

Celebrity als Star, Vorbild, Idol und Held

Martina Schuegraf

Im folgenden Artikel sollen die Begriffe „Celebrity“ und „Star“ sowie „Vorbild“, „Idol“ und „Held“ einer näheren Betrachtung unterzogen werden, da sie häufig synonym verwendet werden. Dabei geht es insbesondere darum,

die Bedeutungen und daran geknüpfte Vorstellungen bzw. Zuschreibungen zu skizzieren und – soweit möglich – diese voneinander abzugrenzen, aber ebenso Wandlungen aufzuzeigen, die sich durch den Gebrauch vollzogen haben.

Vom Star zum Celebrity

In einer von Medien durchdrungenen Welt sind berühmte Personen allgegenwärtig. Sie schauen uns von (riesigen) Plakaten in öffentlichen Räumen an, sie ziehen uns mit ihren Filmen in die Kinos, sie kommen über das Fernsehen in unsere Wohnungen und Häuser, sie kommunizieren mit uns über Twitter und Facebook, sie lassen uns an ihrem Leben in Biografien teilhaben und einen Real-Live-Augenblick erleben, wenn sie auf Sport-, Musik-, Werbe- oder sonstigen öffentlichen Veranstaltungen in persona auftreten. Stars sind somit im Leben der meisten Menschen ein Phänomen, das sie in irgendeiner Weise wahrnehmen, mit dem sie sich zuweilen beschäftigen, über das sie sich informieren, das manche kopieren und imitieren.

Der Begriff „Star“ bezeichnet eine berühmte bzw. prominente Persönlichkeit, die öffentlichkeitswirksam und durch die Medien bekannt geworden ist (vgl. Renger 2006; Hügel 2003; Lowry 2003). Stars präsentieren sich auf den verschiedensten medialen Kanälen und setzen sich entsprechend in Szene. Traditionell gesehen, werden mit „Star“ Schauspielerinnen und Schauspieler sowie Musikerinnen und Musiker bezeichnet, doch bezieht sich der Begriff auch immer mehr auf andere Berufsgruppen wie Politiker, Sportler, Modemodels etc. Dies zeigt bereits, dass mit dem Star im herkömmlichen Sinne eine Erwartungshaltung an eine herausragende (professionelle) Leistung oder gar besondere Taten gekoppelt ist. Aus dem Englischen kommend, bedeutet Star „Stern“ (oder auch Gestirn), was dem Star etwas Überirdisches, Glänzendes und sogar Entrücktes verleiht. Der

Star lässt sich auf diese Weise in die Nähe von Helden (vgl. Lowry 2003, S. 443) und Kultfiguren rücken, die zu Idolen und Vorbildern avancieren können. Insgesamt lässt sich der klassische amerikanische Film- bzw. Hollywoodstar am ehesten als eine Starfigur begreifen, die entrückt und glamourös von einem industriellen und wirtschaftlich agierenden System geschaffen worden ist.

Bezogen auf seine Entwicklung lässt sich neben dem Schauspielstar insbesondere der Rock- bzw. Popmusikstar als eine ähnliche Erscheinung aufgrund seiner künstlerischen Tätigkeit betrachten. Auch er war bzw. ist an ein Industriesystem gekoppelt, hier insbesondere an die sogenannten Major Labels, welche jedoch an Bedeutung verlieren und von immer größeren Risiken betroffen sind, was in erster Linie auf die digitalen Medien und das Internet zurückgeführt wird. Somit lassen sich Schauspiel- und Musikstars als die Ursprünge des Starsystems betrachten.

Mit den aufkommenden technologischen Entwicklungen wie dem Internet – hier insbesondere den sozialen Netzwerken – sowie den digitalen (Handy-)Kameras und Smartphones und den daran gekoppelten Möglichkeiten des Präsentierens und Produzierens sowie Kommunizierens und Distribuierens verwischen die Grenzen zwischen dem (klassischen) Star und anderen (teils selbst ernannten) Berühmtheiten immer mehr. Dazu kommt, dass neben der öffentlichen, professionsbezogenen Starperson die vermeintliche Privatperson zunehmend in den Blickpunkt und damit in das öffentliche Interesse rückt. Das Leben jenseits ihrer Profession rückt immer stärker ins mediale Licht und wird über sämtliche Medienkanäle verhandelt. Dies impliziert zudem ein Näherrücken von Stars und Fans bzw. Publikum, denn mithilfe von digitalen Kameras und Internet kursieren schnellstmöglich die neuesten Bilder bzw. kommentierende oder neu arrangierte YouTube-Clips und Texte im Netz. Gleichzeitig sorgen Internetplattformen wie YouTube, Facebook, Twitter etc. für Möglichkeiten der Selbstdarstellung und Aufmerksamkeitserzeugung, die sowohl von Stars als auch anderen Inszenierungs- und Partizipierwilligen genutzt werden. All diese Entwicklungen zeigen eine Verschiebung vom entrückten, in erster Linie an ein Starsystem gekoppelten Star zu einem gesellschaftlich und kulturell verhandelbaren Celebrity, der nicht mehr allein durch eine ökonomisch ausgegerichtete Marktmaschinerie geschaffen, sondern durch ein vielfältig auf ihn einwirkendes System von Präsentierungen, Kommentierungen und Distribuierungen mittels unterschiedlicher medialer Möglichkeiten zur Disposition gestellt wird.

