

8. FAZIT UND AUSBLICK: *WHY BOTHER?* STAR-NUTZUNGEN ALS POPKULTURELLE WAHLPFLICHTVERANSTALTUNG UND ANWENDUNGEN DER DIFFERENZ *EGO/STAR*

„Wir haben die Sterne immer gebraucht, um unseren Weg zu finden. Wir brauchen Popstars zur Navigation.“⁹¹¹

Wenn von Populärer Kultur die Rede ist und damit von ihren Unterscheidungen, blenden sich zugleich normative Besetzungen von *high* und *low* ein, deren Abschaffung auf der Analyse-Ebene zunächst ihre beobachtende Zurkenntnisnahme voraussetzt. Auch wenn auch diese erklärenden Einblendungen traditionell wertender *high/low*-Belastungen allein in ihrer Erwähnung alte Unterscheidungs-Setzungen bestätigen, sind sie damit zunächst unerlässlich. Einen nicht unwesentlichen Anteil an der vielfach zu beobachtenden Geringschätzung sogenannter Populärer Kultur hat dabei sicherlich ihre Omnipräsenz als der Umstand, dass *nichts nie geht* und es in Mediengesellschaften kein Entrinnen aus populärkulturellen Kontexten und Anwendungsprozessen gibt – ob dies Apologeten elitärer Kultur-Begriffe gefallen mag oder nicht. Auch und gerade in der – weitmöglichsten – Pop-Verweigerung positioniert sich Ego in seiner Ablehnung selbst und bezieht damit popkulturell Stellung. Und auch der wissenschaftliche Beobachter Populärer Kultur lokalisiert sich selbst bereits in seiner Themenwahl und ist damit im Weiteren nicht gerechtfertigt aus seinen Phänomen-Beschreibungen abzuziehen.

In der vorliegenden Arbeit nun sollte ein Beobachtungsraster erstellt werden, das es erlaubt, einen Blick auf den Star und seine potentiellen Nutzungen zu werfen, der sich von den Perspektivierungen vorheriger Beiträge zum Starkult-Diskurs unterscheidet. Dabei ging es zunächst um eine Entnormativisierung der Auseinandersetzungen mit dem Star in Form einer Entsorgung kulturpessimistischer Altlasten, die den nachfolgenden Beschreibungen des Stars und seiner identi-

911 Bloom im Interview mit Mocek (2004: 152).

tätskonstruktiven Nutzungen den Weg weisen sollte. Als Zielsetzung waren in der Einleitung benannt worden:

- die Konzeption eines *Star-Begriffs*, der für die Erfassung traditioneller ebenso wie heutiger mediengesellschaftlicher Formen von Startum qualifiziert und dabei *entnormativisierte* Betrachtungen von Star und Star-Nutzungen erlaubt,
- der Entwurf des *Stars als selbstdarstellender Aktant der Medienproduktion* und als *personalisierter und prominenter Kulturanwender* mit potentiell Modellcharakter,
- die Beschreibung des Stars als medial verfügbar gemachtes *Unterscheidungsangebot mit potentiell Identitätswert*,
- bzw. die Beschreibung parasozialer Bezugnahme als *identitätskonstruktiver Mechanismus*,
- die *Entpathologisierung des Fans* mittels dessen theoretischer sozialer Re-Integration als spezifischer wertungsfokussierter Star-Nutzer,
- die *Entpathologisierung von Starkult* als vor allem affektiv stark besetzten und von Ego zentral gewichteten Star-Nutzungs-Prozessen,
- die Beschreibung *reflexiver Mechanismen* in der Rollen- bzw. Identitätsgenese von Star-Nutzer und Star und
- die Beschreibung spezifischer star-relationierter Konstruktionen von Identität in (Populärer) Kultur bzw. die *kulturelle Kontextualisierung* der Unterscheidungen von Star und Star-Nutzer.

