

## 4.1 Autor/Star

In der Medienkulturwissenschaft geht es nicht nur darum, wie Menschen willentlich Medien ‚nutzen‘, sondern auch darum, wie Menschen Medien ‚unterworfen‘ sind. Diese Überlegungen wurden vor allem durch Konzepte eines veränderten Subjektbegriffs in den Kultur- und Sozialwissenschaften angeregt, die weniger auf autonome, mit freiem Willen handelnde Menschen, sondern auf Dezentralität setzen (vgl. Stäheli 2000: 47ff.).

Medien formieren kulturelle Ordnungen (vgl. Kap. 1.3), in denen auch den Menschen immer wieder neue Plätze zugewiesen werden, mittels derer sie adressiert werden. An dieser Stelle könnte man auf verschiedene Medientheorien und Mediengeschichten zurückblicken und noch einmal zusammenstellen, welche Konzepte des Menschen durch Medien formiert werden: typographische und graphische Menschen bei McLuhan, Autorsubjekte bei Kittler (vgl. Kap. 2.2), Manipulateure bei Enzensberger oder Konsumenten bei Adorno und Horkheimer (vgl. Kap. 2.3). Zugespitzt ließe sich formulieren: „Mensch und Medium sind in ein Figurationsverhältnis eingespannt, das die Rede über den Menschen als Spiegelseite einer Rede über die Medien aufscheinen lässt“ (Rieger 2001: 13) oder, prägnanter formuliert: Der Mensch fungiert als „**Medium der Medien**“ (ebd.: 17).

(Massen-)Medien differenzieren darüber hinaus **Adressenordnungen** aus, um Kommunikation wahrscheinlicher zu machen, um die Adressaten erreichbar und zugleich die Kommunikation auf einen Adressanten zurückrechenbar zu machen (vgl. Jäger 2004: 74ff.). Eines der ältesten – wenn auch keinesfalls das einzige – Verfahren der Adressierung ist die Benennung. Namen lassen Kommunikation auf individualisierte Menschen zurechnen, wie an so unterschiedlichen ‚Berühmtheiten‘ wie Johann Wolfgang von Goethe, Sarah Bernhardt, Ingrid Bergmann, Madonna oder Harald Schmidt deutlich wird. Die im Folgenden beschriebenen Begriffe des Autors und des Stars werden hier als Adressen vorgestellt, in denen sich medial induzierte Konzepte des Menschen und eine **Semantik der Individualität** überkreuzen.

### Was ist ein Autor?

Die Konzeption des Autors in der Medienkulturwissenschaft lässt sich vor allem vor dem Hintergrund von literaturwissenschaftlichen Konturen beleuchten, die Michel Foucault wie folgt beschreibt:

Der Begriff Autor ist der Angelpunkt für die Individualisierung in der Geistes-, Ideen- und Literaturgeschichte, auch in der Philosophie- und Wissenschaftsgeschichte. Selbst wenn man heute die Geschichte eines Begriffs, einer literarischen Gattung oder eines bestimmten Philosophietyps nachzeichnet, glaube ich, betrachtet man diese Einheiten wohl als relativ schwache, zweitrangige und überlagerte Ordnungsprinzipien, verglichen mit der ersten, soliden und grundlegenden Einheit: Autor. (Foucault [1969] 1988: 10)

