
Inhaltsverzeichnis

Tabellen- und Abbildungsverzeichnis.....	XI
---	-----------

1 Einleitung	1
1.1 Star Wars als Phänomen und Erzählung für seine Anhängerinnen und Anhänger	4
1.2 Star Wars als Fanobjekt	10
1.3 Aufbau und Struktur	14

Teil I Das Star Wars-Universum und seine Hintergründe

2 Star Wars als Forschungsgegenstand	19
<i>Eine (erste) Annäherung</i>	
2.1 Die Star Wars-Filme	21
2.1.1 Episode IV: A New Hope	22
2.1.2 Episode V: The Empire Strikes Back	23
2.1.3 Episode VI: Return of the Jedi	24
2.1.4 Episode I: The Phantom Menace	24
2.1.5 Episode II: Attack of the Clones	25
2.1.6 Episode III: Revenge of the Sith	25
2.2 Der (ökonomische) Erfolg der Star Wars Filme	26
2.3 Ableger und Spin-off-Produktionen	29
2.4 Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft des Star Wars-Franchise ..	32
2.4.1 Das Ende und der Neubeginn des „Expanded Universe“	36

2.4.2	LucasArts – Höhen, Tiefen und das Ende einer Spieleentwicklerlegende	39
2.5	„Money, Money, Money“: Der ökonomische Erfolg der Star Wars-Marke	42
2.6	Mythos und Star Wars	46
2.6.1	Der Mythos und seine Funktion	47
2.6.2	Joseph Campbell und die Struktur des Monomythos.	48
2.6.3	Das Star Wars-Universum als Mythos der modernen Welt ..	51
2.6.4	Die Star Wars Saga als Ring-Komposition.	57
2.7	Zwischenfazit (1): Die individuelle und kulturelle Bedeutung der Star Wars-Saga	66

Teil II Fan-Sein und Identität

3	Identität, Fan-Sein und die Rolle der Medien	71
3.1	Identität und Populärkultur	74
3.2	Klassiker der Identitätsforschung – von George Herbert Mead bis Erving Goffman und der Kritik am Identitätsbegriff	77
3.2.1	Identität bei George Herbert Mead.	77
3.2.2	Identität bei Erving Goffman	80
3.2.3	Identität bei Lothar Krappmann.	81
3.2.4	Schwierigkeiten mit Identität: Klaus Mollenhausers Kritik am Identitätskonzept	83
3.2.5	Spätmoderne Identitätstheorien – Von der „Patchwork- identität“ und „situativen Selbstverhältnissen“	86
4	Identität und Fan-Sein	93
5	Zwischenfazit (2): Fan-Sein als Kohärenzangebot	99

Teil III Die Identität des Star Wars-Fans

6	Fragestellung, Methode und Methodologie.	105
6.1	Verstehende Interviews	108
6.2	Interviews und Grounded Theory	110
6.3	Videografie	113

7	Das Untersuchungsdesign und -sample	117
7.1	Die Interviews	118
7.2	Die Reaction Videos	119
8	Es war einmal vor langer Zeit: Der Moment der Initiation	121
8.1	Der erste Kontakt mit Star Wars (1): „Und dann gings los“ – Fan werden zwischen der ersten und zweiten Trilogie.	125
8.2	Der erste Kontakt mit Star Wars (2): „Mich hat das einfach total fasziniert – Star Wars, die ganzen kleinen Lego Figuren“ – Fan werden heute	136
9	Der „Krieg der Sterne“ und seine Wirkungs- und Faszinationskraft aus der Perspektive seiner Anhängerinnen und Anhänger	141
9.1	Kreative und medial vermittelte Formen der Begeisterung – Rollen- und Videospieler-Sein im Star Wars-Universum	142
9.2	Faszination der Star Wars-Welt und des Fandoms	147
9.3	Die Faszination des Sammelns, des Habens und des Produzierens von Dingen	151
9.4	Die „Flucht aus dem Alltag“	156
10	„Du musst sie spüren, die Macht“: Star Wars und das Selbstverständnis als Fan	163
10.1	Lego, Clone Wars und Rebels: Die Star Wars-Sozialisation einer neuen Generation	166
10.2	Das Selbstverständnis des „Allgemeinheitsfans“	171
10.3	Das Selbstverständnis des „Hardcore“ Star Wars-Fans	176
10.4	„Die sagen ja, ist doch ein Kriegsfilm und das ist doch nur BUM-BUM und warum schaust du so was?“ – Von den Schwierigkeiten weiblicher Star Wars-Fans	187
11	Erwartungen und Fan-Sein	193
11.1	Eine Reise zum „Erwachen der Macht“	196
11.2	Industriell „intendierte“ Paratexte	205
11.2.1	Das Mystery-Box-Phänomen	208
11.2.2	Der Nostalgiefaktor	213
11.3	„Andere“ Paratexte – Fans, News und Spoiler	224
11.4	Fans und Spoiler	229

11.5 Fans und das Neue	240
11.5.1 Erste Betrachtung des Videomaterials	242
11.5.2 Feinanalyse: Die emotionale(n) Reaktion(en)	244
11.5.3 Reaction Videos, Paratexte und das Konzept der Resonanz.	252
12 Fazit: Die Identität des Star Wars Fans	259
Literatur	267
Online-Quellen	277
Bücher im Star Wars Universum	278
Postskriptum	279

Fan-Sein

Die Identität des Star Wars Fans

Völcker, M.

2016, XIII, 291 S. 19 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-13406-8