

Jens Ruchatz

Katrin Keller: Der Star und seine Nutzer. Starkult und Identität in der Mediengesellschaft

2009

<https://doi.org/10.17192/ep2009.2.534>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Ruchatz, Jens: Katrin Keller: Der Star und seine Nutzer. Starkult und Identität in der Mediengesellschaft. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 26 (2009), Nr. 2, S. 141–142. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2009.2.534>.

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.

Katrin Keller: Der Star und seine Nutzer. Starkult und Identität in der Mediengesellschaft

Bielefeld: Transcript 2008 (Reihe Cultural Studies, Bd. 31), 304 S., ISBN 978-3-89942-916-9, € 29,80 (Zugl. Dissertation an der Philosophischen Fakultät der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster).

In der Beobachtung, dass die wissenschaftliche Beschäftigung mit Stars in Deutschland kein sonderlich gutes Bild abgibt, ist Katrin Keller (vgl. z.B. S.111f.) zweifellos beizupflichten. Oftmals beschränkt man sich auf Beschreibungen, die sich nur in der Rechartetiefe von populären Biografien unterscheiden, und vermeidet die drängenden theoretischen Fragen. Allerdings ist nicht einsichtig, warum sich Keller dann selbst fast ausschließlich auf eine deutschsprachige Literaturbasis bezieht. Zentrale Arbeiten wie die von Edgar Morin, Jackie Stacey und Richard deCordova zum Filmstar oder die Perspektiven von Graeme Turner und P. David Marshall auf die *celebrity culture*, um nur wenige zu nennen, werden nicht ausgewertet, obwohl diese für die gewählte Perspektive zielführend gewesen wären. Ja, selbst Richard Dyers bahnbrechende Arbeit, die über die Studie von Filmstars hinausweist, wird nur gestreift.

Will man diese Vernachlässigung der internationalen Forschung positiv umwerten, so kann man freilich erkennen, dass sich Keller um eine sehr eigene, originelle Perspektive bemüht, die sich eben nicht damit zufrieden gibt, Dyers Theoreme zu re-zitieren. Keller strebt eine allgemeine – medien- wie spartenübergreifende – Theorie des Stars an und hat sich damit eine große Aufgabe gestellt. Angelpunkt der Darstellung wird ihr dabei die Perspektive des Fans, der als „Star-Nutzer“ aus der Schmutzedecke geholt wird, denn die Teilnahme an populärer Kultur sei „Wahlpflichtveranstaltung“ (z.B. S.3), die selektive Bestimmung popkultureller Präferenzen also mehr oder minder für jeden unvermeidlich. Die Bezugnahme auf Stars – sei sie positiv, sei sie negativ – wird als Arbeit an der eigenen Identität aufgefasst, für die Stars entweder als „Hoffnungsträger“ (S.166ff.) oder als abschreckende Beispiele fungieren, die von den Nutzern als Entwicklungsperspektiven auf sich selbst bezogen werden. Insofern hier der Fokus auf der – selbstredend massenmedial – authentifizierten Privatperson des Stars liegt, konzentrieren sich die Überlegungen zum Star zurecht auf die als fundamental erkannte „Einheit der Differenz *Star-Star/Star-Mensch*“ (S.135), also die konstruierte Beziehung von öffentlicher und privater Person.

Dies ist freilich ebenso wenig bahnbrechend neu wie etwa die Ehrenrettung des Fans. Innovation findet sich eher in Nuancen, beispielsweise in der gleichberechtigten Behandlung auch negativer Bezugnahmen von Nutzern auf Stars. Kellers Leistung liegt ohnehin hauptsächlich darin, anschlussfähige Befunde aufzuspüren und in einem konsistenten theoretischen Rahmen zu reformulieren. Die innere Stringenz sichert hierbei die Medienkulturwissenschaft Siegfried J. Schmidts, der Kellers kommunikationswissenschaftliche Dissertation auch betreut hat. Die

medienkulturwissenschaftlichen Konzepte sind es dann auch, die den Band bis in den Jargon („sensu“ etc.) durchziehen. Der Nutzwert von Kellers Dissertation hängt auch nicht zuletzt davon ab, wie weit man diesen theoretischen Vorgaben folgen kann und will. Erfreulich ist in jedem Fall, dass auf diesem Weg eine Menge ontologisierender Ballast aus der Starforschung gekehrt wird, indem Keller die Starwerdung als reflexiven Prozess, als Etablierung der Differenz Star/Nutzer begreift.

Besonders im ausgehenden Kapitel, das Ansätze zu einer Typologie von Stars entwickelt, werden Defizite der Arbeit offensichtlich. Gerade wo ‚Spartenstars‘, also etwa Schauspieler-Stars und Musiker-Stars, in Hinblick auf die Differenz Star-Star/Star-Mensch verglichen werden, fehlt es an kulturgeschichtlichem Hintergrund. Um die Konstruktion der Persönlichkeit von Schauspielern zu beschreiben, wäre es hilfreich gewesen, mehr über die Inszenierung von Filmstars in Hollywood, aber auch über die Konzeption des Verhältnisses von Schauspieler und Rolle zu wissen, gerade weil in der Moderne allgemein, besonders aber im Film, Schauspiel als Entäußerung der Starpersönlichkeit aufgefasst wird. Auch die Frage der Mediendifferenz oder der Intermedialität der Imagebildung (gerade auch des Star-Images) bleibt leider, für eine kommunikationswissenschaftliche Arbeit vielleicht verständlich, größtenteils ausgeklammert.

Eine zeitweilig stärkere Konkretisierung an Exempeln hätte der Arbeit insgesamt gut tun können, ist allerdings für Kellers Aufgabenstellung nicht zwingend. Es bliebe also noch die Aufgabe, die Produktivität der vorgeschlagenen Systematik zu erproben, um diese gegebenenfalls weiter zu entwickeln. Der Verfasserin ist auf jeden Fall zu danken, dass sie sich die Aufgabe einer allgemeinen Startheorie einerseits ernstlich gestellt hat und andererseits eine erste Denkmöglichkeit angeboten hat. Die Ansprüche an die Starforschung sollten damit erheblich wachsen.

Jens Ruchatz (Erlangen)