Der Autor – genauer gesagt: sein Name – erhält damit eine „**klassifikatorische Funktion**“, die Texte gruppiert, sie abgrenzt und andere ausschließt (ebd.: 17). Ein – philosophischer, bildkünstlerischer oder literarischer – Text eines Autors wird zu dessen Werk gezählt, und ihm wird damit Bedeutung und Wert zugeschrieben (vgl. ebd.: 19). Dass sich die Kanones vieler geisteswissenschaftlicher Disziplinen noch heute oft aus der Summe zentraler Autoren und ihrer Werke zusammensetzen, zeigt ein Blick in die Vorlesungsverzeichnisse von Universitäten, in denen Veranstaltungen zu Aristoteles, Hegel oder Nietzsche, zu Dürer, Rembrandt oder Matisse sowie zu Goethe, Büchner oder Rilke angeboten werden. Die Namen dienen dabei als Adressen, auf die Kommunikate zurückgerechnet werden. Foucault kritisiert die Selbstverständlichkeit dieser Ordnung. Er stellt die Frage, welche Texte zu einem Werk gehören sollen – so zum Beispiel auch eine „Wäschereirechnung in einem Notizbuch voller Aphorismen“? (ebd.: 13).

Foucault vermutet, dass das Konzept des Autors seine Entstehung im Urheberrecht hat. Dieses in europäischen Staaten zuerst im 18. Jahrhundert eingeführte Recht sollte die grassierende Praxis der Nachdrucke von Büchern eindämmen, indem es den Inhalt eines Buchs einem Eigentümer zuschrieb. Gerhard Lauer merkt allerdings an, dass erst „mit der Entwicklung des Urheberrechts aus dem Geist des Privilegienzeitalters“ Texte freier zirkulieren konnten (Lauer 2002: 473). Die literarische Adressenordnung des Autorbegriffs ließ somit Literatur erst zu einem Massenmedium werden. Von diesem Zeitpunkt an bestand die Möglichkeit für Schriftsteller, unterschiedliche Rollen einzunehmen: Der Autor als **Originalgenie** – wie ihn beispielsweise Edward Young in der Mitte des 18. Jahrhunderts vom Regelpoeten

abgrenzte – ist nur eine spezifische Konzeption der Autoradresse, weitere sollten folgen, wie beispielsweise der Autor als „Stimme des Volkes, als aleatorischer Generator einer *écriture automatique* oder als Provokateur der Antikunst“ (ebd.: 474).

Die *Literaturwissenschaft* als Beobachterin literarischer Kommunikation wiederum entwickelte aus ihrer epistemischen Struktur heraus ebenfalls spezifische Autoradressen. Aleida Assmann beschreibt die im 19. Jahrhundert stattfindende Kanonisierung in der *Literaturgeschichte* als einen kulturellen Wettbewerb europäischer Nationalstaaten, „ihre nationalen Klassiker zu identifizieren, zu edieren und zu kommentieren“ (Assmann 1996: 22). Der Autorname hat damit, wie bei Foucault angedeutet, eine selektive Funktion: Indem ein Text als zugehörig zu dem Werk eines – möglichst genialischen – Autors gerechnet wird, lässt sich der Aufwand der Edition rechtfertigen (vgl. ebd.: 22). Damit verbunden entwickelte sich im Bereich der *Literaturinterpretation* eine Autoradresse, welche die Bedeutung literarischer Texte durch die Rekonstruktion der Intention ihrer Autoren zu erschließen versuchte.

Dagegen wandte sich unter anderem der New Criticism in seiner Feststellung, dass für die Rezeption eines Textes die ursprüngliche Intention des realen Autors nicht relevant sein müsse. Roland Barthes verschärfte die Kritik an intentionaler Interpretation unter dem polemischen Titel *Der Tod des Autors*. Nach Barthes zerstört die Schrift jeden Ursprung, indem sie den Autor tötet (vgl. Barthes [1968] 2002: 104). Durch diese Zerstörung weckt sie allerdings ein Interesse, genau jene getötete, unbekannte Instanz kennen zu lernen. Der Autor wird damit als Adresse des geistigen Ursprungs zu einer Projektionsfläche: man möchte glauben, ein Text ließe sich nur voll und ganz verstehen, wenn man sich in den Autor hineinversetze. Als Gegenmodell empfiehlt Barthes, die Einheit eines Textes in der Instanz des Lesers zu suchen. Erst im Leser laufen alle textuellen Fäden zusammen (vgl. ebd.: 109f.). Auch der Autor ist nach Barthes und vor dem Hintergrund intertextueller Überlegungen lediglich Leser fremder Rede.

