

Zusammenfassung

Famous for being famous – die Einsicht in die vermeintlich selbstreferentielle Dimension von Berühmtheit ist im Alltagswissen angekommen. Werden damit bestimmte Erscheinungsweisen von Berühmtheit als ›unverdient‹ und damit ›unecht‹ abgewertet, unterstreicht der Slogan doch auch, dass an der Hervorbringung des Celebrity-Status Medien konstitutiv beteiligt sind. Ohne Celebrity - Cultures auf einen bloßen Medieneffekt reduzieren zu wollen, fragt der Schwerpunkt nach den konkreten medialen Bedingungen von Öffentlichkeitswirksamkeit – sowie nicht zuletzt nach den Auswirkungen auf den Begriff der Öffentlichkeit selbst (Stichwort Micro-Celebrity). Wie also lassen sich die medialen Verfahren der Celebrity-Konstruktion – mit Blick auf elektronische und digitalbasierte Medienkulturen – analysieren?

Schlagworte

Celebrities, Digitale Medien, Identität, Massenmedien, Self-Tracking, Social Media

16

CELEBRITY CULTURES Über Mega-Stars, Micro-Celebrities und andere Berühmtheiten – Phil Collins über Fans – Ein Gespräch mit David F. Denyer über die Medienberichterstattung über „Leute“ – Geschichte und Gegenwart – Postscript in Autorenporträts – 50 Jahre Hochschulforsychnisse – Über „Amazon Mechanical Turks“

**Gesellschaft für
Medienwissenschaft (Hg.)**

**Zeitschrift für
Medienwissenschaft 16
Celebrity Cultures**

216 Seiten, Broschur
ISBN 978-3-03734-993-9
ISSN 1869-1722

2017

Mit Beiträgen von
Stefano Brilli, Karin Bruns,
Christian Cargnelli, Phil Collins,
Nick Couldry, Astrid
Deuber-Mankowsky, Johanna
Drucker, Sophie G. Einwächter,
Sebastian Gießmann, Annika
Haas, u.a.

BILDSTRECKE

the world won't listen

Vorgestellt von BRIGITTE WEINGART

Nein, es sind keine Stills aus YouTube-Clips. Zwischen 2004 und 2007, also kurz bevor Social Media sich als Hauptschauplatz für unser aller *claims to fame* etablierten, hat der britische Künstler Phil Collins in Kolumbien, der Türkei und Indonesien Fans der Indie-Rock-Kultband *The Smiths* zu Karaoke-Sessions eingeladen – z.B. mit Plakaten, auf denen mit der Aussicht geworben wurde, die Plätze zu tauschen, vom Bewunderer zum «Superstar» zu werden («;TU OPORTUNIDAD DI BRILLAR!»). *the world won't listen*, der Titel des Smiths-Albums von 1987, dessen Instrumentalversion Collins von kolumbianischen Musikern hat einspielen lassen, erweist sich dabei auch als Versprechen, das nur halb eingelöst wurde: Als dreikanalige Videoarbeit wurden die Mitschnitte der Sessions auf internationalen Ausstellungen gezeigt.

Trotzdem wird hier niemand vorgeführt. Wenn der Enthusiasmus der Amateur_innen, die in selten akzentfreiem Englisch über die universellen Rock-Themen Liebe, Sehnsucht, Unverständlichkeit ebenso wie über die Thatcher-Politik der 1980er Jahre singen, Züge von Camp trägt, dann nicht, weil hier irgendetwas «so bad it's good» wäre. Die Ernsthaftigkeit der Aneignung, auch wenn sie offensichtlich Spaß macht, führt das Potenzial von Popmusik vor Augen, bei aller Zugänglichkeit für alle jetzt gerade mir allein zu gehören – ein Moment, der beim Karaoke mit dem Publikum vor Ort geteilt wird. Als Lückentext, in den man sich mit Leidenschaft und Fan-Expertise eintragen darf, ermöglicht Karaoke eine Form der Beteiligung, die – erst recht in einer semi-öffentlichen Live-Situation – all die affektiven Übertragungen zwischen Stars und Fans <unmittelbar> zu mobilisieren scheint, um deren Ermöglichung wir derzeit in anderen mediengestützten Partizipationskulturen so offensichtlich bemüht sind.

