

Johannes von Moltke

Statt eines Editorials. "...your legend never will": Posthume Starimages

1997

<https://doi.org/10.25969/mediarep/16>

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Moltke, Johannes von: Statt eines Editorials. "...your legend never will": Posthume Starimages. In: *montage AV. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation*, Jg. 6 (1997), Nr. 2, S. 2–9. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/16>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Statt eines Editorials

„... your legend never will“: Posthume Starimages

“Death can really make you look like a star”
– Andy Warhol

„Der Tod wirft den Körper auf den offenen Markt“, schrieb John Fiske in einem Text über Elvis Presley für das zweite Heft von *Montage/AV*. Mit Blick auf das Medienereignis „Diana“ und den Themenschwerpunkt dieses Heftes müßte man präzisieren: Der Tod wirft das *Image* auf den offenen Markt.

Wie die Bilderschwemme nach dem Unfall an der Seine zeigt, gilt dies einerseits im Wortsinn: Es sind zuallererst die *Bilder* von Diana, die auf einem plötzlich neu ausgerichteten Markt zirkulieren. Mit den Preisen, zu denen die Bilder der Prinzessin immer schon gehandelt wurden, tritt schlagartig die handfeste Ökonomie des Ruhms ins öffentliche Bewußtsein. Die Rolle der Papparazzi als Verfolger des Unfallwagens forciert die Recherchen von Journalisten in Boulevardzeitschriften und „seriöser“ Presse, die schnell Ziffern und Vergleichszahlen zutage fördern (der erste veröffentlichte Kuß mit Dodi brachte fünf Millionen Mark, Madonna mit Baby immerhin noch \$180.000, Pamela Anderson im Motorboot bloße \$40.000, etc.). Werte von Dianas Image vor und nach dem Tod werden in der ökonomischen Fachpresse verglichen, Kosten-Nutzen-Rechnungen über die Ware „Celebrity“ angestellt und deren Marktwert mit Blick auf das historisch sich verändernde Verhältnis von Angebot und Nachfrage bestimmt (so zum Beispiel im britischen *Economist* vom 6. September).

Der Tod der „Celebrity“ kurbelt jedoch neben der monetären stets auch diejenige semiotische Ökonomie an, die Fiske als „shadow economy“ beschrieben hat; denn Starimages zirkulieren, wie auch der britische Filmwissenschaftler James Donald vorschlägt, in (mindestens) zwei von einander

abhängigen Kreisläufen, in denen sich Tausch- und Gebrauchswert des Stars realisieren:

Es läßt sich eine Homologie konstruieren zwischen der Zirkulation des Starimages in einem Kreislauf von Tauschwerten, der Profit abwirft (Produktion, Distribution, Aufführung), und seiner Zirkulation in einem Kreislauf semiotischer Gebrauchswerte (Performance, Werbung und Zuschaueraktivität), welcher Vergnügen produziert.¹

Beide Zirkulationsweisen bedingen einander gegenseitig und sind, wie Donald betont, „nur analytisch voneinander zu trennen“ (ibid.): Der Profit setzt das Vergnügen zumindest als Versprechen immer voraus. Wo dieses sich nicht realisiert, entsteht einer der vielen Flops, die in ihrem Gefälle zum gelingenden Starimage zu dessen Aura wesentlich beitragen.