Auf diesen ‚**Tod des Autors**‘ reagieren Literaturwissenschaftler in den letzten Jahren mit dem Schlagwort von der ‚**Rückkehr des Autors**‘. Sie weisen darauf hin, dass schon vor dem 20. Jahrhundert autorkritische neben autorzentrischen Konzepten in der Literaturwissenschaft formuliert worden seien. Statt eines blinden Streichens der Frage nach dem Autor aus dem

Untersuchungskatalog der Literaturwissenschaft fordern sie eine differenzierende Betrachtung systematischer und historischer Autoradressen vor dem Hintergrund ihrer jeweiligen theoretischen Begründung und in ihrer Funktion, was die Konstitution von Bedeutung betrifft (vgl. Jannidis u. a. 1999: 15ff.).

Eine ähnliche Perspektive lässt sich in der Medienkulturwissenschaft vor dem Hintergrund medienvergleichender Fragestellungen einnehmen. So wurde im Filmsystem der marginalisierte Begriff des Autors erst in den 50er Jahren durch französische Filmkritiker der Zeitschrift *Cahiers du Cinéma* im Zuge einer **politique des auteurs** stark gemacht. Die Strategie hierbei war, spezifische Filme als Kunst aufzuwerten, indem sie über ihre Zugehörigkeit zu einem Autor ‚kanonisiert‘ wurden. Diese Autorentheorie bedeutete vor allem den „Versuch, der industriell-technischen Produktionsweise eine identifizierbare, kulturell anerkannte und etablierte Figur – die Autorität des Autors als Bürgen der Kunst – einzuschreiben oder aus diesen Prozessen herauszuschälen“ (Brauerhoch 1991: 7). Gegenüber dem Begriff des Filmgenres (vgl. Kap. 4.2) wurde der Begriff des Autorenfilms vorgeschlagen, um den Film nicht als wirtschaftliches Gut, sondern als künstlerisches Werk zu betrachten. Durch Andrew Sarris wurden in den 60er Jahren diese eher polemischen Überlegungen in die amerikanische Filmtheorie als **auteur theory** übernommen, wo sie mit ähnlichen Problemen konfrontiert waren wie der literaturwissenschaftliche Autorbegriff (vgl. Phillips 1996: 150).

Zum einen ähnelt die Bandbreite der filmwissenschaftlichen Forschung der literaturwissenschaftlichen: Unterschiedliche ästhetisch-programmatische Konzepte von Autorschaft und institutionelle Wandlungen, wie die Einführung des Packaging nach dem Zusammenbruch des amerikanischen Studiosystems (vgl. Kap. 3.3), fordern ebenfalls eine differenzierende Betrachtung systematischer und historischer Autoradressen. Zum anderen wird der Konstruktionscharakter des Autors/Auteurs beim Film besonders deshalb nachvollziehbar, weil seine Herstellungsprozesse auf Grund der starken Arbeitsteiligkeit eher mit Begriffen der Teamkreativität zu beschreiben sind – die Autorität, als Bürge der Qualität eines Films zu gelten, wurde allerdings zumeist nicht der Gruppe der am Schaffensprozess beteiligten Personen zugeschrieben, sondern vor allem dem Regisseur (vgl. Ruchatz 2001b: 221). Insbesondere Drehbuchautoren kritisierten diese Praxis, sie klagten immer wieder, als indi-

viduelle Quelle der Originalität eines Films nicht genügend gewürdigt zu werden und im Schatten der Regisseure zu stehen (vgl. für den deutschen Kontext Märthesheimer 1991). An diesen Überlegungen wird bereits deutlich, dass Autorkonzepte in der Medienkulturwissenschaft immer aus der Doppelperspektive der jeweiligen medialen Adressenordnung und transmedialer Wechselwirkung zu beleuchten sind.

