

Jens Ruchatz

## Personenkult. Elemente einer Mediengeschichte des Stars

2001

<https://doi.org/10.25969/mediarep/12323>

Veröffentlichungsversion / published version

Sammelbandbeitrag / collection article

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Ruchatz, Jens: Personenkult. Elemente einer Mediengeschichte des Stars. In: Annette Keck, Nicolas Pethes (Hg.): *Mediale Anatomien. Menschenbilder als Medienprojektionen*. Bielefeld: transcript 2001, S. 331–349. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/12323>.

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Nicht kommerziell - Keine Bearbeitungen 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>

### Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution - Non Commercial - No Derivatives 3.0/ License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>

## Personenkult.

### Elemente einer Mediengeschichte des Stars

JENS RUCHATZ

#### I.

Gerade hat Rob, Ich-Erzähler in Nick Hornbys *High Fidelity* und leidenschaftlicher Musikliebhaber, mit Marie LaSalle, einer von ihm geschätzten amerikanischen Folksängerin, geschlafen. Sein Triumph steigert sich noch erheblich, als er erfährt, daß seine Eroberung nicht nur eine unbekannte Musikerin ohne Plattenvertrag ist, sondern früher mit einem bekannten Musiker liiert war:

»Sie spuckt den Namen eines ziemlich bekannten amerikanischen Singer-Songwriters aus, jemanden, von dem ihr vielleicht gehört haben werdet. »Das ist der, mit dem du die Patsy-Cline-Platten teilen mußtest?« Sie nickt und ich kann meine Begeisterung nicht verhehlen. »Ist ja toll!« – »Was, daß Du mit jemand geschlafen hast, der mit [...] geschlafen hat?« (Hier wiederholt sie den Namen des ziemlich bekannten Singer-Songwriters, den ich im folgenden Steve nennen werde.) Sie hat's erfaßt! Genau! Genau! Ich habe mit jemand geschlafen, der mit Steve geschlafen hat (Dieser Satz hört sich ohne den richtigen Namen blöd an. [...] Aber stellt euch einfach den Namen von jemand nicht *wahnsinnig* Berühmten, aber doch ziemlich Berühmten vor – Lyle Lovett zum Beispiel, obwohl ich aus rechtlichen Gründen darauf hinweisen sollte, daß er es nicht ist – und ihr habt eine ungefähre Vorstellung.) »Sei nicht blöd, Marie so ein Hohlkopf bin ich auch wieder nicht. Ich meine nur, es sei verblüffend, daß jemand der [...]« (hier nenne ich den Titel von Steves größtem Hit, einer tiefend sentimental und widerlich einfühlsamen Ballade) »geschrieben hat, so ein Dreckskerl sein soll.« [...] »Das Stück handelt von seiner Ex, verstehst Du, die vor mir. Ich kann dir sagen, es tat richtig gut, ihn das Nacht für Nacht singen zu hören.« Das hier ist klasse. Es ist genau so, wie ich es mir vorgestellt habe, mit jemandem zusammenzusein, der einen Plattenvertrag hat.«<sup>1</sup>

1. Nick Hornby: *High Fidelity*, München: Knauer 1998, S. 134–135.

In dieser kurzen Episode versammelt Hornby die wesentlichen Bestimmungsstücke, die das Phänomen ›Star‹ ausmachen. Zuerst kommt eine Person ins Spiel, die durch ihr Auftreten in der Öffentlichkeit prominent, zumindest semi-prominent geworden ist. Von dort aus wird ein Exkurs zu ihrer privaten Seite unternommen, im besonderen zu ihrem Liebesleben. Dabei fällt die Erkenntnis ab, daß die Existenz von Künstlern tatsächlich so verläuft, wie Rob es sich immer vorgestellt hat: als Einheit von Leben und Kunst, in der das Leben in die Lieder und die Lieder ins Leben umgeschrieben werden. So realisiert sich die Starverehrung in der Operation, beide Seiten – das öffentliche Erscheinungsbild und die Person ›dahinter‹ – als eine Einheit zusammenzudenken und die Nähe dieses Menschen zu suchen. Freilich hat Hornby die Komponenten des Starphänomens durcheinander gewirbelt: Der Kontakt wird hier nicht in einem institutionell vorgesehenen Rahmen, etwa einem Konzert oder in einer Autogrammstunde, zielgerichtet angestrebt, sondern als zufällige und im wahrsten Sinne des Wortes intime Berührung erst *ex-post-facto* konstruiert. Beispielhaft dagegen, daß ›Steve‹ auch in dieser überraschenden Situation – in Gestalt seiner Songs und seiner ehemaligen Geliebten – greifbar ist.

## II.

Die Filmwissenschaft tut sich schwer, eine Definition oder wenigstens Kriterien anzugeben, die den Star verlässlich kennzeichnen. Die inflationäre Verwendung des Etiketts ›Star‹ im populären Diskurs und im medialen Marketing wird ebensosehr beklagt, wie eine zu große Zurückhaltung in der wissenschaftlichen Forschung.<sup>2</sup> Überdies wird zu Bedenken gegeben, daß die Figur des ›Stars‹ in ihren diversen Ausprägungen so widersprüchlich sei, daß sie sich einer stringenten Begriffsbildung entziehe.<sup>3</sup> In dieser Hinsicht

2. Joseph Garncarz: »Die Schauspielerin wird Star. Ingrid Bergmann – eine öffentliche Kunstfigur«, in: Renate Möhrmann (Hg.), *Die Schauspielerin. Zur Kulturgeschichte der weiblichen Bühnenkunst*, Frankfurt/Main: Insel 1989, S. 321–344, hier S. 323.

3. Vgl. Stephen Lowry: »Stars und Images. Theoretische Perspektiven auf Filmstars«, in: *Montage/av* 6 (1997), Nr. 2, S. 10–35, hier S. 10: »Versucht man z. B., die konkreten Merkmale und Eigenschaften der Stars zu erfassen, um dadurch zu erklären, was den Star zum Star macht, verheddert man sich sehr schnell in Widersprüchen. Für jedes Beispiel scheint ein Gegenbeispiel zu existieren, die Varianten des Starphänomens sind fast unendlich.«

unterscheidet sich der ›Star‹ nicht von anderen Begriffen, die aus der Alltagssprache in die Wissenschaft eingewandert sind. Auch im alltäglichen Gebrauch wird mit jedem ›entdeckten‹ Star der Begriff aufs neue konkretisiert und somit implizit, wenn nicht explizit, die Reichweite des Begriffs diskutiert. Will die Wissenschaft diese Begriffsoffenheit nachvollziehen, dann gerät sie in Schwierigkeiten, ihren Gegenstand trennscharf abzugrenzen.

