A Sociological Inquiry into the Evolution of Human Affect*. Stanford: Stanford University Press.

- Turner, Jonathan H. und Stets, Jan E. (2005): *The Sociology of Emotions*. New York: Cambridge University Press.
- Turner, Jonathan H. und Stets, Jan E. (2006): *Sociological Theories of Human Emotions*. In: *Annual Review of Sociology* 32. 25-52.
- Turner, Victor W. (1974): *Dramas, Fields and Metaphors. Symbolic Action in Human Society*. Ithaca: Cornell University Press.
- Turner, Victor W. (1989): *Das Ritual. Struktur und Anti-Struktur*. Frankfurt & New York: Campus.
- Vogelgesang, Waldemar (1991): *Jugendliche Video-Cliquen. Action- und Horrorvideos als Kristallisationspunkte einer neuen Fankultur*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Wann, Daniel L. und Branscombe, Nyla R. (1992): *Emotional Responses to the Sports Page*. In: *Journal of Sport and Social Issues* 16. 1. 49-64.
- Winter, Rainer (1991): *Zwischen Kreativität und Vergnügen. Der Gebrauch des postmodernen Horrorfilms*. In: Müller-Doohm, Stefan und Neumann-Braun, Klaus (Hrsg.): *Öffentlichkeit, Kultur, Massenkommunikation. Beiträge zur Medien- und Kommunikationssoziologie*. Oldenburg: BIS. 213-229.
- Winter, Rainer (1993): *Die Produktivität der Aneignung - Zur Soziologie medialer Fankulturen*. In: Holly, Werner und Püschel, Ulrich (Hrsg.): *Medienrezeption als Aneignung. Methoden und Perspektiven qualitativer Medienforschung*. Opladen: Westdeutscher Verlag. 67-79.
- Zurcher, Louis A. (1972): *The Staging of Emotion: A Dramaturgical Analysis*. In: *Symbolic Interaction* 5. 1. 1-22.