Eine erste Maßnahme stellte in diesem Zusammenhang die Überprüfung des Beschreibungs-Vokabulars dar, das den Starkult-Diskurs bisher bestimmt hat. Durch die Ersetzung diskursbelasteter Begriffe ist versucht worden, auch implizite Wertungen weitmöglichst aus den Star-Beschreibungen dieser Arbeit herauszuhalten. So wurden die Begriffe des Fans und Starkults weitgehend durch die Begriffe des Star-Nutzers bzw. der Star-Nutzung ersetzt; der Star wurde in seinen Relationierungsoptionen beleuchtet und als Selbst-Mahnmal sowie in Anlehnung an Bloch als transzendierender Hoffnungsträger konzipiert. Zudem wurde versucht, durch seine Positionierung im Bezugs-Dreieck von Star-Nutzern, Medien und Selbst-Entwürfen ein umfassendes Bild des Stars und seiner soziokulturellen Prozessualität entstehen zu lassen, das nicht, wie oftmals der Fall, einzelne an Prozessen der Star-Entstehung, -Erhaltung und -Entwertung beteiligte Größen in ihrer anteiligen Konstruktionsleistung überbewertet oder vernachlässigt. Zu diesem Zweck wurden auch Reflexivierungen in den Selbst-Entwürfen von Stars und Star-Nutzern in den Blick genommen und mit den parasozialen Bezugnahmen zweiter Ordnung selbstrelevante Unterscheidungen von Star-Nutzern bzw. Fans und Anti-Fans mitein-

bezogen, die vermittelt über das kognitive Konzept *Star* identitätsrelevante Unterscheidungen auf der Star-Nutzer-Ebene ermöglichen.

In Kapitel 5 bis 7 ist zunächst versucht worden, wissenschaftliche wie alltagspraktische Star-Beschreibungen und -Unterscheidungen zu systematisieren. Dabei sollte vor allem geklärt werden, wie Beobachter erster Ordnung soziokulturell orientiert Star-Identität als prozessuales Reflexivitätsprodukt entstehen lassen und welche Voraussetzungen *Star/Nicht-Star*-Unterscheidungen vorgeschaltet werden. Von Stars ist dann die Rede, wenn auf vergleichsweise starke affektive und moralische Bewertungen und Gewichtungen seitens der Star-Nutzer verwiesen wird, während *Prominenz* zunächst lediglich eine primär medial gesetzte Relationalität von nicht prominenten Medien-Nutzern und prominenten Medien-Selbst-Darstellern beschreibt.

Als Teil ihrer Wirklichkeitsentwürfe versorgen Medien ihre Nutzer mit Darstellungen potentieller Stars, die für diese zur Grundlage für nutzerabhängige Star-Unterscheidungen werden. Erst durch mediale Star-Entwürfe werden potentielle Stars für Medien- und Star-Nutzer beobachtbar. Nutzer entscheiden soziokulturell orientiert über die parasoziale Attraktivität bzw. Nicht-Attraktivität von Star-Aspiranten und damit über deren mediale Themen- und Erfolgs-Karrieren. Stars sind gleichwohl als Medien-Selbst-Darsteller und Aktanten der Medienproduktionsseite aktiv an ihren Image-Entwürfen beteiligt: Entgegen anders lautender Darstellungen profitieren sowohl Medien als auch Stars von ihrer Darstellungs-Allianz; als medienpräsente und demzufolge prominente Anbieter medialer Nutzungsangebote haben Stars teil an ihren medialen Darstellungen und ziehen ebenso wie die Medien Nutzen aus ihrer medialen Beobachtbarkeit.