Celebrities als Vorbilder

Insbesondere im pädagogischen Feld wird der Begriff „Celebrity“ (bzw. „Star“) häufig mit dem des Vorbildes gleichgesetzt. Dies zeigt sich vor allem, wenn es um Medien für Kinder geht. Ein Beispiel sind hier Kinderfernsehkanaäle wie Disney oder Nickelodeon. In einem Interview, das ich mit einer Mitarbeiterin aus dem Bereich „Kommunikation“ des Medienkonzerns Viacom International Medianetworks geführt habe, zu dem auch MTV gehört, zeigte sich, wie insbesondere Jungstars (unter 21 Jahren), die bei Disney oder Nickelodeon unter Vertrag sind, sich nach klaren Regularien im öffentlichen Leben zu verhalten haben. Die angehenden Kinder- bzw. Jugendstars wer-

den bereits sehr früh zu solchen aufgebaut und sind an ein Kinder- bzw. Jugendpublikum adressiert. Das bedeutet für die zukünftigen Celebrities – vor allem dann, wenn sie älter werden und selbst dem Kindsein entwachsen – keinen Alkohol, keine Zigaretten, keine Drogen in der Öffentlichkeit zu konsumieren, selbst Beziehungen sind schwierig oder gar Sex. Diese jungen Celebrities wissen, dass sie sich strikt an die von Disney deklarierten kindaffinen Vorgaben zu halten haben. Hierbei geht es um eine Starkontrolle und gar -regulierung, die dem Umstand geschuldet ist, dass die Marke „Disney“ bzw. „Nickelodeon“ als kinder- und jugendtauglich gewahrt werden soll. Die Programme dieser Sender richten sich (auch) an ein Publikum unter 14 Jahren; das bedeutet, dass sich Eltern auf die Kindaffinität der Sender verlassen können müssen. Hiermit soll insbesondere westlichen, vornehmlich amerikanischen Werten und Vorstellungen vom Kindsein Rechnung getragen werden, und das Unternehmen will auf diese Weise mögliche Beschwerden von Eltern vermeiden.

Auf der anderen Seite heißt das aber auch, dass von den jungen Celebrities eine Vorbildfunktion erwartet wird. Insbesondere den Jüngeren, aber auch Gleichaltrigen sollen sie Vorbild sein, d. h. verantwortungsvoll agieren, gesellschaftlich gültige Ideale für diese Altersgruppe repräsentieren oder gar verkörpern und Orientierung bieten. Denn häufig orientieren sich gerade jüngere Kinder an älteren – und dies trifft nicht nur im direkten, sozialen Umgang zu, sondern ebenso im Umgang mit Mediencharakteren. Wie widersprüchlich jedoch eine solche Vorstellung vom Vorbild ist, zeigt auch Claudia Wegener in ihrer Studie *Medien, Aneignung und Identität*, wenn sie schreibt: „Kaum ein Begriff findet sich in so ambivalenter Verwendung wie der des Vorbildes. Einerseits entspricht es zweifelsohne dem auch heute noch gegenwärtigen klassischen Bildungsideal, ein Vorbild nennen zu können, dem man sich im Streben um Tugenden und Ideale annähern möchte [...]. Andererseits widerspricht es dem im Zeitalter der Individualisierung zunehmend wichtiger werdenden Erlangen von Selbstverwirklichung und Individualität, wenn die Forderung nach einem Vorbild als ‚Nicht-Verantwortlich-Sein-Wollen‘ verstanden wird“ (Wegener 2008, S. 16).