### Was ist ein Star?

Neben dem Autorregisseur ist noch ein weiteres Konzept von Individualität im filmischen Diskurs einflussreich gewesen, das des Stars. Jens Ruchatz erläutert die Komplementarität beider Adressen:

Bei diesem Begehren nach Nähe, nach der Biografie, der Persönlichkeit, dem Bild des Autors sind Berührungspunkte zum Stardiskurs unabweisbar, wobei dort freilich umgekehrt der Körper des Stars Anlaß zu Projektionen gibt, wohingegen beim Autor dem Zeichenkomplex, dem Textkörper, nachträglich ein physischer Körper untergeschoben wird. (Ruchatz 2001b: 220)

Ein Star kann definiert werden als „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“ (Ruchatz 2001a: 333). Diese Definition umfasst allerdings nicht nur Filmstars, sondern auch Performer, die auf Bühnen auftreten, vor allem ‚interessante‘ Schauspieler, die man im 19. Jahrhundert noch als Virtuosen bezeichnete.

Die historische Entstehung des **Virtuosentums** beschreibt Richard Sennett im Zusammenhang seiner Geschichte der Unterscheidung von öffentlicher und privater Sphäre (vgl. Sennett [1974] 1998). Während die Familie im 18. Jahrhundert immer stärker zum Hort des Privaten wird, entsteht in den Städten eine Umgebung der Zivilisation, die als Öffentlichkeit bezeichnet wird. Die Figur des *public man*, der in die Öffentlichkeit hinausgeht und damit eine soziale Adresse erhält, spaltet sich im 19. Jahrhundert in zwei unterschiedliche Konzepte auf: in Akteure und Zuschauer. Nur noch wenige sind bereit, in der Öffentlichkeit sichtbar zu sein – in erster Linie Künstler, die auf Bühnen auftreten. Paradigmatisch werden der Violinist Niccolò Paganini, der Pianist Franz Liszt, vor allem aber die Schauspieler an den Pariser Boulevardtheatern, wie Frédérick Lemaître und Marie Dorval, als

Virtuosen bezeichnet. Die Zuschauer schwärmen von Paganinis Präsenz auf der Bühne – denn entscheidend ist für das Virtuositum die konkrete Interaktion im Rahmen des Spiels (vgl. Engell 1995: 298). Man ist bei Paganini durch die inszenierten Schockerlebnisse beeindruckt und doch „konnten die Musikkritiker nie recht sagen, was eigentlich so außergewöhnlich an ihm war“ (Sennett [1974] 1998: 259).

Sobald die Leute nicht mehr ins Theater gehen, um ein bestimmtes Stück zu sehen, sondern um ‚Lemaître‘ spielen zu sehen, ändert sich auch die Ordnung der Texte im Medium Theater. Nicht die Stücke eines bestimmten Autors oder eines bestimmten Genres werden jetzt in einen Zusammenhang gestellt, sondern diejenigen Auftritte des gleichen Virtuosen. Man sieht nun in jedem von Darstellungskonventionen abweichenden Akt nicht etwa eine spezifische Inszenierung, sondern einen Hinweis auf die (großartige) Persönlichkeit des ausführenden Virtuosen (vgl. ebd.: 262). Somit ist nicht mehr das Theaterstück Ziel eines Theaterbesuchs, sondern die **Präsenz** des schauspielenden Virtuosen, der selbst als Text gelesen wird.

Um die Virtuosen im Sinne von Ruchatz auch als Stars zu bezeichnen, fehlt allerdings noch ein weiteres Kriterium. Nicht nur das Interesse an der performativen Rolle, sondern auch das Interesse an der Privatperson stieg an. Die Theaterschauspielerinnen Sarah Bernhardt und Eleonora Duse, deren Karrieren in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts begannen, sind die berühmtesten Beispiele für die Weiterentwicklung des Virtuosenkults. Nicht mehr nur die Leistungen auf der Bühne, sondern auch das Privatleben steht nunmehr im Zentrum des öffentlichen Interesses (vgl. ebd.: 273).