Star-Status wird in Medien-Star-Entwürfen angezeigt, vom Star selbst in kompatiblen, medial beobachtbaren Selbst-Darstellungen beglaubigt und von Star-Nutzern in reflexivierten Unterscheidungs-Prozessen bestätigt. Stars *sind* nur dann Stars, wenn von ihnen behauptet wird, dass sie Stars sind – und zwar von Medien, Nutzern und den Stars selbst.⁹¹² Voraussetzung für die soziale Beglaubigung medialer Star-Entwürfe ist, dass eine möglichst große Anzahl von Nutzern durch sie kognitiv, affektiv und moralisch in Schwingung versetzt und somit zu Aufmerksamkeitsfokussierungen auf den Star veranlasst wird. Der Blick, der in dieser Arbeit auf den Star gerichtet wurde, zeichnet sich dadurch aus, dass er Star-Herstellungen im Kontext unterschiedlicher Star-Darstellungen und ihrer potentiellen Nutzungen lokalisiert. Auch wenn der Titel dieser Arbeit in seiner Unterschei-

912 Bzw. sie sind dann Stars, wenn sich Medien-Darstellungen, mediale Selbst-Darstellungen des Stars und Nutzer-Bezugnahmen zu einem kohärenten Star-Konzept integrieren lassen, wobei, etwa im Falle des Anti-Stars, auch kompatible Nicht-Star-Darstellungen unter dem Konzept *Star* fassbar sein können.

dung von *Ego* und *Star* zunächst die Star-Nutzer-Seite fokussiert, können, so ist deutlich geworden, Star-Nutzer-Beschreibungen und -Selbst-Beschreibungen ebenso wenig ohne Star-Beschreibungen und -Selbst-Beschreibungen gedacht werden wie vice versa.

Star-Nutzungen und damit auch der ehemals mit einem Fanatismus-Bias belastete Starkult sind im Kontext dieser Arbeit als funktional äquivalente Alternativen anderer identitätsunterscheidender Bezugnahme-Prozesse entworfen worden. Damit sollte zum einen erreicht werden, Starkult und Fantum vom alltagspraktisch wie wissenschaftlich verinnerlichten Stigma des fanspezifischen psychosozialen Mangelsyndroms zu befreien. In Mediengesellschaften ist der parasoziale Umgang mit Stars ebenso unvermeidlich und damit wenig besonders, wie es Prozesse der Medien-Nutzung im Allgemeinen sind. Zum anderen sollte ein entnormativisierter Blick auf den Star und seine potentiellen Nutzungen Auskunft darüber geben, welche identitätskonstruktiven Bedeutungen dem Star als parasozialem Alter zukommen können. Stars wurden in ihrer Rolle als Differenzbilder betrachtet, anhand derer Star-Nutzer ihr Selbst ebenso wie ihr Selbst-Ideal Bezug nehmend ausrichten. Damit wird Stars eine nutzerspezifische Selbst- wie Fremd-Orientierungsfunktion zugesprochen⁹¹³; Star-Nutzungen werden als Formen personifizierten Differenzmanagements und kognitive wie kommunikative Unterscheidungen der Differenz *Ego/Star* bestimmt, die für Ego wie alles Handeln unter der Prämisse des Strebens nach einem positiven Selbstbild stehen. Auch in seinen Bewertungen des Stars als parasozialer Alter ist Ego somit darauf angewiesen, seine Relationierungen von *Ego* und *Star* dergestalt zu rekodieren, dass Egos Selbstbild nicht nur nach Möglichkeit keinen Schaden nimmt, sondern von den parasozialen – und damit im Vergleich zu sozialen häufig freiwilligeren – Relationierungen selbstbewertend profitiert.

Ausgehend von Bloch wurden hier zwei Relationierungsoptionen beschrieben, die als positiv und negativ bewertete Möglichkeiten der parasozialen Bezugnahme auf den Star die Endpunkte eines wertenden Bezugs-Kontinuums der Star-Nutzung bilden. Sowohl als transzendierender Hoffnungsträger als auch als Selbst-Mahnmal wird der Star von Ego innerhalb selbstreferentieller Transzendierungs-Prozesse funktionalisiert, die identitätskonstruktiv Ego und Star in ihrer unterscheidenden Relationierung konturieren. Während Ego in positiv besetzten parasozialen Bezugnahmen auf den Star sein Selbst parasozial hoffend zukunftsgerichtet vermittelt der Personalisierung durch den Star entwirft, illustriert der Star als Selbst-Mahnmal Egos ebenfalls zukunftsgerichtete Selbst-Befürchtungen. *Starkult* beschreibt, bereinigt man den Begriff von seinen kulturpessimistischen Fanatismus-