Vorbilder fungieren also nach wie vor als Projektionen, auf welche idealisierte Vorstellungen und Werte, die als positiv und gegebenenfalls nachahmenswert gelten, übertragen werden. In einer zunehmend fragmentierten, medialen Welt hat das klassische, ganzheitliche Vorbild allerdings ausgedient. Häufig sind es eher Facetten und einzelne Lebensbereiche von Personen, denen ein Vorbildcharakter zugeschrieben wird. Somit kann ein Star bzw. Celebrity hinsichtlich bestimmter Werte, die er vertritt, oder bzgl. seines Aussehens oder im Hinblick auf seine Beziehungsführung mit einem Partner oder einer Partnerin zum Vorbild avancieren, er muss aber nicht in Gänze als Vorbild dienen. Er kann also einen oder mehrere Lebensaspekte verkörpern, die für nachahmenswert erachtet werden und/oder Orientierung bieten. Aber die Vorbildfunktion muss nicht auf die gesamte Persönlichkeit zutreffen.

Ebenso kann auch nicht mehr von Vorbildern für ganze Generationen gesprochen werden, so wie es vielleicht noch auf Elvis Presley oder The Beatles projiziert wurde. Sondern auch hier sind

die Bezugnahmen innerhalb der Generationen unterschiedliche. Dies wird begünstigt durch gesellschaftliche Veränderungen, denn „[e]s ist anzunehmen, dass gesellschaftliche Prozesse der Individualisierung, verbunden mit einer Pluralisierung der Lebensstile, zu unterschiedlichen Bedürfnissen und individuellen Deutungsmustern führen, die sich auch in der Hinwendung zu unterschiedlichen medialen Bezugspersonen widerspiegeln, womit diese schließlich kaum mehr überindividuelle Geltungskraft beanspruchen können“ (ebd., S. 28). Am Beispiel von Musik wird deutlich, dass sich allein verschiedene Genres weiter ausdifferenziert haben und Zugehörigkeit bzw. Abgrenzung nicht unbedingt an Personen, sondern ebenso an der Musikrichtung festgemacht wird (vgl. Schuegraf 2008). Fantum bezieht sich also häufig auf bestimmte Musikstile, man ist z. B. Hip-Hop-Fan oder Liebhaberin elektronischer Musik. Darüber hinaus gibt es durchaus auch Jugendliche und junge Erwachsene, die die unterschiedlichsten Musikrichtungen favorisieren und dann häufig verschiedene Lieblingskünstlerinnen und -künstler haben. Beides zeigt, dass sich das Fansein aus verschiedenen Facetten und daran gekoppelten Zugehörigkeitsgefühlen speist und weniger aus einer ausschließlichen Personenverehrung.

Vorbildfunktionen übernehmen zudem nicht nur berühmte Persönlichkeiten wie z. B. Film-, Musik- oder häufig auch Sportcelebrities, sondern ebenso Eltern oder Freunde und auch Vereinsmitglieder, die beispielsweise aus dem örtlichen Fußballclub bekannt sind, können Vorbilder sein. So kommen Vorbilder häufig aus unterschiedlichen Lebensbereichen, in denen sich Menschen bewegen, oder stehen für bestimmte Lebensabschnitte.

Rock- und Popidole

Ein zweiter interessanter Begriff ist der des Idols. Denn gerade die „alten“ Stars, aber auch heutige Celebrities werden oftmals zu Idolen stilisiert, was häufig zu einer Gleichsetzung beider Begrifflichkeiten führt. Insbesondere Jugendliche und junge Erwachsene haben „ihre“ Idole, die sie nach wie vor auf Plakaten in ihre Zimmer hängen, die sie als Desktophintergrund auf ihrem Computer einrichten, von denen sie auf Konzerten und Events Fotos machen oder Videos aufnehmen, die sie wiederum auf Social Websites wie Facebook und YouTube stellen, oder deren Songs sie auf ihr Handy oder Smartphone laden. Das Idol ist aber weniger zwingend mit einer Erwartungshaltung hinsichtlich gesellschaftlich positiv konnotierter Werte aufgeladen, sondern verkörpert häufig Wünsche und Sehnsüchte, die dem eigenen Leben entweder verwehrt sind oder gegebenenfalls zur Nachahmung anregen. Idole können in dieser Hinsicht auch unangepasst sein oder gar rebellisch (vgl. Wegener 2008, S. 27). Es gibt jedoch auch tragische Idole (ebd.), die gerade aufgrund ihrer besonderen Lebensführung – häufig verbunden mit dem Tod durch Suizid – nahezu zur Unsterblichkeit emporsteigen. Als Beispiel sei hier auf den „Club 27“ verwiesen, unter welchem insbesondere Musikerinnen und Musiker geführt werden, die im Alter von 27 Jahren gestorben sind und als „forever 27“ im Gedächtnis ihrer Anhängerschaft weiterleben. Hierzu gehören u. a. Jimi Hendrix, Jim Morrison und Janis Joplin, seit seinem Tod im Jahr 1994 auch Kurt Cobain und die jüngst, 2011, verstorbene Amy Winehouse. Dies verweist zudem darauf,

dass Ruhm häufig Idolen zugesprochen wird, die über ihren Tod hinaus in den Köpfen der Menschen verankert sind oder sich gar ins kulturelle Gedächtnis eingeschrieben haben.