Diese Konstellation nennt Ruchatz „**Stardispositiv**“, weil sie Individualität konstituiert „und zwar durch die mediale Beobachtung einer prominenten Person, die auf ihre Einheit und Unverwechselbarkeit hin perspektiviert wird“ (Ruchatz 2004: 175). In welcher Verbindung allerdings Theatervirtuosen und Filmstars stehen, ob letztere als Weiterentwicklungen ersterer zu begreifen sind, ist umstritten (vgl. Garncarz 1989: 322ff.; Engell 1995: 297ff.).

Richard Dyer hat die zunächst gesellschaftsorientierten Untersuchungen von Stars, die oftmals einen kulturkritischen Hintergrund hatten, durch eine semiotische Ebene ergänzt. Er entwickelte das Konzept des ‚**star image**‘, unter dem der Star adressierbar wird: „This image is found across a range of media texts“ (Dyer 1979: 68); zu diesen Medientexten gehören ne-

ben den Filmen auch Interviews, Berichte und Werbekampagnen. Dieses Konzept ist deswegen so entscheidend, weil es die bisher vorherrschende Perspektive, das ‚wahre Leben‘ von Stars zu untersuchen, verschiebt: Sichtbar – und damit Ziel filmwissenschaftlicher Untersuchungen – ist nach Dyer nur das Image der Stars und damit ihre Zeichenhaftigkeit.

Darüber hinaus formulierte Dyer die Vorstellung vom Film als Vehikel für das Image eines Stars: In diesem Konzept steht die Überlegung im Vordergrund, dass nicht nur Stars verwendet wurden, um einen Film zu profilieren, sondern umgekehrt Filme einem spezifischen Image zur Geltung verhelfen sollten. Spätestens seit Ende der 70er Jahre ist das Star-Konzept damit in der filmwissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Hollywood-Kino ein etablierter Ansatz neben Genre- und Auteur-Theorie, um industrielle Produktionsprozesse, textuelle Bedeutungen und Erwartungen der Zuschauerschaft zu untersuchen (vgl. Phillips 1996: 123).

Eine für die Lektüre von Stars in Erzählungen des klassischen Hollywoodkinos aufschlussreiche Perspektive nimmt Lorenz Engell ein. Er bezeichnet das filmische Starsystem als ein „sinnkonstituierendes System“. Erst durch Stars erhalten Filme einen „inneren Kristallisationspunkt“ (Engell 1995: 297ff.). Von diesem Punkt aus können Star und filmische Umgebung (Umfeld, Nebenfiguren) unterschieden werden. Dieses **Sinnzentrum** organisiert die vormals hierarchiefreien Bilder eines Films und stellt somit den zentralen Referenzpunkt für eine innere Ordnung der filmischen Erzählung dar. Dadurch wird eine Kommunikationssituation inszeniert, die dem Rezipienten ermöglicht, sich für den Kommunikationspartner eines Stars zu halten (vgl. ebd.: 305).

Ausgehend von dieser Konzeption im Hollywood-Studiosystem transformiert sich der Star in der Filmgeschichte im Wechselspiel mit ästhetischen und institutionellen Veränderungen. Für die Lektürepraxis bleibt hier – ebenso wie beim Autorkonzept – festzuhalten, dass Stars in Medientexten nicht als real existierende Menschen zu lesen sind, sondern als personale Adressen, die durch mediale Adressenordnungen und diskursive Vorstellungen von Individualität präfiguriert sind.

### Neue Medien, neue Adressenordnungen, neue Personenkonzepte

An den Beispielen Literatur, Theater und Film wurde gezeigt, wie Medien Konzepte individueller Menschen formieren. Für die medienkulturwissenschaftliche Perspektive zeigt sich dabei wieder die Wichtigkeit des Medienvergleichs, um auch die Unterschiede in der Prägung dieser Konzepte durch verschiedene Medien aufzuzeigen.

