

# Inhalt

<b>Vorwort</b> .....	7
<b>1. Einleitung</b> .....	9
<b>2. Forschungsstand zur Celebritytheorie</b> .....	15
2.1 Übersicht über die englischsprachige Literatur .....	16
2.2 Übersicht über die deutschsprachige Literatur.....	30
2.3 Forschung zu interkulturellen Celebrities .....	34
<b>3. Begriffsbestimmung: Was ist »Celebrity«?</b> .....	37
3.1 Stars, Celebrities und Prominente .....	37
3.1.1 Der Star: die höchste Form des Ruhms.....	39
3.1.2 Der Celebrity: Privates im Fokus der Öffentlichkeit ....	43
3.1.3 Der Prominente: massenmedial vermittelte Bekanntheit.....	48
3.1.4 Zusammenfassung .....	51
3.2 Heidi Klum: Prominente, Celebrity oder Star? .....	52
<b>4. Die Celebritykultur der Gegenwart</b> .....	55
4.1 Entstehung .....	55
4.2 Konstitution und Charakteristik .....	58
<b>5. Methodische Grundlage</b> .....	65
5.1 Die Medienforschung der Cultural Studies .....	67
5.1.1 Stuart Hall: der mediale Text als sinntragender Diskurs.....	70
5.1.2 John Fiske: Eigenschaften populärer Texte .....	73
5.2 Celebrities als populäre Texte .....	81

<b>6. Exemplarische Analyse: Heidi Klum</b> .....	87
6.1 Hintergrund zur Person.....	87
6.1.1 Biografie .....	88
6.1.2 Karriere .....	89
6.2 Analyseinteresse und Vorgehen .....	95
6.2.1 Auswahl des Analysematerials .....	96
6.2.2 Methodisches Vorgehen.....	99
6.2.3 Akteure in Fernsehsendungen: Funktions- und Handlungsrollen .....	101
6.2.4 Zuschauerbindung durch direkte Adressierung.....	102
6.3 Bedeutungsangebote des Medientextes »Klum« .....	103
6.3.1 Schönheit und Körper .....	103
6.3.2 Der Weltstar .....	107
6.3.3 Deutschsein .....	112
6.3.4 Normalität und Bodenständigkeit .....	117
6.3.5 Familie .....	121
6.3.6 Fröhlichkeit, Humor und Spontanität .....	124
6.3.7 Körperlichkeit und Sexualität .....	129
6.3.8 Interkulturelle Liebe und Partnerschaft .....	134
6.3.9 Professionalität .....	140
6.4 Vielfalt und Widersprüchlichkeit als Aktionspotenzial ...	160
6.5 Heidi Klum als Celebrity .....	168
<b>7. Schlussbetrachtung</b> .....	173
<b>Quellen</b> .....	179
<b>Danksagung</b> .....	195