In diesem Rahmen möchte ich eine operative Definition vorschlagen, die den Kriterien folgt, die ich bisher unter der Hand benutzt habe: *Als Star bezeichne ich eine Person, die durch ihre öffentliche Darstellung, ihre Erfüllung einer performativen Rolle, bei einem großen Publikum ein übergreifendes Interesse an ihr als ›Mensch‹ – und das heißt vor allem: an ihrer Privatexistenz – weckt.* Demnach spielen bei solchen Kultpersonen drei Elemente zusammen: Öffentliches, ›Privates‹ und schließlich deren Integration. Es gilt allerdings zu berücksichtigen, daß die Unterscheidung öffentlich/privat erst in der kommunikativen Behandlung erzeugt wird. Insofern – unbeschadet seines ›realen‹ Privatlebens – als private Seite des Stars nur gelten kann, was für das Publikum, also öffentlich, verfügbar ist, wird die Differenz privat/öffentlich ins Öffentliche eingeführt und dort ständig neu prozessiert: Die öffentliche Person des Stars setzt sich also aus öffentlichen und privaten Komponenten zusammen.<sup>4</sup> Gleichgültig, ob es sich um die private oder öffentliche Seite der Person des Stars handelt: greifbar sind beide nur in Form von Zeichen, als ›Image‹, um den zentralen Ausdruck der Startheorie einzuführen.<sup>5</sup> Das Image beispielsweise eines Filmstars ergibt sich aus der Verbindung einer innerfilmischen mit einer außerfilmischen Komponente. Entscheidend ist hier zunächst nicht, *wie* die Frage »Wie ist der Star wirklich?« beantwortet wird, sondern *daß* sie sich überhaupt stellt. Die Startheorie hat den Sachverhalt, daß im Star die öffentliche und die private Person zusammentreffen, häufig angeführt, das, was den Star ausmacht, aber vorwiegend in seiner öffentlichen Erscheinungsweise festgemacht. Mir scheint es jedoch angebracht, den Star über die *Differenz* öffentlich/privat zu konsti-

4. Vgl. Lorenz Engell: *bewegen beschreiben. Theorie zur Filmgeschichte*, Weimar: vdg 1995, S. 307: »Der springende Punkt für die systemgenetische Perspektive ist hierbei wiederum nicht die Gemachtheit des öffentlichen Erscheinungsbildes, sondern seine Differenz zum Rollenbild. Diese Differenz wird laufend reproduziert und mit ihr die Differenz des Filmsystems zur sozialen Umwelt mit den in ihr enthaltenen Systemen insgesamt.«

5. Grundlegend zum Begriff Image Richard Dyer: *Stars*, erweiterte Aufl. London: bfi 1998; S. Lowry, »Stars und Images« (Anm. 3), S. 14–20.

tuieren, deren Einheit den Star nicht nur über seine öffentlichen Rollen, sondern übergreifend als Menschen perspektiviert.

Auf die Festlegung einer quantitativen Schwelle für Startum soll hier bewußt verzichtet werden. Wie groß der Personenkreis der Fans sein muß, wie lange die Berühmtheit anhalten muß, damit eine Person als Star gilt, unterliegt ohnehin historischem Wandel. Differenzierungen wie ›Superstar‹, ›Megastar‹ oder ›Legende‹ zeigen, daß der Starbegriff seinen Geltungsbereich heute so weit ausgedehnt hat, daß die ehemals elitäre Gruppe nur noch in Binnendifferenzierung aufrecht erhalten werden kann. Der Zweck einer nüchternen strukturellen Definition des Stars liegt darin, zunächst einmal zu entdifferenzieren. Nimmt man lediglich die beschriebene Struktur als Kriterium, dann fällt beispielsweise die Beschränkung des Stars auf bestimmte Medien: Filmschauspieler, Rocksänger, Sportler oder Fernseh-WG-Bewohner können genauso als Stars betrachtet werden wie Filmregisseure oder Schriftsteller. Auch Politiker, der Papst und Residuen des Hochadels könnten hier angefügt werden. Es wäre möglich, den Starbegriff gegenüber dem Personenkult insgesamt etwas zu schärfen, indem man ihn auf *performers*, also im Unterhaltungsbereich tätige Personen beschränkt. Performative Elemente lassen sich aber auch außerhalb des eng definierten *entertainment* finden: Politiker und der Papst verstehen es hervorragend, durch entsprechende Inszenierung auf sich aufmerksam zu machen. Allen für Stars in Frage kommenden Professionen ist gemeinsam, daß ihre Ausübung im besonderen als Ausdruck der individuellen Persönlichkeit angesehen wird, die Grenze zwischen den Persönlichkeitssphären somit durchlässiger ist. Weitet man den Gegenstandsbereich konsequent, dann beschränkt sich das Starphänomen auch nicht mehr auf die Populärkultur: Maler wie van Gogh, Picasso oder Warhol, Komponisten wie Mozart und Beethoven, Schriftsteller wie Goethe oder Hemingway werden heute durch die Brille ihrer Persönlichkeit – der Einheit von Leben und Werk – betrachtet. Ein Gegenstück zu den populärkulturellen Fanpraktiken bildet die gepflegte Künstlerbiographik.

Zwar mag die zugrundegelegte Definition einerseits nicht alle Personen einschließen, die als ›Stars‹ bezeichnet worden sind, andererseits Personenkreise erfassen, die gemeinhin nicht als Stars gelten, doch insgesamt dürfte sie eine relativ hohe Übereinstimmung mit dem überlieferten Sprachgebrauch ergeben. Vor allem formuliert die angebotene Bestimmung ein klar konturiertes Bezugsproblem: Das Interesse zielt auf den Star als diskursiv-mediale Figur, die den Zusammenhang von öffentlichem und privaten Dasein bearbeitet. Als Integration des Öffentlichen und des Privaten stellt der Star eine mediale Figuration von personaler Identität dar.

Auch wenn die Verehrung der Fans jeweils auf einen unverwechselbaren Star zielt und nicht auf den Star schlechthin, so aktualisiert doch jede dieser Personen auf ihre individuelle Weise dieselbe Struktureinheit. Paradigmatisch ist das Starphänomen, insofern sein Bezugsproblem, sich zwischen öffentlichen und privaten Rollen eine Identität auszubilden, nicht allein den Star, sondern generell die Mitglieder moderner Gesellschaften betrifft. Sich für Stars zu interessieren bedeutet in den Worten des prominenten Startheoretikers Richard Dyer, danach zu fragen »how we are human now. We're fascinated by stars because they enact ways of making sense of the experience of being a person in a particular kind of social production (capitalism), with its particular organisation of life into public and private spheres.«<sup>6</sup> Um sich als Lösungsangebot für ein derart irdisches Problem anzudienen, sind die ›göttlichen‹ Stars als Ebenbilder des Menschen geschaffen; als Vorbilder vermögen sie dann umgekehrt, ihn nach ihrem Modell neu zu schaffen.

### III.

Stars sind intermediale Gebilde, denn um ihre unterschiedlichen Facetten aufzubauen, sind sie in aller Regel auf mehrere Medien angewiesen. So wie sich die Starfigur in zwei Bestandteile gliedert, lassen sich auch zwei Gruppen von ›Kanälen‹ unterscheiden, über die diese dem Publikum zugänglich werden. Die Auftrittsorte, in denen der Star erst seine Popularität gewinnt, möchte ich *Medien der Aufmerksamkeit* nennen; *Medien des Privaten* heißen dagegen die Medien, die das Interesse am Menschlichen bedienen.<sup>7</sup> Dabei muß es sich – technisch betrachtet – nicht um unterschiedliche Medien handeln. Im besonderen das Fernsehen hat derart diversifizierte Programmformen entwickelt, daß es zugleich Beachtung zu wecken und hinter die – Beachtung weckenden – Rollen zu blicken weiß.