Als abschließendes Beispiel lohnt ein Blick auf das neuere Medium Fernsehen, das personale Adressenordnungen neu konfiguriert. Im öffentlich-rechtlichen Fernsehen lässt sich beispielsweise nachweisen, dass Regisseure des frühen Fernsehspiels ebenso als Autoren bezeichnet werden wie die deutschen Autorenfilmer der Zeit (vgl. Brauerhoch 1991: 21ff.). Vor dem Hintergrund des amerikanischen Fernsehens wiederum grenzt zum Beispiel John Langer vom filmspezifischen ‚**Star System**‘ ein fernsehspezifisches ‚**Personality System**‘ ab. Er geht davon aus, dass das Fernsehprogramm andere Adressen für Menschen herausbildet: Personalities seien nicht mehr überlebensgroße Idealisierungen, sondern normaler Teil der Welt der Zuschauer, nicht von ihnen distanziert, sondern in intimer Nähe, sie träten nicht mehr vereinzelt, sondern regelmäßig auf (vgl. Langer [1981] 1997: 167ff.). Schon Daniel Horton und Richard Wohl hatten herausgestellt, dass es nicht mehr nur der Schauspieler ist, der als Individuum im Fernsehen eine Adresse erhält, sondern beispielsweise auch ein Quizmaster, ein Ansager oder ein Interviewer. Vergleichend zu Engells Filmstarkonzept bildet hier die Persona ein Sinnzentrum, das andere Unterscheidungen zur televisuellen Umgebung ermöglicht, beispielsweise zu dem Saalpublikum, den Assistenten oder Gästen. Die spezifische Kommunikationssituation, die in diesem Medium inszeniert wird, nennen Horton und Wohl „parasoziale Interaktion“ – eine „Illusion einer face-to-face-Beziehung zwischen Publikum und Performer“ (Horton/Wohl [1965] 1998: 74).

Dieses abschließende Beispiel zeigt erneut, dass auch bei performativen Adressen die Ordnung, in welche die Person eingebettet wird, eine entscheidende Rolle spielt. Ob es sich um ein Spiel im Theater, eine Erzählung im Film oder ein Programm im Fernsehen handelt, welche Gattungs- und Genrekonzepte in die Texte eingeschrieben sind, prägt die Adressierung von Individuen. Neue Medien, die beispielsweise über Netzwerke wie das Internet funktionieren, aber auch Entwicklungen in der Theoriebildung las-

sen dabei die noch von Sennett beobachtete Unterscheidung zwischen Zuschauern und Akteuren konstruiert oder zumindest spezifisch historisch erscheinen. Aktuelle medienkulturwissenschaftliche Forschungen fragen vielmehr danach, wie Medien situationsbezogen immer wieder auf neue Weise *agency* („Handlungsmacht“) und *patienthood* („Behandlung“) verteilen und damit als Netzwerk von Menschen, Subjekten, Individuen auf der einen sowie Zeichen und Techniken auf der anderen Seite funktionieren (vgl. Gell 1998; Latour 1996).

(Günter Blamberger/Björn Bohnenkamp)