Doch auch wenn man beim Anblick dieser Micro-Celebrities *avant la lettre* nostalgisch werden möchte: Die Anwesenheit von Medien – Mikrofone, Fototapeten mit dem Effekt von «Globalkolorit» – erinnert daran, dass Unmittelbarkeit, «das Versprechen der Pop-Musik», gleichzeitig «Ergebnis eines Mittels, ein Medieneffekt» ist.¹ Bleibt also der Genuss an der Vermittlung, wie bei dieser Dokumentation, die ebenfalls durch Auslassung (der Tonspur, der Bewegungen) Assoziationsräume eröffnet – wenn etwa die von Smiths-Sänger Morrissey proklamierte «omnisexuality» in einem androgynen Wesen wiederbegegnet, dessen T-Shirt andeutet, dass Stars ebenso von einem anderen Stern wie mitten unter uns sind.

¹ Diedrich Diederichsen:
Über Pop-Musik, Köln 2014, XXIV.

HANG THE DJ HANG THE DJ

THE SMITHS KARAOKE

Dünyanın tüm
cekingen ~~tatminsiz~~ güzel
kaybedenleri için
18-19-20-21 Ağustos'ta
İstanbul'da yeni bir film çekiliyor.

ILETİŞİM: thesmithskaraoke@yahoo.com.tr
TEL: 0538 459 3064

DUNIA TAK AKAN MENDENGAR ~~the smiths~~ KARAOKE

★★★★★
ini kesempatan anda
untuk tunjukkan diri

- Untuk si Pemalu
- Untuk Superstar yang tinggal di rumah saja
- Untuk para Narsis

Sebuah film baru
yang akan di buat di Jakarta dan Bandung pada bulan Maret
bersama para penggemar The Smiths

8 dan 9 Maret 2007

Bagi yang ingin berpartisipasi di film ini, email ke :
thesmithskaraokejakarta@yahoo.com
thesmithskaraokebandung@yahoo.com
telp / 0811-178-539

sarkıları unutma
ni ağlatan
tını kurtaran sarkıları

NO ESCUCHAR

EL KARAOKE DE LOS SMITHS

LOS TIMIDOS, LOS INSATISFICIOS,
LOS NARCISOS, LOS ESTÍLOS, LAS DE
DUCHA Y TODOS AQUELLOS QUI
QUIERAN SER OTRO(A) POR UNA NO

Nuevo Karaoke Video que se Grava
Durante la noche con Fans de los Smiths en Be

LA OPORTUNIDAD DE BRILLAR

LLAMA A: 245 10 40

email: ilovethesmiths@michica.org

Hang The DJ

the smiths KARAOKE

ini kesempatan anda
untuk tunjukkan diri

- Untuk Penyuluhan
- Untuk Superstar yang tinggal di rumah saja
- Untuk Narsis

Sebuah film baru
yang akan di buat di Jakarta dan Bandung pada bulan Maret
bersama para penggemar The Smiths

15, 16, 17, 18 Maret 2007

Bagi yang ingin berpartisipasi di film ini, email ke :
thesmithskaraokejakarta@yahoo.com
thesmithskaraokebandung@yahoo.com
telp / 0811-178-539