Werden Stars also einerseits in den Kalkulationen der Filmproduzenten zu risikolindernden oder profitversprechenden Ziffern², so gerinnt das Image eines Stars andererseits im homologen Prozeß der Bedeutungsproduktion zur kulturellen Chiffre. Dieser Prozeß, in dem ein Starimage mit diskursiven Werten versehen wird, hat zu kaum einer Zeit so hohe Konjunktur wie im Moment des „verfrühten“ Todes. Valentino, James Dean und Marilyn Monroe liefern die prototypischen Beispiele aus der Stargeschichte, die nun mit den forcierten öffentlichen Deutungsanstrengungen nach dem Tod Dianas noch einmal sinnfällig werden. Die diskursiven Volten, mit denen die dahingeschiedene „Celebrity“ in das Pantheon anderer Stars eingeordnet und zum Platzhalter für zeitgemäße Formen der Individualität wird. In der weltweiten Trauerarbeit nach dem Unfall an der Seine wird somit eine zentrale Funktion von Starimages allgemein deutlich: Durch diese bzw. durch die diskursiven Bemühungen um ihre Auslegung, Festschreibung und Verbreitung verständigt sich die Gesellschaft nicht allein über den jeweiligen Star, sondern in erster Linie über sich selbst – wenn auch nicht immer so explizit wie in den Versen des britischen Hofdichters Ted Hughes, der zu

¹ James Donald (1985) Stars. In: *The Cinema Book*. Hrsg. v. Pam Cook. London: BFI, S. 50.

² Auch das gilt ebensogut für Diana, die nun zwar nicht mehr wie geplant neben Kevin Costner im *sequel* zu *BODYGUARD* sich selbst spielen kann (vgl. das angekündigte Interview mit Costner in der Januar-Ausgabe der amerikanischen Illustrierten *Premiere*), deren Leben jedoch bereits vor ihrem Tod verfilmt wurde, derzeit am Broadway als bester Musicalstoff gehandelt wird und zweifellos in zahlreichen Drehbüchern seiner adäquat besetzten Neuverfilmung harrt.

Dianas Tod für's Poesiealbum dichtet: "Mankind is many rivers / That only want to run."

Selbst eine kursorische Zeitungslektüre Anfang September dieses Jahres konnte diese Funktion des öffentlichen Images belegen. Aus den Feuilletons und Sonderausgaben, mit denen das gesamte Pressespektrum auf Dianas Tod reagierte, läßt sich mühelos der charakteristische Deutungsschub herauslesen, mittels dessen sich das Publikum (das Volk, die Welt) des „Wertes“ der verstorbenen Persona – ihrer Stellung im semiotischen Universum der Stars – vergewissert, um dann anhand dieses Wertes die eigene Selbstvergewisserung voranzutreiben.

Besonders in den zahlreichen Vergleichen, mit denen man den Kern von Dianas Image zu konturieren versuchte, zeichnet sich die Art und Weise ab, in der die *economy of fame* mit semiotischen *valeurs* operiert. Analog zu Saussures Verständnis der sprachlichen Bedeutungsproduktion in einem System, das nur aus Differenzen „ohne positive Einzelglieder“ besteht, läßt sich die Bedeutung eines Stars offenbar niemals absolut bestimmen; vielmehr bedarf es dazu immer eines strukturierten Bezugssystems, innerhalb dessen sich der Wert eines Images, z.B. die semiotische Einheit „Diana“, durch Verhältnisse der Ähnlichkeit oder des Gegensatzes zu anderen definiert.³ Nirgends wird das deutlicher als im Abschiedssong von Elton John, der anlässlich des Todes einer Royal das Lied umdichtet, das er einstmals dem Inbegriff des Filmstars gewidmet hatte: Sein „Candle in the Wind“ verortet Diana in einem eigentümlichen Abfärbeprozess als Äquivalent zu Marilyn (der das Lied ursprünglich unter dem Titel „Goodbye, Norma Jean“ galt) und stilisiert sie zugleich zur nationalen Ikone. In den Print- und audiovisuellen Medien werden derartige Einordnungen schon durch die optischen Arrangements augenfällig, in denen etwa die historische Sissi und Romy als junge Kaiserin in signifikanten Posen mit Diana in ein sprechendes Layout gesetzt werden (*Das Goldene Blatt* v. 24.9.1997; vgl. aber auch *Die Zeit* v. 12.9.1997). Bildunterschriften und redaktionelle Kommentare tun ein übriges: von der „Grace Kelly der neunziger Jahre“ ist die Rede (*Der Spiegel* Nr. 37, 1997, S. 216), und auch geschlechterübergreifende Zuordnungen sind schnell zur Hand: „Diana reiht sich ein in die Folge jener mythischen Figuren, denen – wie Elvis – der Vorname genügt“ (*Die Zeit* v.