913 Vgl. auch Peters (1994: 208).

Klischees, zunächst wiederholte, affektiv und moralisch intensiv besetzte und als wichtig gewichtete Bezugnahmen von Medien- und Star-Nutzern, insbesondere Fans und Anti-Fans, auf Stars: Der Star wird zum Star in seinen Nutzungen, weil er in Unterscheidungen der Differenz *Ego/Star* von Star-Nutzern identitätskonstruktiv funktionalisiert wird und diese Funktionalisierungen und Relationierungen von seinen Nutzern vor allem affektiv stark gewichtet werden. Der Star-Nutzer entwirft im parasozialen Umgang mit dem Star sein Selbst somit zukunftsorientiert in personifizierten Positivierungen und Negativierungen Populärer Kultur.

Die popkulturellen Selbst-Verortungen Egos und seine Bewertungen des Stars stehen dabei in konstitutivem Zusammenhang: Nur in seinen Zustimmungen und Ablehnungen von Stars als personalisierten kulturellen Anwendungskonzepten kann Ego im Rahmen Populärer Kultur darüber entscheiden, was er ist, sein will und nicht sein will. Andere Star-Relationierungen und -Funktionalisierungen – sei es als eine Art Meadscher *generalized other*, parasozialer Lebensabschnitts-begleiter etc. – basieren stets auf vorausgesetzten Bewertungen des jeweiligen Stars, der in der Tendenz befürwortet oder abgelehnt werden muss und damit innerhalb des wertenden Bezugskontinuums des Stars angeordnet werden kann. Um die Relationierungen mit dem Star selbstbildförderlich zu machen, muss Ego bisweilen defizitäre Selbst-Wahrnehmungen durch Alter- bzw. Star-Negativierungen kompensieren, wie etwa in *Blasting*-Strategien unter anderem auf Hate-Pages beobachtet werden kann. Ebenso wie die positiven Relationierungen mit Stars stehen auch diese ablehnenden Relationierungen im Dienste Egos grundsätzlichen Strebens nach einem positiven Selbstbild und damit nach affektiver ebenso wie kognitiver Selbst-Zufriedenheit.

Wenn auch auf den vorangegangenen Seiten der individuelle Umgang Egos mit dem Star in den Beobachtungs-Vordergrund gestellt wurde, wurden ebenso soziokulturelle Kontextualisierungen von Star-Unterscheidungen angesprochen, die untrennbar mit Egos parasozialem Umgang mit Stars verbunden sind und vice versa. Während traditionell zwischen Stars und Nicht-Stars wesentlich anhand des Merkmals diachroner Kontinuität unterschieden wird, können diachron gerechtfertigte Star-Unterscheidungen heutigen mediengesellschaftlichen Star-Phänomenen nicht mehr in allen Fällen gerecht werden. Gerade Formate wie *Big Brother* oder *Deutschland sucht den Superstar* bringen mediale Star-Entwürfe in Umlauf, die synchron von ihren Nutzern weitgehend ohne diachrone Perspektivierungen als Stars bestätigt werden. Ausschlaggebend für positive Star-Urteile ist vielmehr das kognitive, moralische und vor allem affektive Resonieren des potentiellen Stars in seinem Publikum, das ihn – unter anderem als transzendierender Hoffnungsträger oder als Selbst-Mahnmal – für Ego kognitiv wie kommunikativ relevant werden und vorerst bleiben lässt.

