

Der Star und seine Nutzer

Lange Zeit haben sich wissenschaftliche Arbeiten primär theoretisch mit dem Star-Phänomen auseinandergesetzt. Neuere Arbeiten zeichneten den Star und seine Aneignung durch den Fan auf der Grundlage empirischer Forschung im lebensweltlichen Kontext nach. Dabei wurde die Kreativität der Aneignung ebenso deutlich wie ihre Gebundenheit an das Subjekt. Die vorliegende Arbeit von Katrin Keller wählt nun wieder einen theoretischen Zugang und verbindet damit unterschiedliche Absichten. So geht es der Autorin um eine Entpathologisierung der Fanbegeisterung, aber auch um die Frage, in welcher Weise sich die Identität des Star-Nutzers in der Auseinandersetzung mit dem Star formuliert und fortgeführt werden kann. Keller holt theoretisch weit aus, bevor sie sich auf das im Titel der Arbeit anvisierte Themenfeld begibt. Es geht um die Normativität von Authentizität, die soziale und kommunikative Bedingtheit von Identität und populärer Kultur, die durch ihre personale Gebundenheit an Stars und Prominente visualisiert ist. Siegfried J. Schmidts Konzeption von Kultur als Programm ist für das von Keller dargelegte Kulturverständnis leitend. Kellers Diskussion und Herleitung theoretischer Grundlagen nimmt – rein quantitativ gesehen – beinahe die Hälfte der gesamten Arbeit ein. Damit ist eine überaus gründliche Aufarbeitung des Diskussionstands verbunden, die allerdings angesichts ihres sprachlich mitunter recht sperrigen Ausdrucks einem breiten Publikum eher verwehrt bleiben dürfte. Kapitelüberschriften wie „Popkultur-Ambiguitäten: Populäre Kultur als

Teilkulturen und Popkultur-Unterscheidungen/Anwendungen II“ (S. 5) lassen dies bereits im Inhaltsverzeichnis ahnen. Auch die fortwährende Beschreibung der Star-Nutzer als Aktanten irritiert. Dieser von Latour im Rahmen der Akteur-Netzwerk-Theorie eingeführte Begriff führt auf Pfade, die jenseits eines aktiven und konstruktiven Umgangs der Subjekte mit den Medien liegen.

Im zweiten Teil der Arbeit differenziert die Autorin Aspekte der Star-Nutzung und des Fantums aus. Dabei soll der Begriff „Star-Nutzer“ nach Keller „auf die Nutzung – nicht nur Rezeption – medialer Star-Entwürfe durch Aktanten und damit auch auf Fans ebenso wie Anti-Fans verweisen“ (S. 15) und die Bedeutung medialer Repräsentation für die Konstruktion von Identität des Subjekts offenlegen. In diesem Sinne zeigt Keller vier verschiedene Nutzungsformen auf, in denen sie den Star u. a. als transzendierenden Hoffnungsträger, aber auch als Selbst-Mahnmal nachzeichnet – die Dialektik der möglichen Aneignungsmodi wird hierin deutlich. Anschließend unterscheidet die Autorin sieben verschiedene Star-Typen, die dem Nutzer unterschiedliche Formen der Anbindung erlauben. Wenn gleich diese Typologie nicht aus einem einheitlichen Klassifikationssystem hergeleitet ist – so stehen Musiker- und Schauspielerstars neben Super-, Mega- und Gigastars –, bezieht Keller doch unterschiedliche Formen der medialen Repräsentation in ihre Ausführungen ein und schließt an aktuelle Diskurse, beispielsweise zu Casting-Formaten, an. Auch wenn das Buch, anders als sein Titel erwarten lässt, nicht

auf empirischer Basis zu den tatsächlichen Formen der Aneignung medialer Bezugspersonen durchdringt, ist es insgesamt sein Verdienst, einen breiten theoretischen Rahmen zum Thema aufzuzeigen und dabei neue Facetten in die Diskussion um das Star-Phänomen einzubringen.

Prof. Dr. Claudia Wegener



Katrin Keller:
Der Star und seine Nutzer. Starkult und Identität in der Mediengesellschaft.
Bielefeld 2008: transcript. 308 Seiten,
29,80 Euro