Nach Orville Gilbert Brim zeigt sich Ruhm im Grad der Anerkennung bezogen auf die Häufigkeit und die anhaltende Wirkung, sprich: Wie oft wird eine berühmte Person wie lange und in welchen Gesellschaften, Ländern und Kontexten zur Sprache gebracht (vgl. Brim 2009, S. 2). Der höchste Ruhmeslevel wird demnach toten Berühmtheiten (egal welchem Kontext sie entspringen) zuteil. Wenn man in den künstlerischen Bereich schaut, trifft dies hier zu. James Dean oder Elvis Presley sind nach wie vor herausragende Berühmtheiten, die auch als Idole fungieren (und gleichzeitig ebenso Vorbilder für angehende Schauspielerinnen und Schauspieler bzw. Musikerinnen und Musiker sein können), obwohl gerade James Dean sehr jung gestorben ist. Ein jüngeres Beispiel ist Heath Ledger, der noch posthum für seine überragende schauspielerische Leistung in der Rolle des „Joker“ in *The Dark Knight* eine der größten Ehrungen in der Filmbranche erhalten hat – den Oscar. Bei diesen Beispielen paart sich zudem – wie oben bereits angedeutet – Tragik (z. B. selbst gewählte oder skandalträchtige Todesursachen oft in jungen Jahren) mit Publikumsanerkennung aufgrund von herausragenden Leistungen, die Idolwirkung besitzen, und einem Privatleben, das sich jenseits normalisierter Vorstellungen vollzieht.

Während das Vorbild gesellschaftliche Konventionen und Wertesprüche erfüllen und – im gesteigerten Sinne – mit gutem Beispiel vorangehen soll, „definiert das Idol quasi erst zu erstrebende Ideale und setzt somit Wertmaßstäbe und Vorstellungen von Moral und Habitus“ (Wegener 2008, S. 28). Im Gegensatz zum Vorbild befördert das Idol den Personenkult oder die Starverehrung. Hier stehen eindeutig die Person und ihr Leben im Zentrum, welches sie in der Rückschau ihrer Fans erst zu dem gemacht hat, was sie ist. Die hier in Erscheinung tretende Identität des verehrten Idols liefert die Vorlage für die eigene Persönlichkeitsentwicklung, was jedoch nicht eine Eins-zu-eins-Nachahmung, sondern eher eine Orientierungsfunktion meint.

Heldengeschichten

Ein weiterer Begriff, der häufig mit dem Star-Begriff synonym gebraucht wird, ist der des Helden oder der Heldin. Ist an die klassischen Stars aus dem Schauspiel- und Musikbereich die Erwartungshaltung nach herausragenden Leistungen gekoppelt, so sind es insbesondere die Taten, die einen Menschen zum Helden werden lassen (vgl. Hügel 2003). Ein Held ist derjenige, der eine große Tat vollbringt. Hier von zeugen auch die großen Heldensagen wie z. B. die von Siegfried, der den Drachen in der Nibelungensage tötet. Durch solche Heldenvorstellungen werden archaische und historizistische Bilder aufgerufen, die bis heute ihre Wirkmacht besitzen. Denn die Sehnsucht nach (großen) Helden scheint ungebrochen zu sein, vor allem, wenn man sich die immer wiederkehrenden Verfilmungen von (Super-)Heldengeschichten anschaut. Dies zeigt zwar, dass sich auch Helden wandeln und es nicht mehr jene aus den klassischen alten Mythen und Sagen sind, die heute besondere Bedeutung erlangen, aber dennoch sind sie nach wie vor gefragt.