Was Stars vor allen anderen Personen auszeichnet, ist in

6. Richard Dyer: *Heavenly Bodies. Film Stars and Society*, London: bfi 1986, S. 17.

7. Aus heuristischen Gründen wird hier ein sehr weit gefaßter Medienbegriff zugrunde gelegt, der sämtliche ›Orte‹ umfaßt, an denen Stars öffentlich inszeniert und konstruiert werden: Er faßt neben Theater, Film und Fernsehen als Medien der Aufmerksamkeit etwa auch das Live-Konzert, das Sportereignis oder das künstlerische ›Werk‹, als Medien des Privaten neben Publikationsorten wie Klatschzeitschriften, dem Poster und wiederum dem Fernsehen aber auch das Autogramm und das Interview.

erster Linie ihre Prominenz oder anders formuliert: ihre Fähigkeit, Aufmerksamkeit zu bündeln. Jemanden oder etwas mit Aufmerksamkeit zu bedenken, bedeutet auszuwählen, aus der Welt möglicher Gegenstände jeweils aktuelle auszuschneiden. Aufmerksamkeit ist eine knappe Ressource, die der einzelne außerhalb der alltäglich-lebensweltlichen Vollzüge nur hochselektiv spenden kann. Über zweckgerichtete Interaktionen hinaus finden nur wenige Personen tiefere und längerfristige Beachtung, affektiv reguliert entweder durch Liebe und Freundschaft oder aber durch ihre Kehrseite, den Haß. Stars werden solche Emotionen entgegengebracht werden, ohne daß sie in reale Interaktion mit ihrem Publikum treten.

Das Interesse an einer solchen Person kann – wie im Fall der europäischen Königshäuser – vorwiegend durch die von ihr bekleidete, herausgehobene Position geweckt werden. Im allgemeinen zeichnen sich Stars jedoch durch bestimmte persönliche Eigenschaften aus, über die ihr Publikum nicht verfügt: Claudia Schiffer gilt als außergewöhnlich schön; Maradona spielte begnadet Fußball; Michael Jackson vereint auf bemerkenswerte Weise die Talente, Hits zu komponieren und auf der Bühne zu inszenieren. Grundsätzlich sind es nur wenige Tätigkeitsbereiche, die die meiste personale Aufmerksamkeit abziehen: vorrangig Film, Fernsehen, Musik und Sport, in geringerem Umfang Politik und Wissenschaft. Nicht jede außergewöhnliche Fähigkeit wird damit rechnen können, besondere Aufmerksamkeit zu erregen: Ein Fußballspieler, Boxer oder Formel1-Rennfahrer hat größere Chancen, beachtet zu werden, als ein Turmspringer oder eine Ruderin. Solche Vorselektion wird im besonderen durch Medien geleistet: Nur was sie in entsprechendem Umfang und an den entsprechenden Stellen vermitteln, kann überhaupt Aufmerksamkeit erregen. Medien akkumulieren Aufmerksamkeit und können diese zur Verfügung stellen (etwa Werbezeit verkaufen).<sup>8</sup> Stars profitieren davon, daß den Medien, in denen sie sich der Öffentlichkeit vorstellen, schon eine gewisse Aufmerksamkeit entgegen gebracht wird. Andererseits verhelfen Stars, insofern sie selbst Aufmerksamkeit ansammeln, den Medienprodukten, denen sie ihre Person zur Verfügung stellen, zur Beachtung.

Aus kulturkritischer Perspektive ist die Funktion der Medien, Aufmerksamkeit zu bündeln und auszurichten, zum Ausgangspunkt heftiger Kritik geworden. In seinem Pamphlet *Das Image* klagt Daniel Boorstin, seines Zeichens Direktor der Library of Congress und Hüter des Buchzeitalters, bereits 1961, daß wir seit der »graphischen

8. Vgl. Georg Franck: *Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf*, München: Hanser 1998, S. 147–157.

Revolution« – der Einführung der Schnellpresse und den nachfolgenden medialen Neuerungen – mit einer Flut von Pseudoereignissen konfrontiert würden, die allein um der Medien willen produziert werden. Im Gegensatz zu den ›Helden‹ vergangener Tage zeichneten sich die aktuellen ›Berühmtheiten‹ – in Boorstins Diktion »menschliche Pseudo-Ereignisse« – nicht mehr durch herausragende Leistung aus, sondern lediglich durch mediale Präsenz, durch das simple Faktum der Prominenz selbst. Vor dem Hintergrund medial produzierter Berühmtheit gelänge es auch tatsächlich ruhmwürdigen Heldentaten nicht mehr, soziale Leitbilder aufzubauen. Als Konsequenz folge daraus, daß »[d]ie Berühmtheit [...] gewöhnlich keineswegs größer [ist], als es eine geschickt inszenierte Version von uns selbst wäre.«<sup>9</sup>

Ein Fernsehereignis wie *Big Brother* scheint eine solche These deutlicher denn je zu bestätigen: Anscheinend reicht es aus, über eine ausreichend lange Zeit regelmäßig auf dem Bildschirm zu erscheinen, um zumindest vorübergehend berühmt zu werden. Ein zweiter Blick offenbart dagegen, daß es keineswegs völlig beliebig ist, wer auf dem Bildschirm zu sehen ist. Nicht umsonst wurden die Kandidaten für die Fernseh-WG gezielt zusammengestellt, und nicht alle ihre Bewohner erreichten dieselbe Popularität. Zwar werden Stars produziert, d.h. Images strategisch aufgebaut,<sup>10</sup> doch der Erfolg bemißt sich nach wie vor an der Akzeptanz beim Publikum, die durch die Produktion nicht garantiert werden kann. Nicht jedes Angebot an potentiellen Stars wird auch vom Publikum nachgefragt. Und so gerät man in der Erforschung konkreter Stars immer wieder in Erklärungsnot, an denen die ominösen Konzepte des Stardiskurses, die in der Persönlichkeit des Stars selbst sogenannten Starqualitäten – das gewisse ›Etwas‹, ›Charisma‹ oder ›Ausstrahlung‹ – lokalisieren, plötzlich eine erstaunliche Plausibilität gewinnen.<sup>11</sup>

9. Daniel J. Boorstin: *Das Image. Der Amerikanische Traum*, Reinbek: Rowohlt 1987, S. 113. In einer Inhaltsanalyse populärer Biographien zwischen 1900 und 1941 beschreibt Leo Löwenthal eine signifikante Verschiebung von den »Idolen der Produktion« zu den »Idolen des Konsums«, von den Helden aus Industrie und Wissenschaft zu den Helden der Unterhaltung und des Sports; vgl. Leo Löwenthal: »Der Triumph der Massenidole« (1944), in: ders., *Schriften*, Bd. 1, Frankfurt/Main: Suhrkamp 1980, S. 258–300, hier S. 260–272.