### Zitierte Literatur

- Assmann, Aleida. 1996. „Schrift und Autorschaft im Spiegel der Medien-  
geschichte“, in: Wolfgang Müller-Funk/Hans Ulrich Reck (Hg.): *Insze-  
nierte Imagination. Beiträge zu einer historischen Anthropologie der Medien*. Wien/  
New York, S. 13-24.
- Barthes, Roland. [1968] 2002. „Der Tod des Autors“, in: Uwe Wirth (Hg.):  
*Performanz. Zwischen Sprachphilosophie und Kulturwissenschaften*. Frankfurt/  
M., S. 104-110.
- Brauerhoch, Annette. 1991. *Zwischen Literatur und Fernsehen. Konzepte des Au-  
torenfilms*. Siegen.
- Dyer, Richard. 1979. *Stars*. London.
- Engell, Lorenz. 1995. *Bewegen beschreiben. Theorie zur Filmgeschichte*. Weimar.
- Foucault, Michel. [1969] 1988. „Was ist ein Autor“, in: ders.: *Schriften zur  
Literatur*. Frankfurt/M., S. 7-31.
- Garncarz, Joseph. 1989. „Die Schauspielerin wird Star. Ingrid Bergmann –  
eine öffentliche Kunstfigur“, in: Renate Möhrmann (Hg.): *Die Schauspiele-  
rin. Zur Kulturgeschichte der weiblichen Bühnenkunst*. Frankfurt/M., S. 321-  
344.
- Gell, Alfred. 1998. *Art and Agency. Towards a New Anthropological Theory*. Ox-  
ford.
- Horton, Donald/R. Richard Wohl. [1956] 1998. „Massenkommunikation und  
parasoziale Interaktion“, in: Ralf Adelman u. a. (Hg.): *Grundlagentexte  
zur Fernsehwissenschaft*. Konstanz, S. 74-104.

- Jäger, Ludwig. 2004. „Die Verfahren der Medien. Transkribieren – Adressieren – Lokalisieren“, in: Jürgen Fohrmann/Erhard Schüttpelz (Hg.): *Die Kommunikation der Medien*. Tübingen, S. 69-70.
- Jannidis, Fotis u. a. 1999. „Rede über den Autor an die Gebildeten unter seinen Verächtern. Historische Modelle und systematische Perspektiven“, in: dies. (Hg.): *Rückkehr des Autors*. Tübingen, S. 3-35.
- Langer, John. [1981] 1997. „Television's ‚Personality System‘“, in: Tim O'Sullivan/Yvonne Jewkes (Hg.): *The Media Studies Reader*. London u. a., S. 164-171.
- Latour, Bruno. 1996. „On Actor-Network-Theory: A Few Clarifications“, in: *Soziale Welt*. 4/47, S. 369-381.
- Lauer, Gerhard. 2002. „Offene und geschlossene Autorschaft. Medien, Recht und der Topos von der Genese des Autors im 18. Jahrhundert“, in: Heinrich Detering (Hg.): *Autorschaft*. Stuttgart/Weimar, S. 461-478.
- Märthesheimer, Peter. 1991. „Herr Schmidt schreibt einen Film und keiner weiß es“, in: Jochen Brunow (Hg.): *Schreiben für den Film*. München, S. 10-25.
- Phillips, Patrick. 1996. „Genre, Star and Auteur: an Approach to Hollywood Cinema“, in: Jill Nelmes (Hg.): *An Introduction to Film Studies*. London.
- Rieger, Stefan. 2001. *Die Individualität der Medien. Eine Geschichte der Wissenschaften vom Menschen*. Frankfurt/M.
- Ruchatz, Jens. 2001a. „Personenkult. Elemente einer Mediengeschichte des Stars“, in: Annette Keck/Nicolas Pethes (Hg.): *Mediale Anatomien*. Bielefeld, S. 331-349.
- Ders. 2001b. „Rohmer par Rohmer. Oder: Wie konstruiert sich ein Autor?“, in: Uta Felten/Volker Roloff (Hg.): *Rohmer intermedial*. Tübingen, S. 217-235.
- Ders. 2004. „Geschichte der Individualität. Eine medienwissenschaftliche Perspektive“, in: Fabio Crivellari/Kay Kirchmann/Marcus Sandl/Rudolf Schlögl (Hg.): *Medialität der Geschichte und Historizität der Medien*. Konstanz, S. 163-180.
- Sennett, Richard. [1974] 1998. *Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität*. Frankfurt/M.
- Stäheli, Urs. 2000. *Poststrukturalistische Soziologien*. Bielefeld.
- Young, Edward. 1759. *Conjectures on Original Composition*. London.