Auch wenn kognitive, affektive und moralische Schemata in die Geschmacks-Unterscheidungen über den Star einfließen und diese über die Zeit habitualisieren, verlässt sich Ego für gewöhnlich zunächst auf eine gefühlte Selbst-Logik, die ihm präverbal an- bzw. ab-rät, bevor kommunizierbare Urteilsbegründungen für Ego wie Alter entworfen werden können. Dabei ist der Star in seiner privaten Rolle für Ego im Allgemeinen identitätsrelevanter als der *Star-Star*, weil der *Star-Mensch* personale Anknüpfungspunkte in Form von Eigen- und Fremdverantwortlichkeits-Attributionen ermöglicht. Medien wie Stars bemühen sich dementsprechend, Stars qua Anti-Inszenierungs-Inszenierungsstrategien vor allem in ihrer Rolle als *Star-Mensch* als unvermittelt-authentisch erscheinen zu lassen. Verglichen mit dem prominenten Nicht-Star verfügt der Star über ein vor allem affektives Mehr bzw. das Potential zu dessen Mobilisierung auf Seiten seiner Nutzer, das auf seine Persönlichkeit rückverweist und im Starkult-Diskurs etwa als Charisma oder Aura umschrieben wird.

Auch und gerade im Hinblick auf den Star begehen Aktanten somit eine Art des *fundamentalen Attributionsfehlers*⁹¹⁴, der Handlungen eher personal als berufsrollenspezifisch begründet. Das Star-Image ist indes analytisch nur denkbar als Einheit der Differenz *Star-Star/Star-Mensch*, weil beide Rollen imagekonstitutiv unabdingbar an der Wahrnehmbarkeit des Stars als Star beteiligt sind. Parasozial wie medial bleibt jedoch der *Star-Mensch* häufig interessanter als der *Star-Star*, dessen Rolle fremddeterminierter erscheint und der deshalb weniger identitätskonstruktiv fruchtbaren und deutungsvariablen Spielraum qua wahrgenommener Selbstverantwortlichkeit des Stars lässt. Zudem zehrt der Star als *Star-Mensch* von der Spannung unterstellter Diskrepanzen zwischen *medial-privatem* und *privat-privatem* Star, die zwangsläufig unauflösbar bleibt, dennoch aber mittels unfreiwillig *medial-privater* Star-Darstellungen Startum systematisch sabotieren kann.

Beobachtungen beruflicher Rollenaspekte des Stars können Spezifikationen allgemeiner Authentizitäts-Ansprüche an den Star veranlassen, so dass etwa für den Politiker-Star rationale Authentizität, vom Musiker-Star emotionale Authentizität gefordert wird. Grundsätzlich bleibt im parasozialen Umgang mit Stars die Forderung nach einer Deckungsgleichheit von Identitätsherstellungen und Identitätsdarstellungen bestehen, während unter anderem in Abhängigkeit von *Star-Star*-Beobachtungen die unterstellten Kognitionen und privaten Identitäts-Aspekte des Stars durch seine Nutzer modifiziert werden können. Bewertungen des Stars können unter anderem gerechtfertigt werden durch argumentative Plausibilisierungen, die berufliche Leistungen des Stars als *Star-Star* fokussieren und so Egos selbst-logische Urteile für Ego wie Alter begründbar machen. Alternativ dazu kann Star-

914 Vgl. Zimbardo (⁶1995 [1974]: 724).

Legitimation etwa vermittelt der vergleichenden Abwertung anderer Star-Angebote und kultureller Anwendungs-Modelle vollzogen werden, die Egos positive Urteile als quasi-logisch mangels Alternativen erscheinen lassen.

Popkultur als Wahlpflichtveranstaltung verlangt durch ihre Omnipräsenz nach Entscheidungen, die aufgrund ihrer hohen Freiheitsgrade von ihren Anwendern tendenziell identitätskonstruktiv als wichtig gewichtet werden. Urteile über Popkultur sind in letzter Konsequenz immer Urteile über Aktanten, die Populäre Kultur in ihren Anwendungen produzieren. Urteile über ein Gut und Schlecht von Populärer Kultur präsentieren sich so oft als Urteile über ein Authentisch und Inauthentisch der mit ihren Anwendungsergebnissen in Verbindung gebrachten Popkultur-Produzenten. In einem Zirkelschluss werden durch Unterscheidungen von Authentisch und Inauthentisch sowohl vorausgegangene Geschmacks-Urteile legitimiert als auch nachfolgende Urteile präformiert. Ideologie und Geschmack sind untrennbar: Gut ist, was gefällt, und es gefällt, was gut ist; echt ist gut, und gut ist echt.

