

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	7
CELEBRITIES, STARS, PROMINENTE: STRATEGIEN DER INSZENIERUNG	
<i>Georg Franck</i> Celebrities: Elite der Mediengesellschaft?	13
<i>Alrun Seifert</i> /Celebrity/ – Versuch einer Begriffsbestimmung	25
<i>Hans Mathias Kepplinger</i> Fixsterne und Sternschnuppen. Zum Verhältnis von Sachkompetenz und Image in der Politik	39
<i>Christian Schicha</i> Skandal! – Private und politische Verfehlungen in den Medien	51
<i>Christoph Jacke</i> Meta-Stars: Ausdifferenzierung und Reflexivisierung von prominenten Medienfiguren als Stars in der Popmusik	73
<i>Nina Metz und Birgit Richard</i> R.I.P. Der tote Star als postritueller Märtyrer und düstere Ikone des Internets	103
NEUE MEDIEN UND DIE ROLLE DER USER	
<i>Martina Schuegraf</i> Celebrities und YouTube-Berühmtheiten: das Selbst im Netz	119
<i>Katrin Keller</i> Parasozial vernetzt – der Star und seine Nutzer im Kontext von Social Media. Wie die Aktivitäten von Stars auf Facebook, Twitter und Co. Konstruktionen von Identität beeinflussen	129

ZUM PHÄNOMEN CASTINGSHOW

Wolfgang Krischke und Bernhard Pörksen

Das Labor des neuen Menschen.

Täter und Opfer der Casting-Gesellschaft

145

Katrin Döveling

Der (mit)gefühlte Ruhm. Zur Macht der Emotionen
im Celebrity- und Castingshow-Zeitalter

159

CELEBRITIES IN DER KUNSTWELT

Jörg Scheller

Das Biennaleske oder:

Ein Besuch bei den Castingshows des Kunstbetriebs

183

Andreas Beitin

Elmgreen & Dragset. Celebrity – The One & The Many

195

Die Autorinnen und Autoren

213