### Ergänzende Literatur

- Andriopoulos, Stefan/Gabriele Schabacher/Eckhard Schumacher (Hg.). 2001. *Die Adresse des Mediums*. Köln. *Zusammenstellung von Aufsätzen, die das Verhältnis von Adressenbildung und Medien aufschlüsseln*.
- Foucault, Michel. 1966. *Die Ordnung der Dinge*. Frankfurt/M. *Problematisiert unter anderem die epistemischen Voraussetzungen, unter denen Menschen in den Humannwissenschaften in den Blick genommen werden*.
- Fuchs, Peter/Andreas Göbel (Hg.). 1994. *Der Mensch – das Medium der Gesellschaft?*. Frankfurt/M. *Hier werden unterschiedliche Überlegungen vorgestellt, den Menschen aus einem systemtheoretischen Blickwinkel – der in diesem Kapitel vernachlässigt werden musste – zu untersuchen*.
- Hill, John/Pamela C. Gibson (Hg.). 1998. *The Oxford Guide to Film Studies*. New York. *Die Aufsätze zu „Autorship and Hollywood“ (Stephen Crofts) und „The Star System and Hollywood“ (Jeremy G. Butler) bieten einen guten Überblick über filmwissenschaftliche Fragestellungen zu Autor und Star und sind durch ihre Literaturangaben ein guter Beginn der weiterführenden Recherche*.
- Jannidis, Fotis u. a. (Hg.). 2000. *Texte zur Theorie der Autorschaft*. Ditzingen. *Zusammenstellung zentraler Primärtexte zum literaturwissenschaftlichen Autorkonzept, z. B. die Ansätze von Barthes und Foucault*.
- Keck, Annette/Nicolas Pethes (Hg.). 2001. *Mediale Anatomien*. Bielefeld. *Die Beiträge dieses Sammelbands skizzieren Anregungen zu einer Medienanthropologie, d.h. zu einer Untersuchung des Bilds des Menschen in den Medien*.
- Luhmann, Niklas. 1989. „Individuum, Individualisierung, Individualismus“, in: ders.: *Gesellschaftsstruktur und Semantik*. Band 3. Frankfurt/M., S. 149-258. *Systemtheoretische Perspektive, die Individualität als eine spezifische Semantik in den Blick nimmt*.
- Marti, Urs. 1999. *Michel Foucault*. München. *Verständliche Einführung in das Denken Michel Foucaults*.
- Plumpe, Gerhard. [1992] 1997. „Autor und Publikum“, in: Helmut Brackert/Jörn Stückrath (Hg.): *Literaturwissenschaft. Ein Grundkurs*. Hamburg, S. 377-391. *Systemtheoretisch informierte Perspektive auf den literaturwissenschaftlichen Autorbegriff*.
- Silverman, Kaja. 1984. *Subject and Semiotics*. New York. *Gut verständliche Zusammenstellung des Problemfelds Subjekt und Semiotik, beginnt mit der Erläuterung theoretischer Grundlagen (Saussure, Barthes, Derrida u. a.), erläutert Ver-*

*knüpfungen aus psychoanalytischer Perspektive (Freud, Lacan) und führt das filmtheoretische Problemfeld des Suture aus.*

### **Fragen**

- Wie lassen sich unter der Perspektive des Medienvergleichs die Konzepte Autor und Star lesen?
- Wie hängt der Autorbegriff mit der Ausdifferenzierung von Hollywood und Konzepten des Gegenkinos zusammen?
- Versuchen Sie, vor dem Hintergrund der Überlegungen dieses Kapitels, in den Massenmedien präsente Personen wie beispielsweise Harald Schmidt, Sir Peter Ustinov oder Nora Tschirner als Texte zu lesen.
- Diskutieren Sie Autorkonzepte vor dem Hintergrund digitaler Medien.