Als medienpräsente (Pop-)Kultur-Anwender müssen auch und gerade Stars und ihre Selbst-Entwürfe alltäglich gewählt und abgewählt werden. Medien-Nutzer handeln als Teilnehmer an der Wahlpflichtveranstaltung *Star-Nutzung* ebenso selbst-logisch wie in ihren anderen Unterscheidungen und erklären sich selbst in ihren kommunizierbaren Urteilsbegründungen mithin lediglich für Ego ohnehin affektiv erlebte Alternativlosigkeiten. Stars sind und bleiben, zumindest vorerst, dann Stars, wenn sie im Publikum resonieren und sowohl positive als auch negative Attraktivitätsurteile bündeln, die von ihren Nutzern begründbar gemacht werden. Stars markieren in Nutzer-Bezugnahmen popkulturell Identität und bedienen, an sozialen Maßstäben gemessen, parasozial soziale Bedürfnisse. Stars offerieren ihren Nutzern so Angebote zur Identitäts-Herstellung und -Darstellung inklusive selbstbeschreibender, nicht nur ästhetischer Vorlieben und Abneigungen.

In Mediengesellschaften kann eine vergleichbare Informiertheit über Stars weitgehend allgemein vorausgesetzt werden, so dass parasoziale Relationierungen kommunikativ diskutier- und vergleichbar sind und so eher als Bezugnahmen auf spezifische Ko-Aktanten der Nah-Umwelt kulturell verortende Vergleichsprozesse erlauben. Bezugnahmen auf Stars funktionieren dabei unter den spezifischen Voraussetzungen parasozialer Reflexivität, wobei der Star vermittelt seiner medialen Darstellungen informationell beleuchtet wird und Schlüsse über den Star-Nutzer für den Ko-Nutzer ebenso wie für den Star verhältnismäßig weniger durch mediale Informationen unterfüttert werden. Indem Nutzer parasozial auf den Star Bezug nehmen, bestimmen sie diesen zugleich als *nah/fern, bekannt/unbekannt, ähnlich/unähnlich* etc. So konstituieren sie auf Grundlage medialer Star-Ent-

würfe Images des Stars, die stets auf dessen reflexivierten Relationierungen mit Ego basieren. Star- und Star-Nutzer-Identität sind in ihren Rollen- und Identitäts-Komplementaritäten auf Mechanismen reflexiver Wahrnehmung angewiesen; trotz medial modifizierter Reflexivitätsschlaufen sind so auch Star- und Star-Nutzer-Identität wechselseitig konstitutiv.

Bezugnahmen auf, Relationierungen mit und Reflexivierungen vermittelt kognitiver Star-Konzepte funktionieren im weitesten Sinne im Bezugskontext Populärer Kultur, deren kurze Ver- und Entwertungszyklen und zuverlässige Unbeständigkeit auch den parasozialen Umgang mit Stars bestimmen. Während Ego Identität einerseits in seinen Bezugnahmen auf den Star fixiert und damit sowohl Identität als auch Populäre Kultur synchron entschleunigt, dynamisiert er andererseits in seinen zukunftsgerichteten und handlungsleitenden Selbst-Ausrichtungen am Star sowohl Identität als auch Populäre Kultur. Die identitätskonstruktiven Nutzungen des Stars bestimmen kollektiv orientiert mit darüber, was Ego, was Star und was (personifizierte) Populäre Kultur ist, weiterhin sein soll und auch nicht sein soll: Stars und die durch sie verkörperten personalisierten kulturellen Anwendungsmodelle werden vor allem deshalb abgewählt, weil sie für Ego parasozial uninteressant, also nicht mehr bezugsattraktiv, geworden sind. Kognitive wie kommunikative Ego- wie Alter-Fixierungen und -Dynamisierungen vermittelt Stars sind dabei in Mediengesellschaften wie gezeigt praktisch unvermeidbar und damit nicht nur identitätskonstruktiv funktional äquivalent zu Bezugnahmen auf Nicht-Star-Aktanten, sondern auch mediengesellschaftliche Normalität.