Die Heldenfigur hat vor allem für Kinder und Jugendliche eine herausragende Bedeutung, ist sie doch jene, welche durch Vereinfachung der Komplexität von Welt bzw. Wirklichkeit ihren Bedürfnissen am nächsten kommt, da sie Welt eher in *Gut* und *Böse* erscheinen lässt. Der (zumeist männliche) Held steht in der Regel immer auf der vermeintlich guten Seite und tritt mit Mut, Tapferkeit und Siegeswillen seinen Gegnern entgegen und/oder für die gute Sache ein. Er überragt die meisten Menschen aufgrund seiner heldenhaften Eigenschaften, mittels derer er aus der Masse der Menschheit hervorsteht. Die verschiedenen Superheldengeschichten greifen genau diese Thematiken auf, teilen sie doch Welt in Gut und Böse und lassen ihre mit Superkräften ausgestatteten Helden, zu denen sie auf unterschiedliche Weise gekommen sind, gegen Feinde der Menschheit antreten. Gerade Superhelden mit ihren jeweils eigenen biografischen Entwicklungen bieten vor allem männlichen Jugendlichen Projektionsflächen, um sich mit den eigenen Identitätsproblemen und Entwicklungsthemen auseinanderzusetzen.

Allerdings gibt es auch Heldinnen und Helden, die aus dem persönlichen Umfeld kommen. Manche Menschen bewundern andere Menschen für bestimmte Taten oder Haltungen, die diese vollbringen bzw. einnehmen. So kann ein Mädchen für ihre Schwester zur persönlichen Heldin werden, wenn diese beispielsweise bei einem Wettkampf mit Abstand gewinnt. Dies zeugt zugleich von einer Wandlung des Helden-Begriffs und wie er sich im Laufe der Zeit entwickelt hat. Vor dem Hintergrund heutiger Individualisierung und Personifizierung liegt es nahe, eigene Heldinnen und Helden zu bestimmen und diese je nach Stand der eigenen Persönlichkeitsentwicklung und Selbstwahrnehmung auf das Podest zu heben. Aus dieser Perspektive überdauern Heldinnen und Helden nicht mehr Raum und Zeit, wie es vielleicht früher einmal war, sondern sind eher (persönliche) Begleiterinnen und Begleiter bestimmter Lebensphasen, die jedoch zumeist an die Kindheit und Jugend gekoppelt sind. So kann z. B. auch ein Jungstar wie Justin Bieber für manche seiner – vor allem weiblichen – Fans zum Helden avancieren, wie es eindrücklich in einer ARTE-Sendung vom 13. Januar 2013 gezeigt wurde, ohne dass dies von Dauer sein muss.

In einer Welt, in der Medien zu selbstverständlichen Tages- und Lebensbegleitern geworden sind, treten auch die in ihnen agierenden Personen und Charaktere in die Lebenswelt von Menschen und können für diese eine besondere Bedeutung erlangen. Gerade auch in der Phase des Aufwachsens und der Sozialisation haben hier Celebrities als Stars, Vorbilder, Idole oder auch Heldinnen und Helden eine herausragende Relevanz. Somit lässt sich abschließend konstatieren, dass Celebrities in einer medienkonvergenten Welt insbesondere Funktionen von Leitfiguren übernehmen, welche als Orientierungshilfen und/oder Sozialisationsbegleiter fungieren, ohne jedoch in Gänze zu heldenhaften Vorbildern und Idolen avancieren zu müssen. *Leiten* kann auch bedeuten zu lernen, Fragen (an Welt) zu stellen, Welt anders zu entdecken oder sich selbst zu reflektieren.

Ob die Autorin als Kind Vorbilder oder Heldinnen hatte, erfahren Sie im FSF-Blog:
<http://blog.fsf.de/author/schuegraf>

Literatur:

- Brim, O. G.:**
Look at me! The Fame Motive from Childhood to Death. Ann Arbor 2009
- Hügel, H.-O. (Hrsg.):**
Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart 2003
- Lowry, S.:**
 Star. In: H.-O. Hügel (Hrsg.): *Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen.* Stuttgart 2003, S. 441 – 445
- Renger, R.:**
 Star. In: G. Bentele/ H.-B. Brosius/O. Jarren (Hrsg.): *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft.* Wiesbaden 2006, S. 271
- Schuegraf, M.:**
Medienkonvergenz und Subjektbildung. Mediale Interaktionen am Beispiel von Musikfernsehen und Internet. Wiesbaden 2008
- Wegener, C.:**
Medien, Aneignung und Identität. „Stars“ im Alltag jugendlicher Fans. Wiesbaden 2008

Dr. Martina Schuegraf ist Vertretungsprofessorin an der Hochschule für Film und Fernsehen (HFF) „Konrad Wolf“ in Potsdam-Babelsberg im Studiengang „Digitale Medienkultur“. Sie ist in der Endphase ihres Habilitationsprojekts „Celebritykonstruktionen – Strategien der Inszenierung als spezifische Technologien des Selbst“.