10. Vgl. hierzu den klassischen Aufsatz von Thomas Harris: »The Building of Popular Images« (1957), in: Christine Gledhill (Hg.), *Stardom. Industries of Desire*, London: Routledge 1991, S. 40–44.

11. Vgl. S. Lowry: »Stars und Images« (Anm. 3), S. 10–11: »Will man universelle Qualitäten von Stars definieren, landet man schnell bei schwammigen diffizi-



## IV.

Die Binsenweisheit, daß auch die private Seite des Stars – seine Existenz außerhalb des Mediums der Aufmerksamkeit – nicht unvermittelt zugänglich ist, ist bereits ausgeführt worden. Um öffentlich zu werden, ist auch die private, jenseits der Beachtung erweckenden Rollen lokalisierte Seite der Person auf Beobachtungsinstanzen, Beschreibungsmodi und Kommunikationskanäle angewiesen. Zu den Medien der Aufmerksamkeit treten *Medien des Privaten*. Um den Eindruck zu erwecken, daß man dem Idol dennoch direkt begegne, sich ihm zumindest annähere, stehen Kunstgriffe zur Verfügung, die Inszenierung und Medialität der Privatperson überspielen. In Fotografien werden beispielweise untrügliche Zeichen des Privaten eingeschmuggelt: Familienmitglieder, Haustiere, die individuelle Wohnungseinrichtung, aber auch ein legerer, häuslicher Kleidungsstil und unauffälliges, ›natürliches‹ Make-up. Unverzichtbar ist auch, den Star selbst zu Wort kommen zu lassen: durch stereotypisierte *personality*-Fragebögen, Zitate oder ganze Interviews. Gerade die Form des Interviews inszeniert eine direkte Begegnung mit dem Star als Menschen, in der lediglich der Interviewer als personaler Stellvertreter des Lesers oder Zuschauers interveniert.<sup>12</sup> Die Autobiographie genießt zwar einen gewissen Unmittelbarkeitsbonus (Franz Beckenbauer: *Ich, wie es wirklich war*), möglicherweise erfährt man aber mehr aus der von einem anderen Autor verfaßten Skandalbiographie.<sup>13</sup> Der Diskurs über Stars ist damit stärker an bestimmte Darstellungsformen als an bestimmte Verbreitungsmedien gebunden. Die benutzten Kommunikationswege reichen von Fanclubnewsletters über Klatschzeitschriften, Fernseh-Talkrunden bis hin zum informell verbreiteten Gerücht.

Zu diesen Informationsmedien, die Nähe zum Star durch intimes Wissen herstellen, treten *fetischistische Medien*, Medien der simulierten *Berührung*, der magischen Aneignung. Zum einen kann

len Begriffen wie ›Ausstrahlung‹, ›Präsenz‹, ›Charisma‹, ›Starqualität‹ und ›Persönlichkeit‹, die zwar auf zentrale Momente des Starphänomens hinweisen, die aber in der wissenschaftlichen Annäherung eher Probleme schaffen als Lösungen ermöglichen.«

12. Zum Interview als inszenierter Intimität vgl. ausführlicher Jens Ruchatz: »Rohmer par Rohmer. Oder: Wie konstruiert sich ein Autor?«, in: Uta Felten/Volker Roloff (Hg.), *Rohmer intermedial*, Tübingen: Stauffenburg 2001, S. 217–235.

13. Informationsquellen, die nicht die professionelle Maschinerie der Selbstinszenierung durchlaufen, verfügen über einen besonderen Authentizitätsbonus: aber auch hier sind rhetorische Muster etabliert, z. B. die Inszenierung von Wissen als Geheimnis oder die Paparazzi-Fotografien, deren Echtheit sich in Unschärfe ausdrückt.

es sich hierbei um alle erdenklichen Objekte handeln, die irgendwie in Kontakt mit dem Star gestanden haben, und gelegentlich zu wohl-tätigen Zwecken oder posthum auf Nachlaßauktionen versteigert werden: Haarlocken, Kleider oder private Korrespondenz.<sup>14</sup> Im allgemeinen wird der Bedarf an Kontakt in zwei standardisierten Formen befriedigt: Fotografien und Autogramme, oft kombiniert zur Autogrammkarte. Was diese beiden Vermittler als Kontaktformen privilegiert, ist daß sie als Spuren, als Index-Zeichen im Peirce-schen Sinne angesehen werden: Sowohl die Fotografie als auch das Autogramm setzen voraus, daß die Person des Stars als Referent existiert. Es ist allgemein bekannt, daß eine Fotografie die körperliche Anwesenheit des Fotografierten erfordert, die sich vermittelt durch das Licht, aber nicht durch subjektive Eingriffe einer intervenierenden Person in die chemische Schicht einzeichnet.<sup>15</sup> Daß sie den Star nur technisch vermittelt berührt, kompensiert die Fotografie durch ihren Informationsreichtum – idealiter im lebensgroßen Plakat. Das Autogramm ist unter diesen Gesichtspunkten das genaue Gegenteil der Fotografie: Es ist unmittelbar aus einer Geste des Stars entstanden, dafür aber – es sei denn, man ist Graphologe – relativ informationsarm. Insofern komplementieren Bild und Unterschrift einander ideal. Mit dem Namen des Stars und dem Bild seines Gesichts treffen hier überdies die wesentlichen Kennzeichen zusammen, die eine Person in den unterschiedlichsten Zusammenhängen, in denen sie erscheint, identifizierbar machen.

Die Unterscheidung von Medien der Aufmerksamkeit und des Privaten ist freilich nicht trennscharf. Die öffentlichen Erscheinungen des Stars gewinnen Interesse nicht zuletzt dadurch, daß auch sie Aufschluß über den Menschen zu geben versprechen. Oft genug wird von einer Durchdringung des Öffentlichen und Privaten ausgegangen: Der Star spielt sich selbst, ein Roman weist autobiographische Züge auf, ein Rockmusiker offenbart sich in seinen Auftritten. Die Handlungen und Gesten der Person werden zu verräterischen Indizien ihrer Individualität. Andererseits tragen die Medien des Privaten erheblich zur Popularität eines Stars bei, so beispielsweise bei Lady Di und Lothar Matthäus. Aufgrund seiner privaten Existenz allein wird aber kaum jemand bleibendes öffentliches Interesse erwecken.<sup>16</sup>

14. Vgl. Edgar Morin: *Les stars*, Paris: Seuil 1972, S. 83–86.

15. Vgl. stellvertretend Philippe Dubois: *Der fotografische Akt. Versuch über ein theoretisches Dispositiv*, Amsterdam/Dresden: Verlag der Kunst 1998.

16. Daß ohne öffentliche Rolle das Interesse des Publikums schnell er stirbt, belegen beispielsweise die Gäste in den Nachmittags-Talkshows.