Als medial visibilisierter Pop ermöglichen Stars Popkultur-Anwendern personal vermittelte Entscheidungen darüber, was in Zukunft Populäre Kultur sein und nicht sein soll. Während Pop zunächst global einschließt, weil prinzipiell alles als Pop genutzt werden kann, können popkulturelle Entwicklungen nur in spezifischen Ablehnungen und Befürwortungen durch Popkultur-Anwender vollzogen werden. In seinen kognitiven und kommunikativen Selbst-Verknüpfungen mit dem Star unterbricht Ego synchron für sich und andere den Fluss dynamischer Pop- und Identitäts-Angebote, der zugleich durch die Summe seiner Unterbrechungen bedeutungstragend und in Bewegung gehalten wird. Identität und Populäre Kultur werden so in Mediengesellschaften dominant vermittelt Stars und deren Bewertungen wechselseitig kontextualisiert und identifiziert.

Was kann dies nun in Zukunft für konkrete Star- und Star-Nutzer-Beobachtungen bedeuten? Unabhängig von den spezifischen wissenschaftlichen Beobachtungskontexten ist der Star-Nutzer nicht gerechtfertigt aus seinen Star-Beobachtungen und -Bewertungen wegzudenken. Ob mediale Hypes und der Umgang mit ihnen, *Sell Out*-Vorwürfe oder Fanclub-Gründungen, ob Hate-Pages, die Eröffnung neuer Sub-

Optionen gegen die vermeintliche *Main*-Allmacht oder Gespräche über die letzte *Lindenstraße*-Folge: Sie alle generieren und lokalisieren Identität ebenso wie Populäre Kultur, die in ihren synchronen Unterscheidungs-Unterbrechungen in Bewegung gehalten werden.

Die analytische entnormativisierende Toleranz bei der Betrachtung von Star-Nutzungen steht einer alltäglich unabdingbaren Intoleranz im parasozialen Umgang mit Stars gegenüber, die Star-Entscheidungen und -Bewertungen erst möglich und begründbar macht. Am Ende dieser Arbeit soll deshalb eine Erinnerung an die Verpflichtung zur analytischen Toleranz gegenüber popkulturellen Unterscheidungen stehen, die als notwendiges Unterscheidungs-Übel immer auch ein Maß an Intoleranz gegenüber abgelehnten Alternativ-Angeboten beinhalten müssen: Popkulturelle Kontingenz verlangt nach Ablehnungen ebenso wie Befürwortungen, damit Ego sich selbst und Alter in Pop lokalisieren und damit zugleich in seinen Anwendungen Populäre Kultur als Programm im Fluss halten kann. Während hier zunächst Mechanismen identitätsrelevanter Nutzer-Unterscheidungen von *Ego/Star* in den Blick genommen wurden, stehen eine genauere soziokulturelle Positionierung von Star-Unterscheidungen und parasozialen Bezugnahmen zweiter Ordnung ebenso noch aus wie empirische Überprüfungen des hier vorgeschlagenen Entwurfs. Was hoffentlich bleibt, ist die Entpathologisierung von Star-Nutzung als normalem Mechanismus der Identitätskonstruktion in Mediengesellschaften, die in Zukunft eine vorurteilslose analytische Auseinandersetzung mit Populärer Kultur im Allgemeinen und Stars im Besonderen sowie ihren potentiell starken Bedeutungen für Ego erlauben sollte.