³ Ähnliche Überlegungen habe ich an einem anderen Beispiel zusammen mit Hans J. Wulff angestellt in v. Moltke/Wulff (1997) Trümmer-Diva. Hildegard Knf. In: *Idole des deutschen Films*. Hrsg. v. Thomas Koebner. München: Text + Kritik, S. 304-316.

5.9.1997). Nimmt man die immer wieder bemühten Vergleiche zu Jackie O. („Sie symbolisierte den Stil einer Epoche wie vor ihr nur Jackie Kennedy“, *Der Spiegel*, *ibid.*), zu Evita oder zu monegassischen Prinzessinnen mit Star-Status hinzu, so beginnen sich die Koordinaten einer Bedeutungsstruktur abzuzeichnen, in der Diana spätestens mit ihrem Tod einen zentralen Platz einnimmt. Hinsichtlich einer Semiotik der Starimages wären Elton Johns Zeilen also womöglich weniger metaphorisch zu nehmen, als sie aussehen: „Now you belong to heaven / And the stars spell out your name.“

Diese Bedeutungsstruktur darf nicht als purer semiotischer Formalismus, als strukturalistisches Gedankenspiel abgetan werden – denn in derartigen Zuweisungen von Bedeutung werden diskursive und gesellschaftliche Werte produziert, die über die bloße Kategorisierung dieser oder jener Star-Persona hinausgehen. Am deutlichsten wird diese Funktionalisierung des Images wohl in der vermeintlich von Diana verkörperten „Erneuerung“ der britischen Monarchie. War dieser Topos schon in den Auseinandersetzungen mit dem Königshaus zu Lebzeiten deutlich zu erkennen gewesen, so gewinnt die „populistische“ Dimension von Dianas Image mit ihrem Tod noch einmal an Brisanz: Ausgerechnet in der Westminster Abbey kann ihr Bruder die verstorbene Prinzessin in seiner Ansprache als „princess of the people“ für das Volk und gegen die Royals ins kollektive Gedächtnis rufen – und dafür noch wie der Star am Klavier, der „our nation’s golden child“ besingt, Beifall ernten. Doch auch weniger spezifische oder nationale Debatten wurden am Phänomen „Diana“ errichtet: So behaupteten Feuilletons und Philosophen etwa kulturkritisch, Diana, die meistfotografierte Frau der Welt, habe überhaupt nur virtuell (also als Medienimage) existiert; für Paul Virilio einmal mehr Anlaß zur Warnung vor der „Tyrannei der Bilder“, „optischer Globalisierung“ und dem Verlust an rationaler Diskursivität: „Sehen ist nicht dasselbe wie Wissen. Wissen, das ist der Diskurs, die Debatte, die Analyse“, und schon funktioniert Diana als Chiffre im Argument zur Rettung der Demokratie (*Der Spiegel*, Nr. 37, 1997, S. 220f). *Die Zeit* begreift den Imagecharakter der gestorbenen Prinzessin ähnlich als Abwendung vom rationalen Diskurs hin zum anti-aufklärerischen „Mythos als Ware“: „Bilder sind jedoch stärker als Worte, und sie war durch und durch Bild – Abbild, Vorbild, Inbild.“⁴ Unweigerlich richten sich diese und ähnliche kulturkritische Positionen auch gegen den Fotojournalismus als solchen und verfangen sich doch im gleichen Selbstwiderspruch wie die Illustrier-

⁴ Roger de Weck (1997) Mythos als Ware. Diana und die Gier nach einer Ersatz-Wirklichkeit. In: *Die Zeit* v. 5.9.1997).

ten, die auf opulent layouteten Bildseiten ihre Kritik am Paparazzo unterbringen. Denn im Einklagen rationaler Kommunikation übersieht eine derartige Kulturkritik den eigenen Beitrag zur Imagebildung: was sich als Reflexion aus gibt, ist gleichzeitig Quellenmaterial für die Imageanalyse.