## V.

Um sich Aufschluß über die soziale Funktion des Phänomens Star zu verschaffen, liegt es nahe, die historischen Bedingungen zu untersuchen, unter denen es zuerst auftritt. Dagegen stehen Versuche, die den modernen Star als Konkretisierung einer überhistorischen Konstante ausweisen, sei es als charismatische Führerfigur im Sinne Max Webers, sei es als Fortsetzung religiöser Personenkulte.<sup>17</sup> Die These vom quasi-religiösen Charakter der Starverehrung beruft sich zunächst auf die Begrifflichkeit der Stardiskurse: Die Rede ist von den Göttlichen, den Diven, von Charisma, von unsterblichem Ruhm, von Legenden, vom Starkult. Diese Metaphorik wird zuweilen als Symptom einer strukturellen Beziehung gedeutet. Wenn Menschen zu Stars aufsteigen, dann bedeutet dies Edgar Morin zufolge, daß sie durch einen Vorgang der Divinisierung in die mythische Sphäre eingehen. Vergleichbar den antiken Heroen seien Stars Halbgötter, sowohl den Menschen als auch den Göttern ähnlich. Bei Stars wie Göttern handele es sich letzten Endes um Leerstellen, die erst durch die Liebe ihrer Anhänger mit Inhalt gefüllt würden. Das wesentliche Fundament der ›Religion‹ der Stars bestünde mithin in dem zumindest von einem Teil der Menschen gepflegten Starkult.<sup>18</sup> Ein verwandter Vorschlag diskutiert den Star als säkularisierte Form der Heiligenverehrung. Der Heilige wie das moderne Idol sind ausgezeichnet unter den Menschen, daher Leit- und Vorbilder für die übrigen Menschen, Gegenstand von Legendenbildung, Objekt einer kultischen Verehrung, die sich häufig um ›Reliquien‹ kristallisiert.<sup>19</sup>

Auch wenn sich solche Analogisierungen aufdrängen, bleibt zu fragen, ob sie zur Erklärung des modernen Phänomens Star substantiell beitragen können. Um den Star als historisch spezifische Figur abzugrenzen, bietet es sich an, noch einmal zur Definition des Stars zurückzukehren. Dann sieht man, daß die Analogisierung zu religiösen Personenkulten zwar das konstitutive Moment der Ent-

17. Für die erste Variante Peter Ludes: »Aufstieg und Niedergang von Stars als Teilprozeß der Menschheitsentwicklung«, in: Werner Faulstich/Helmut Korte (Hg.), *Der Star. Geschichte – Rezeption – Bedeutung*, München: Fink 1997, S. 78–98; zur zweiten Variante E. Morin: *Les stars* (Anm. 14).

18. Vgl. E. Morin: *Les stars* (Anm. 14), vor allem S. 8, S. 38f. u. S. 95–97.

19. Vgl. Walter Kerber (Hg.): *Personenkult und Heiligenverehrung*, München: Kindt 1997, darin als kritische Auseinandersetzung vor allem den Beitrag von Gottfried Korff: »Personenkult und Kultpersonen. Bemerkungen zur profanen ›Heiligenverehrung‹ im 20. Jahrhundert«, S. 157–211, im besonderen S. 173–177, S. 193–201.

rückung trifft, dabei aber mit der Differenz der öffentlichen gegenüber der Privatperson das komplementäre Bestimmungsstück unterschlägt. Die Differenz einer öffentlichen und privaten Person ist sowohl für die Figur des Heiligen als auch für die des antiken Heros belanglos. Die Affinität zum Göttlichen, die Heroen wie Heilige vor den anderen Menschen auszeichnen, ist extern begründet: Die antiken Halbgötter werden der Vereinigung von Göttern und Menschen zugeschrieben; die Heiligen beziehen all ihr Charisma von Gott. Die Verehrung dieser Personen bezieht sich daher auch auf ihre Vermittlerfunktion zur göttlichen Sphäre. In den Erzählungen über diese Personen spielen zwar ›private‹ Begebenheiten eine Rolle, nur sind diese nicht von der öffentlichen Person unterschieden. Der Star verdankt seine Ausgezeichnetheit hingegen der ureigenen Individualität, die in der Differenz von öffentlicher und privater Existenz konstruiert wird. Seine Position gewinnt er freilich erst durch das Votum der Verehrer, deren Liebe aber auf seine Persönlichkeit selbst und nichts anderes zielt. Nach Stars wird man also erst suchen dürfen, wenn die sozialen Bedingungen und Medien vorhanden sind, um die Differenz von öffentlicher und privater Existenz zu formulieren.

## VI.

Die neuere Filmhistoriographie datiert das erste Auftreten von Stars ziemlich einhellig im Theater des 19. Jahrhunderts. Hier wird der Begriff auch erstmals in Zusammenhang mit Schauspielern verwendet. Das amerikanische Theaterwesen bildete schon im 19. Jahrhundert eine Art Starsystem aus, in dem herausragende Schauspieler, die auf Tournee geschickt wurden, zum Fokus der ganzen Inszenierung, im besonderen aber der Werbung wurden.<sup>20</sup> Die Rolle des Stars auf dem Theater beschränkte sich freilich nicht auf die ökonomische Organisation. Mitte des 19. Jahrhunderts treten Theater-schauspieler zunehmend als Individuen in die Öffentlichkeit. Richard Sennett hat beschrieben, wie die adäquate Verkörperung der Rolle zunehmend hinter die Darbietung der eigenen Persönlichkeit zurücktritt. Im französischen Melodrama der 1830er und 1840er Jahre fingen einige Schauspieler an, vor dem Hintergrund der tradierten Rollentypen ihre eigene Persönlichkeit zu mimen: »Wenn eine Marie Dorval oder ein Frédérick Lemaître ein solche Standard-

<sup>20</sup> Vgl. ausführlich Benjamin McArthur: *Actors and American Culture, 1880–1920*, Philadelphia: Temple UP 1984, S. 3–16.

rolle spielten, dann diene ihnen der Text als Mittel, um, wie die Presse nicht müde wurde zu wiederholen, ihre eigene ›unvergleichliche Persönlichkeit‹ zum Ausdruck zu bringen.«<sup>21</sup> Individualität ergibt sich folglich in Abweichung zum vorgeschriebenen Text und zu den Konventionen des Melodrams. Die Leistung des Star-Schauspielers besteht nicht mehr darin, sich zugunsten der Rolle zu verstellen, sondern seine ›authentische‹ Individualität in sie hinein zu verlegen und auszustellen: »[D]er Künstler«, so Sennett, »lenkt die Aufmerksamkeit vom Text auf sich selbst.«<sup>22</sup> Ihre folgerichtige Ergänzung findet diese Tendenz gegen Ende des 19. Jahrhunderts, als das Publikum die Ekstase der Individualität nicht nur auf der Bühne nachvollzieht, sondern bei den Theaterdiven Sarah Bernhardt und Eleonora Duse bis ins Privatleben weiter verfolgt.<sup>23</sup> Das neue Moment, das in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts zur Verehrung herausragender Schauspieler hinzutritt, ist die Vereinnahmung der gesamten Person. Das Publikum konsumiert und beansprucht als Einheit einer individualisierten Bühnenkunst und des veröffentlichten Privatlebens den ›ganzen Menschen‹.