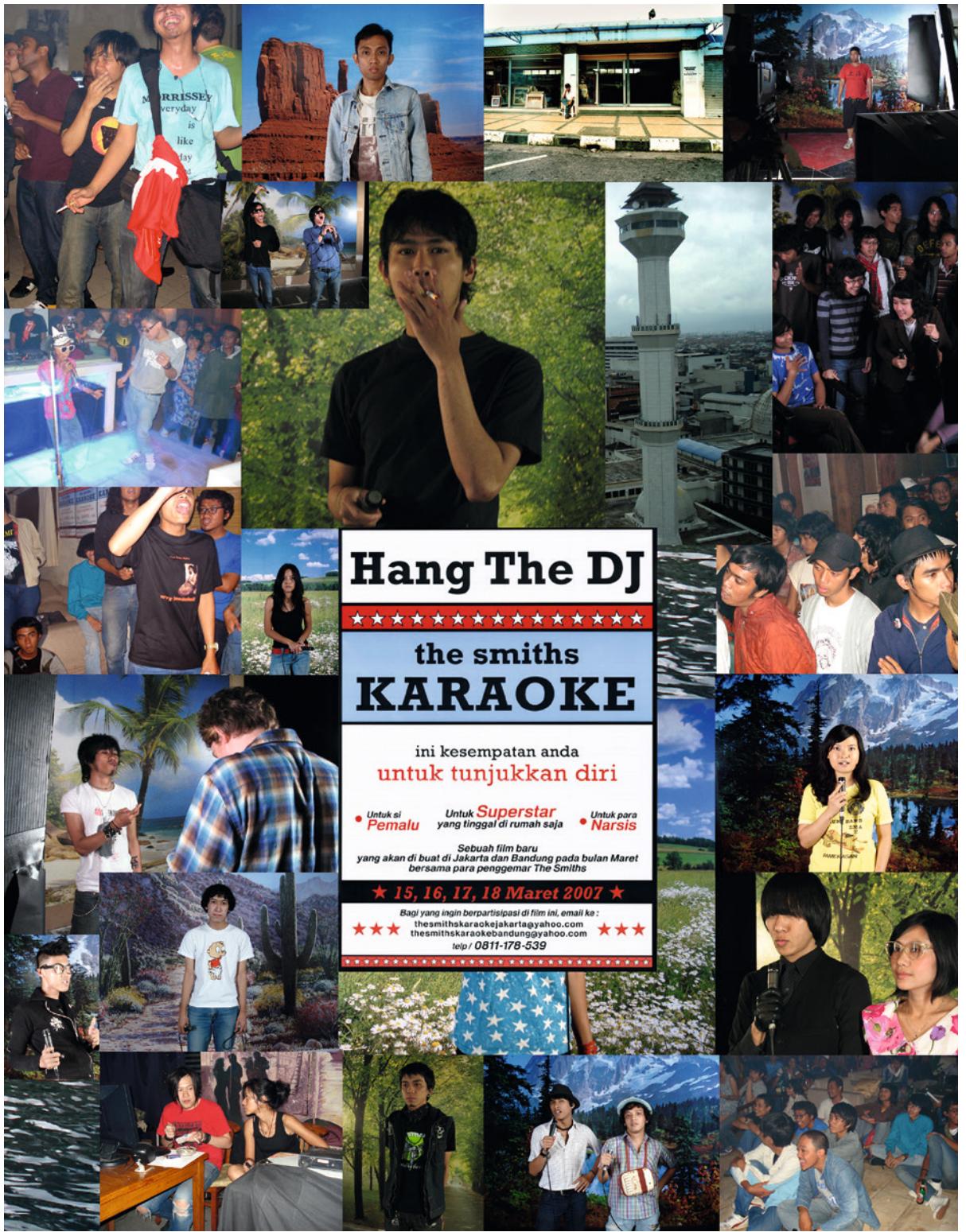
Hang The DJ
DÜ

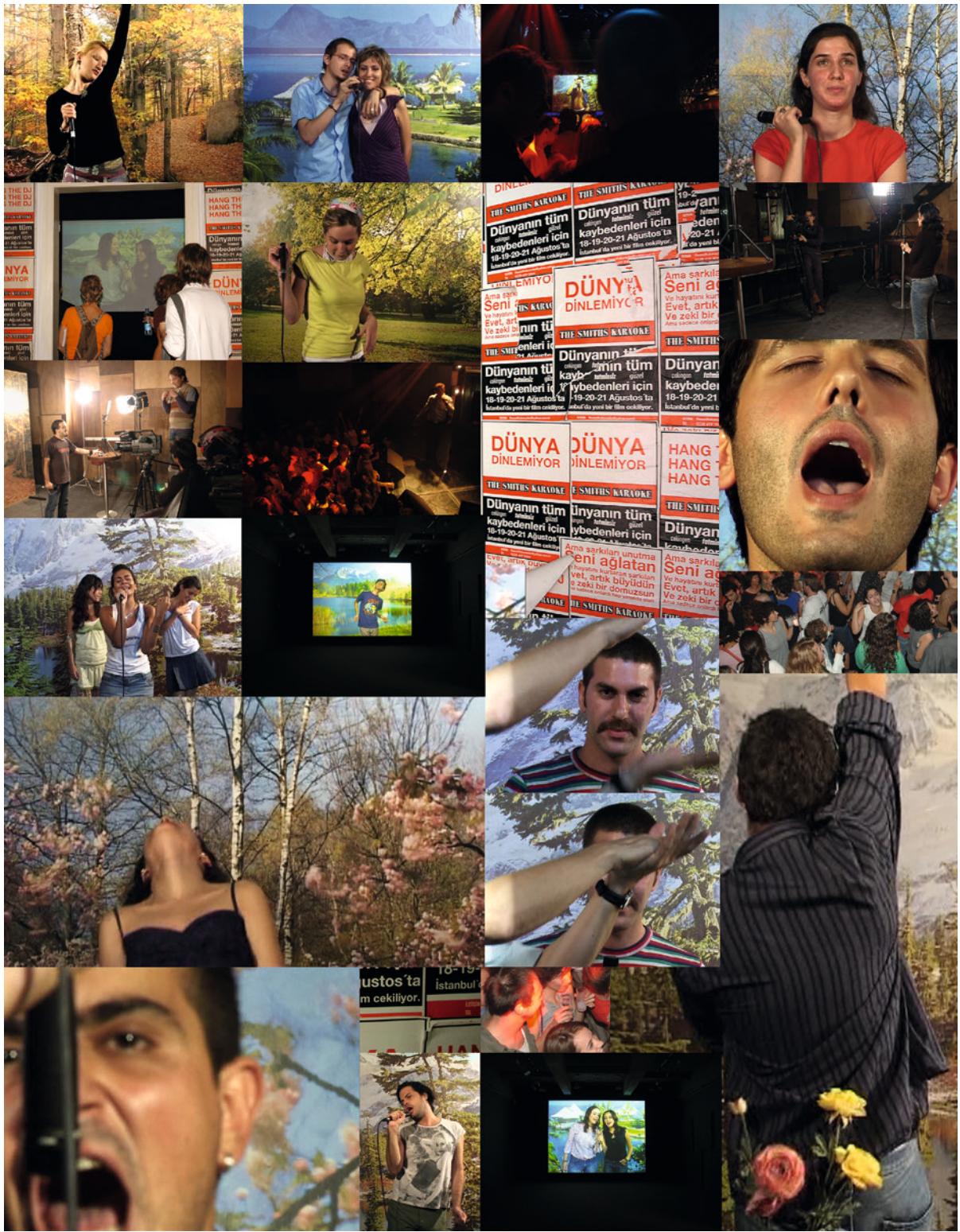














Stills aus: Phil Collins, *the world won't listen*, 2004–2007.
Synchronisierte Drei-Kanal-Videoinstallation in Farbe und mit Tonspur, 56 Minuten.
Courtesy Shady Lane Productions, Berlin