Folglich muß diese im Einzelfall – das wäre als Minimalforderung an die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Stars zu formulieren – reflexiv mit der Konstruktion von Images als *diskursiven Größen* umgehen: Erst der kulturell und historisch spezifische Diskurs bildet, wie Stephen Lowry im einleitenden Artikel zu diesem Heft argumentiert, den Gesamtrahmen, in dem die partikulären Aspekte der Bedeutung eines Stars situiert werden und der den Zusammenhang zwischen einem Image und dessen Gebrauch durch das Publikum spezifizieren kann. Die Fülle der Redeweisen über Stars – vom Fandiskurs und der Zeitungsnotiz über die Kinowerbung und den biografischen Wälzer bis hin zur Kostenkalkulation in der Produktionsfirma und der filmischen Inszenierung selbst – legt nahe, daß sich über Stars sehr gut auch un-, vor- oder auch antitheoretisch sprechen läßt. Die Herausforderung an die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Stars besteht nun darin, Modelle zu finden, die diese unterschiedlichen Redeweisen miteinander vernetzen. Ohne die Heterogenität der Felder aufzuheben, in denen Darsteller zu Stars gemacht werden, hätten die *star studies* Zusammenhänge aufzuzeigen, den Star nicht als „Person“, sondern im angedeuteten Sinne als „Image“ zu begreifen – wengleich die Vermittlung einer authentischen Persönlichkeit, wie etwa Richard Dyer oder Christine Gledhill gezeigt haben, zum funktionalen Kern der meisten Starimages gehören dürfte.⁵

Mit unserem „call for papers“ hatten wir dazu angeregt, Stars in diesem Spannungsfeld von alltäglichen Redeweisen und theoretischer Reflexion zu beschreiben: Wie können Analysen von Starimages im Einzelfall aussehen, von welchen Voraussetzungen haben sie auszugehen und welche gesellschaftlichen Prozesse sind am historischen und zeitgenössischen Starwesen abzulesen? Auf diese Fragen erhielten wir weit mehr Antworten, als wir in diesem und dem nächsten Heft von *Montage/AV* (in welchem der Schwerpunkt fortgesetzt wird) abdrucken können. Der unerwartet große Rücklauf zeigt indes nicht nur die Aktualität des Themas, sondern auch die Vielfalt

⁵ Vgl. Richard Dyer (1991) *A STAR IS BORN and the Construction of Authenticity*. In: *Stardom. Industry of Desire*. Hrsg. v. Christine Gledhill. New York/London: Routledge, S. 132-140; Christine Gledhill (1994) *Zeichen des Melodrams*. In: *Und immer wieder geht die Sonne auf. Texte zum Melodramatischen im Film*. Hrsg. v. Christian Cargnelli & Michael Palm. Wien: PVS, S. 191-209.

der möglichen Zugriffe auf das Starwesen, welche nach wie vor die Formulierung verallgemeinernder, jenseits des Einzelfalls ansetzender Theorien oder gar Methoden erschwert. Ausgehend von dieser Prämisse schlägt Lowry in seinem Überblick über „Stars und Images“ dennoch einige Breschen in das wuchernde Feld der *star studies*. Um die sowohl soziologisch und ökonomisch als auch semiotisch und kulturell besetzbare Kategorie des Starimages gruppiert er die verschiedenen Aspekte, deren Zusammenwirken im gesellschaftlichen Diskurs erst das Starwesen erklären kann. Differenziert Lowry unter anderem zwischen inner- und außerfilmischer Imagebildung, so beschränkt sich Chris Holmlund in ihrem Blick auf die Analyse filmischer Charaktere zwar ausschließlich auf erstere, dennoch teilt sie mit Lowry im Ansatz das Bemühen, die Palette möglicher, je unterschiedlich theoretisch fundierter Zugriffe auf ein analytisches Problem zu sondieren. Wie Lowry plädiert sie dafür, die teils widersprüchlichen Ergebnisse verschiedener Fragestellungen und individueller Rezeptionsakte nicht durch einseitige theoretische Vorentscheidungen zu glätten, sondern vielmehr bereits im Ansatz für konkurrierende, auch widerstreitende Lesarten sensibel zu bleiben und deren Koexistenz nicht als zu lösendes Problem, sondern als zentrales Charakteristikum der Figurenkonstruktion und der „Identifikation“ mit Charakteren im Spielfilm zu werten.