Während die primäre Aufmerksamkeit noch nicht medial vermittelt wird, haben sich die wesentlichen Kommunikationsforen des Privaten bereits entwickelt. Während sich das Individuelle an institutionalisierten Orten – primär dem Theater – in öffentlicher Zurschaustellung entäußern kann, ist mit der Sensationspresse bereits ein Medium aufgetreten, das seinen Blick auf das eigentlich entzogene Privatleben richtet. So war die intime Rückzugssphäre, bereits während sie sich etablierte, zum gefährdeten Ort geworden, der unter Beobachtung stand<sup>24</sup> – oder aber im Falle des Stars zu einer Verlängerung der Bühne. Fanartikel für Schauspieler stellen

21. Richard Sennett: *Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität*, Frankfurt/Main: Fischer 1986, S. 262.

22. Ebd., S. 283. Analog zu den Schauspielern führt Sennett, ebd., S. 258, das Beispiel des Violinvirtuosen Paganini auf.

23. Vgl. ebd., S. 272; Claudia Balk: *Theatergöttinnen. Inszenierte Weiblichkeit. Clara Ziegler – Sarah Bernhardt – Eleonora Duse*, Basel, Frankfurt/Main: Stroemfeld/Roter Stern 1994. Zu einem deutschen Exemplar eines solchen Theaterstars, Josef Kainz, vgl. Knut Hickethier: »Vom Theaterstar zum Filmstar. Merkmale des Starwesens um die Wende vom neunzehnten zum zwanzigsten Jahrhundert«, in: W. Faulstich/H. Korte, *Der Star* (Anm. 17), S. 29–47, hier S. 33–42.

24. Michelle Perrot: »Vorbemerkung«, in: dies. (Hg.), *Geschichte des privaten Lebens*, Bd. 4: *Von der Revolution zum Großen Krieg*, Frankfurt/Main: Fischer 1992, S. 421–423.

beileibe keine Erfindung des 19. Jahrhunderts dar.<sup>25</sup> Doch erst mit der Etablierung der Fotografie kommen massenhaft produzierte Fetischbilder auf den Markt. Das Lichtbild erlaubte es, ein authentisches Porträt zu erwerben, das weniger als Arbeit eines darstellenden Künstlers denn als ›Selbstdarstellung‹ der abgebildeten Person gewertet werden kann. Nach einem solchen Modus, ikonisch über die bewunderten Personen zu verfügen, bestand eine große Nachfrage. Fotografische Schauspielerporträts wurden gesammelt und zu regelrechten Stargalerien zusammengestellt.<sup>26</sup>

Insofern Schauspieler unmediatisiert vor ihrem Publikum auftreten, scheinen sie besonders dazu prädestiniert, als ›echte‹ Menschen angesehen zu werden. Als Konsequenz des romantischen Geniekults ist die Verehrung des Künstlerindividuums allerdings auf alle Künste ausgedehnt worden. Die Verehrung des Künstlers als außerordentlichem Individuum äußert sich in Biographien, die das Werk auch längst verstorbener Figuren wie Rembrandt, Michelangelo oder Shakespeare als Entäußerung der Persönlichkeit deuten. Der Kult um den Künstler vertieft sich in seine Biographie, um darin die Schrift der Persönlichkeit zu entdecken, und umgekehrt in der Kunst die Schrift des Lebens. Künstler sind nicht mehr alleine Adressen, unter denen Werke oder Texte zusammengefaßt werden, sondern die Einheit, innerhalb deren Biographie diese Werke überhaupt erst Sinn machen. Vielfach wird das Leben zum eigentlichen Gesamtkunstwerk stilisiert, daß die Großen dieser Welt hinterlassen haben.<sup>27</sup>

Die Entstehung des modernen Stars markiert in der bürgerlichen Gesellschaft des 19. Jahrhunderts einen konkreten sozialhistorischen Ort. Diese Figur reagiert auf eine konkrete Ausformung des Sozialen, in der das Private und das Öffentliche einander gegenüber gestellt werden. Wesentlicher Faktor dieser Situation sind Industrialisierung und Urbanisierung sowie die durch sie herbeigeführte

25. Vgl. Heinz K. u. Bridget Henisch: *The Photographic Experience 1839–1914. Images and Attitudes*, University Park: Pennsylvania State UP 1994, S. 245. Bereits im frühen 18. Jahrhundert wurden Schauspieler mit Porträts in Drucken, auf Bierkrügen und Spielkarten ›gewürdigt‹.

26. Vgl. ebd., S. 244–263; K. Hickethier: »Vom Theaterstar zum Filmstar« (Anm. 23), S. 39–42.

27. Überdeutlich wird dies heute in der Reihe *rororo bildmonographien*, deren Bände jeweils mit einer faksimilierten Unterschrift der biographierten Person schließen – damit wird das Leben selbst, das die Biographen lediglich beschreiben, als Werk signiert.

Auflösung derjenigen traditionellen Zusammenhänge, die bis dato eine Person verorteten, ohne das Problem der Identität je individuell zu stellen. »Personality«, schreibt der amerikanische Soziologe Jib Fowles, »was never an issue until the sense of identity was called into question.«<sup>28</sup> Der Star gibt in dieser Problemlage ein Modell gelungener Identitätsbildung ab, die der Trennung von öffentlichem und privatem Leben Rechnung trägt, beide Sphären aber miteinander verklammert und innerhalb der Persönlichkeit integriert.<sup>29</sup> Freilich ist der Star ein sozialer Ausnahmefall, der – anders als sein Publikum – nicht vor dem Problem steht, seine Identität unter den Bedingungen entfremdeter Arbeit ausbilden zumüssen, sondern im Gegenteil dafür honoriert wird, die Persönlichkeit expressiv in die Öffentlichkeit zu tragen. Stellvertretend für das Publikum ist es dem Künstler erlaubt, sein ›Inneres‹ zu extrovertieren. Die Figur des Stars dient somit zugleich als Modell, das die Differenz und ihre Einheit formuliert, wie auch als ihre symbolische Kompensation.

## VII.

Das Kino ist vielleicht nicht das erste, wohl aber das paradigmatische Medium des Stars. So schreibt der französische Soziologe Edgar Morin: »C'est le cinéma qui a inventé et révéle la star. [...] La star est typiquement cinématographique et n'a pourtant rien de spécifiquement cinématographique.«<sup>30</sup> Denn obwohl der Star im Kino seine charakteristischste Ausprägung erfährt, hat er sich dort erst nach fünfzehn Jahren eines anfangs sogar größtenteils schauspielerfreien Kinos entwickelt. Anders als bei Morin wird die Einführung des Stars im Kino daher häufig als Übernahme des theatralen Virtuosentums begriffen. Das Kino verstärkt, verbreitet und popularisiert demnach nur Momente, die bereits vor seiner Existenz gegeben waren: Waren die Stars des Theaters ein primär bürgerliches Phä-

28. Jib Fowles: *Starstruck. Celebrity Performers and the American Public*, Washington, London: Smithsonian Institution Press 1992, S. 27.

29. Vgl. auch J. Garncarz: »Die Schauspielerin wird Star« (Anm. 2), S. 324: »In diesem langfristigen gesellschaftlichen Transformationsprozeß [...] entsteht das Bedürfnis nach Identifikationsmodellen für den neuen sozialen Habitus. Stars sind eine mögliche Antwort auf dieses Bedürfnis. Sie sind nicht nur Modell schlechthin für die erfolgreiche Ausbildung einer individuellen Persönlichkeit. Darüber hinaus bieten sie einzelne Modelle für die individuelle Adaptierung eines je besonders geformten sozialen Habitus an, den der einzelne Star repräsentiert.«

30. E. Morin: *Les stars* (Anm. 14), S. 13.

nomen, so erschließt der Film dem Personenkult des Stars ein breites Publikum.<sup>31</sup>

Die Übernahme auf dem Theater etablierter Stars ist jedoch nur ein kurzlebiges Experiment, mit dem unter anderem die französische *Compagnie des Films d'Art* eingangs der 1910er Jahre das Renommee ihrer Filme zu heben versucht: Die unvermeidliche Sarah Bernhardt ist nun auch im Kino zu sehen. Wie Richard deCordova zeigen konnte, läßt sich die Genese des Filmstars grundsätzlich aus der Geschichte des Kinos erklären. In dem Maß, in dem Spielfilme den wachsenden Filmbedarf der ortsfesten Kinos decken, werden zunehmend die besonderen Bedingungen des Spiels für die Kamera bedacht. Um 1909 sind bereits sogenannte »picture personalities« etabliert, die zwischen den Filmen entweder durch den Namen der Figur – Fantomas, Nick Carter, Broncho Billy – oder wie im Falle von Florence Lawrence bereits durch den Namen der Darstellerin identifiziert werden. Noch konzentriert sich das über diese Personen kursierende Wissen auf ihre Funktion als Darsteller, vor allem auf ihr schauspielerisches Vermögen. Erst um 1914 tritt das für den Star charakteristische Interesse an der Person jenseits der Filme hinzu:

»The star is characterised by a fairly thoroughgoing articulation of the paradigm professional life/private life. With the emergence of the star, the question of the player's existence outside his/her work in film entered discourse.«<sup>32</sup>

Diese grundlegende Struktur bleibt, so deCordova, bis in die Gegenwart erhalten.<sup>33</sup> Das einzige, was sich wandelt ist, *wie* diese beiden Sphären aufeinander bezogen werden, ob eher Kontinuitäten oder Widersprüche in den Vordergrund treten. Genealogisch läßt sich die Entstehung des Starsystems aus der Filmgeschichte

31. Vgl. z.B. K. Hickethier: »Vom Theaterstar zum Filmstar« (Anm. 23), S. 30–32; J. Garncarz: »Die Schauspielerin wird Star« (Anm. 2), S. 326: »Stars können jetzt an mehreren Orten gleichzeitig sein, weil sie nicht mehr selbst, sondern nur noch ihre Abbilder auf Reisen gehen.«

32. Richard deCordova: »The Emergence of the Star System in America«, in: Christine Gledhill (Hg.), *Stardom. Industry of Desire*, London: Routledge 1991, S. 17–29, hier S. 26.

33. Vgl. Richard deCordova: *Picture Personalities. The Emergence of the Star System in America*, Urbana, Chicago: University of Illinois Press 1990, S. 146. »And our investigation of the identity of that subject is ruled by the same pressures to search out the secret of the star's identity beyond the film into the realms of the private and the sexual.«



selbst entwickeln und, wie Lorenz Engell vorschlägt, als »eine Expansion des Films«, ein »Ausgreifen der Filmfiktion auf die soziale Umwelt des Filmsystems« auffassen.<sup>34</sup> Dennoch bleibt es bei allen Differenzen zum Theater und ohne *genealogische* Kontinuität dabei, daß der Filmstar strukturell analog zum Theaterstar funktioniert: Theater und Film fungieren gleichermaßen als Medien der Aufmerksamkeit, die das Interesse an den Stars wecken; und die expansive Kraft, dieses Medium auf Darstellungen des Privaten hin zu überschreiten, ist das grundlegende Kennzeichen des Stars.

Was den Film als Medium der Aufmerksamkeit auszeichnet, ist seine fotografische Aufnahmetechnik, die garantiert, daß jede Rolle – wie im Theater – einen ›Referenten‹ aus Fleisch und Blut benötigt, der im räumlichen und zeitlichen *Off* des Films als Mensch weiterexistiert. Die filmisch eingefangene und wiedergegebene körperliche Existenz gibt dem abgebildeten Menschen eine technische Bestandsgarantie, die an die Stelle der simultanen Präsenz von Darsteller und Zuschauer beim Live-Auftritt rückt. Den Verlust an Unmittelbarkeit, sogar die artifizielle Zerlegung und Re-Kombination der kontinuierlichen Existenz durch die Montage vermag der Film durch Intensität auszugleichen: Durch die Großaufnahme rückt er das Auge unmittelbar an die Person heran.<sup>35</sup> Die durch die Projektion herbeigeführte Monumentalität des Gesichts relativiert die Nähe allerdings zugleich durch distanzierende Überhöhung. Im Film wird das Gesicht mehr zum Fokus des Stars, als das je bei einem unmediatisierten Auftritt der Fall sein konnte – und damit wird ein Teil der Gestalt hervorgehoben, der hinsichtlich der Differenz von öffentlicher und Privatperson ambivalent ist.<sup>36</sup>

34. L. Engell: *bewegen beschreiben* (Anm. 4), S. 301. Mit der zunehmenden Etablierung des Starsystems können Stars ihren Filmen jedoch auch vorausgehen, indem ihr Image schon publizistisch kreiert wird, bevor überhaupt ein Film gedreht ist; vgl. dazu am Beispiel von Ingrid Bergmann, J. Garnarz: »Die Schauspielerin wird Star« (Anm. 2), S. 333.

35. Vgl. hierzu R. Dyer: *Stars* (Anm. 5), S. 14.

36. Zur sozialen Komponente des medial reproduzierten Gesichts vgl. Ulrich Raulff: »Image oder Das öffentliche Gesicht«, in: Dietmar Kamper/Christoph Wulf (Hg.): *Das Schwinden der Sinne*, Frankfurt/Main: Suhrkamp 1984, S. 46–58. Im Theater mußte man sich mit dem Blick durch das Opernglas begnügen, um im Gesicht der Darsteller lesen zu können.

## VIII.

Während der Filmstar von der Dialektik aus Annäherung und Distanzierung lebt, ist dem Fernsehen die Fähigkeit, Distanz zu schaffen, grundsätzlich abgesprochen worden. Zum einen trägt das Fernsehen seine Bilder den Zuschauern ins Haus, zum anderen degradiert es – umgekehrt zum Kino – die Menschen zu Zwergen. Das Potential, Stars zu produzieren, ist dem Fernsehen daher von einigen Forschern abgesprochen worden. Fern von der ›Göttlichkeit‹ der Filmstars produziere das Fernsehen allenfalls die verkümmerte Form der Prominenz. Es verfüge damit über kein Starsystem, sondern lediglich über ein »personality system«. <sup>37</sup> In meinen Augen sind diese Unterschiede jedoch eher gradueller als absoluter Natur. Nicht nur die Fernsehprominenten, sondern bereits die Hollywoodgrößen waren für ihre Fans durchaus verfügbar, insofern sie durch Wissen oder fotografische Abbildung angeeignet werden konnten. <sup>38</sup> Ohnehin ist es ein banales Faktum, daß Fernsehen einerseits Aufmerksamkeit für Persönlichkeiten fernsehexterner Bereiche schafft, in dem es z.B. Sportereignisse und Rockkonzerte überträgt, andererseits aber auch ureigene Fernsehstars generiert – sei es als Seriendarsteller oder als Moderatoren –, die einen eigenen Fankult begründen.