Die weiteren Beiträge zum Schwerpunktthema widmen sich in Fallstudien einzelnen Starimages, anhand derer sie je unterschiedliche Fragestellungen verfolgen. Joseph Garncarz greift mit der Filmschauspielerin Claire Rommer, einem Star des Kinos der Weimarer Zeit, einen Fall auf, der exemplarisch gerade nicht für das kollektive Erinnern, sondern für das Vergessen von verstorbenen Stars steht. Trotz ihrer nachweisbaren Funktion als Star zu Lebzeiten ist Rommer heute kein „Begriff“ mehr, ihr Image mit keinem kulturellen Wert besetzt oder verknüpft – Anlaß für Garncarz nicht allein über die historische Relativität von Erfolg, sondern auch über die Kriterien und Kanonisierungsbestrebungen der Filmgeschichtsschreibung nachzudenken. Franz Bokel befaßt sich mit den *public relations* des Rennfahrers Hans Stuck und dessen Arbeit am eigenen Starimage im Nationalsozialismus, um zu zeigen, wie das vom Star und seiner Frau geführte „Unternehmen Stuck“ sowohl konforme als auch eigenständige Kommunikationsformen und Teilöffentlichkeiten ermöglichte. Susanne Weingarten schließlich betreibt Staranalyse am lebenden Körper, indem sie filmische Rollen und außerfilmisches Image von Demi Moore als Artikulation von zeitgenössischen Diskursen über Geschlecht und Körperlichkeit beschreibt.

Viele Fragen unseres „call for papers“ bleiben weiterhin offen: in diesem Heft findet sich noch nichts zur Vor- und Frühgeschichte des Starwesens, zu Aspekten seiner Ökonomie, zur Beziehung von den Fans zu ihren Stars. Lesen Sie also weiter im nächsten Heft der *Montage/AV*: Dort bringen wir unter anderem ein Interview mit Florence Lawrence aus dem Jahr 1910; Sabine Hake untersucht am Beispiel Heinz Rühmann die Inszenierung des „kleinen Mannes“; und Brian Currid verfolgt am allmählichen Zerfall der Film- und Chansonkarriere Zarah Leanders die Konstruktion einer Gegenöffentlichkeit der Erinnerung durch ihre schwulen Fans. Darüber hinaus regen wir alle interessierten Leserinnen und Leser an, die Lücken in unserer Auseinandersetzung mit Stars aufzuzeigen und zu füllen: Wir bilden uns nicht ein, die Debatte mit zwei Themenheften erschöpfend geführt zu haben und nehmen selbstverständlich auch weiterhin gerne Artikel zum Thema entgegen.

Frank Kesslers übersetzerischem Engagement schließlich ist es zu verdanken, daß die *Montage/AV* außerhalb des Themenschwerpunktes eine lange schon gehegte Absicht endlich verwirklichen und mit dem Text von Etienne Souriau das filmwissenschaftliche Projekt der französischen *Ecole de Filmologie* endlich auch einem deutschsprachigen Leserkreis vorstellen kann. Die dort geleistete filmwissenschaftliche Auseinandersetzung steht am Anfang der immer noch andauernden Institutionalisierung der Filmwissenschaft nicht nur in Frankreich.

Johannes von Moltke