Das Fernsehen vermißt freilich die Grenze zwischen öffentlicher und Privatexistenz aufs neue. Zum einen vereint das Fernsehen innerhalb seines Programmangebots die Funktion, Aufmerksamkeit zu wecken, mit der, über die private Seite der so Ausgezeichneten zu informieren. Erhalten bleibt freilich die Differenz der Handlungsrollen: Fernsehen ist zugleich der Ort, an dem der Star ›arbeitet‹ wie als ›Gast‹ seine Ansichten bekennt, sein Privatdomizil vorführt oder für die Zuschauer kocht – allerdings zeitlich entzerrt durch unterschiedliche Programmplätze. <sup>39</sup> Als kulturelles Forum dient Fernsehen aber auch als Medium – der Aufmerksamkeit wie des Privaten – für Persönlichkeiten wie Politiker, Sportler und Mu-

37. Vgl. z.B. John Langer: »Television's ›Personality System‹«, in: *Media, Culture and Society* 4 (1981), S. 351–365, S. 353–355.

38. E. Morin: *Les stars* (Anm. 14), S. 26 u. S. 33–34, stellt fest, daß die Stars des Tonfilms bereits stark profanisiert waren, seit man ihnen ein irdisch-bürgerliches Privatleben konstruierte. Vgl. auch R. Dyer: *Stars* (Anm. 5), S. 21–23.

39. Die Differenz zwischen öffentlicher und privater Sphäre wird selbst noch im Fernsehcontainer von *Big Brother* aufrecht erhalten. Das ›echte‹ Privatleben außerhalb des Containers ist Gegenstand von Features oder Interviews mit Freunden der Insassen.

siker, die nicht vom Fernsehen beschäftigt werden. In diesem Sinne trägt das Fernsehen insbesondere durch seine diversen *Personality*-Talkshows erheblich zur Diversifizierung von Stars bei.

Die Grenze zwischen der öffentlichen und der privaten Sphäre verschiebt das Fernsehen – als Medium der Nähe – zum anderen in Relation zum Zuschauer. Die Fähigkeit, über die Welt nicht nur zu berichten, sondern sie durch Live-Übertragungen mit dem privaten Leben zu synchronisieren, war bereits in den Anfangstagen des Fernsehens sein großes Faszinosum. Das Fernsehen wurde als ein ›menschlicheres‹ Medium begrüßt, das die Zuschauer nicht nur mit Prominenten, sondern auch mit anderen ›Durchschnittsmenschen‹ bekannt macht. Die Personen des Fernsehens sollten lebensechter sein als die überhöhten und zu unnahbaren Riesengesichtern aufgeblasenen Helden des Kinos. Das Fernsehen verklammert die Lebenssphären auf eine neue Weise: Das öffentliche Medium wird privatisiert, der Privatraum dagegen an die Öffentlichkeit angeschlossen.<sup>40</sup>

## IX.

Daß die im Star ausartikulierte und bearbeitete Differenz öffentlich/privat bis heute relevant bleibt, dürfte außer Frage stehen. Die Unterscheidung zum Privaten – und das scheint jeweils das Außermediale, nämlich außerhalb des Mediums der Aufmerksamkeit lokalisierte, zu sein – bleibt, auch wenn sich die Grenzen im einzelnen verschieben mögen, erhalten. Die Konjunktur des Prominententalks im Fernsehen verdeutlicht, daß nach wie vor Wissen über die private Seite öffentlicher Personen nachgefragt wird. Der erstaunlichste Beleg für die Persistenz der Differenz ist, daß die Videospieldarstellerin Lara Croft nicht nur bildlich anthropomorphisiert, sondern in Fandiskursen sogar mit einer, wenngleich fragmentarischen Biographie ausgestattet wird.<sup>41</sup> Die Historizität der Figur des Stars besteht in der Relation ihrer Komponenten, die sich in Abhängigkeit von medialen und gesellschaftlichen Entwicklungen verändern können. So

40. Vgl. Monika Elsner/Thomas Müller/Peter M. Spangenberg: »Zur Entstehungsgeschichte des Dispositivs Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland der fünfziger Jahre«, in: Helmut Kreuzer/Christian W. Thomsen (Hg.), *Geschichte des Fernsehens in der Bundesrepublik Deutschland*, Bd. 1, München: Fink 1994, S. 31–66, bes. S. 57–61.

41. Vgl. Lars Rettberg: »Zu schön um wahr zu sein! Die digitale Lara Croft«, in: *Montage/av* 8 (1999), Nr. 2, S. 89–110, bes. S. 92.

scheint heute eine Übereinstimmung zwischen öffentlicher und privater Person nicht mehr gefordert, sondern eher das Vermögen, Differenzen auszuhalten und produktiv zu machen.

Auch wenn sich die Imperative der Identitätsbildung im Laufe der Geschichte des Stars verändert haben, bleibt er als integratives Modell aktuell. Zum einen sieht der Stardiskurs die Möglichkeit vor, öffentliches und privates Leben, soziale Rollen und Identität, in eine Persönlichkeit zu integrieren. Als formaler Garant für die Einheit fungieren symbolisch Name und Gesicht, die als an der Oberfläche sichtbare Zeichen für die Einheit der Person eintreten – jedoch eine innere, tieferliegende Ganzheit der Person behaupten. Zum anderen widerspricht die Figur der Stars der These, in Zeiten der technischen Medien zerfalle der Mensch in technisch diversifizierte Daten.<sup>42</sup> Nicht weniger real als die technische Zerlegung des Menschen ist die Figur des Stars, die auf dem Menschen als Einheit der Differenzen beharrt. Insofern er sich auf Elemente unterschiedlicher medialer Herkunft stützt, behauptet der Stardiskurs eine über die für die einzelnen Medien jeweils verfügbaren Aspekte hinausgehende Einheit, eine Identität, zu der sich die verschiedenen Ausschnitte zusammenfügen lassen. Ob der Star damit eher Vorbild oder eher Nachbild ist, sei hier dahin gestellt. Jedenfalls hält er in seiner Grundstruktur die Überzeugung fest, daß in einer sozial und medial zergliederten Welt Menschen als identifizierbare Einheiten fortexistieren.<sup>43</sup> Der moderne Personenkult dreht sich demnach, gerade in seiner Liebe zum einzelnen, unverwechselbaren Star, nicht allein um eine spezifische Person, sondern er ist ein Kult der Person an sich.

42. Vgl. z. B. Friedrich Kittler: *Film, Grammophon, Typewriter*, Berlin: Brinkmann & Bose 1986.

43. Vgl. dazu den Beitrag von Georg Jongmanns in diesem Band.