

Ben Bachmair

Fernsehkultur

Ben Bachmair

# Fernsehkultur

*Subjektivität  
in einer Welt bewegter Bilder*

Westdeutscher Verlag

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

**Bachmair, Ben:**

Fernsehkultur: Subjektivität in einer Welt bewegter Bilder/

Ben Bachmair. – Opladen: Westdt. Verl., 1996

ISBN 978-3-531-12876-4

ISBN 978-3-322-97075-6 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-322-97075-6

Alle Rechte vorbehalten

© 1996 Westdeutscher Verlag GmbH, Opladen

Der Westdeutsche Verlag ist ein Unternehmen der Bertelsmann Fachinformation.



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Umschlaggestaltung: Horst Dieter Bürkle, Darmstadt

Gedruckt auf säurefreiem Papier

ISBN 978-3-531-12876-4

**Für Dominik und Katarina**

# Inhalt

<b>1. Teil: Alltag und Medien durchdringen sich. Eine Einleitung</b> . . . . .	11
1.1 Neue Genres, Wirklichkeit und Subjektivität . . . . .	14
1.2 Menschen und Medien - Kommunikation und Technologie überlagern sich . . . . .	18
1.3 Medienkommunikation: Die Menschen integrieren das symbolische Material der Massenkommunikation in ihr sinnvolles Handeln und in ihre Kommunikation . . . . .	22
1.4 Medienkultur: Die Menschen gestalten mit dem symbolischen Material der Massenkommunikation ihre Lebenswelt . . . . .	23
1.5 Repräsentations- und Zivilisationsfunktion von Medien - die Beziehung von Darstellungen, Subjektivität und Medien . . . . .	26
1.6 Die Schlüsselbegriffe "Kultur", "Medien" und "Gestaltung" . . . . .	28
1.7 Kulturelle Veränderungen in der Folge der Technologisierung von Kommunikation . . . . .	32
<b>2. Teil: Soziale Räume. Medien, Bedeutungskonstitution und Alltag</b> . . .	38
2.1 Funktion symbolischer Objektivationen für Kommunikation, Institutionen und Generationsbeziehungen . . . . .	40
2.1.1 Das Faßbare und Semiotische von Kommunikation und Handeln - Entwicklungslinien für die Konzepte von Raum und Zeit . . . . .	41
2.1.2 Objektivationen und soziale Wirklichkeit - das Realitäts- konzept der phänomenologischen Wissenstheorie . . . . .	54
2.2. Subjektive und individuelle Bedeutungskonstitution . . . . .	67
2.2.1 Aktive Rezipienten integrieren Fernsehen in ihr Alltagsleben	67
2.2.2 Zeichen und Bedeutung . . . . .	71
2.2.3 Die thematische Sinnperspektive der Rezipienten als Bedeutungsproduzenten der Massenkommunikation . . . . .	75
2.3. Massenkommunikation in der Lebenswelt des Alltags . . . . .	78
2.3.1 Massenkultur ist Alltagskultur . . . . .	78
2.3.2 Alltag und Massenkommunikation als Lebenswelt . . . . .	84
2.3.3 Symbolische Welten - soziale Figurationen individueller und medialer Wirklichkeit . . . . .	87
<b>3. Teil: Bilderwelten. Repräsentation, soziale Wirklichkeit und Mythen</b>	100
3.1 Die Rezeption überlagert die Repräsentationsfunktion der Medien	102
3.1.1 Von der Zentralperspektive zur individuellen Welt . . . . .	103
3.1.2 Mimesis - die lange Geschichte der Repräsentationsfunktion von Medien . . . . .	106

3.2	Aktualisierung mythischer Weltauslegung: Männer- und Heldenfiguren . . . . .	121
3.2.1	Aktualität mythischer Texte - Alltag und Lebenslauf transzendieren . . . . .	121
3.2.2	Die Spannung zwischen Empirie und Fiktion . . . . .	131
3.2.3	Ambivalenz und Phantasie . . . . .	137
3.3.	Lebenspraktische Funktionen von Männer- und Heldenfiguren: Historische Entwicklung, Darstellungsweisen, Motive . . . . .	142
3.3.1	Vom Kriegeradel zu den Helden im Diskurs . . . . .	144
3.3.2	Todesinszenierung der Gladiatoren . . . . .	147
3.3.3	Individualität des Hamlet . . . . .	148
3.3.4	Fremdheit der Romantik: Trauer und Wanderung . . . . .	151
3.3.5	Erstarrung und destruktive Erlösung: der entwurzelte, verletzte und zerstörende Gott im Rausch . . . . .	153
<b>4. Teil:</b>	<b>Medienkommunikation. Vom Medienalltag zur Medienkultur .</b>	<b>163</b>
4.1	Medienkommunikation: die Verbindung von subjektiven Themen, Medien und Situationen . . . . .	166
4.1.1	Situations- und Interaktionsfunktion am Beispiel von Selbstdarstellung und sozialer Differenzierung . . . . .	167
4.1.2	Medienfunktionen in der Subjekt-Objekt-Beziehung . . . . .	170
4.1.3	Der Horrorfilm in der Schule: eine Kommunikationssituation schaffen . . . . .	173
4.2	Medienkommunikation: die Verbindung von Text, Medien und Alltagshandeln . . . . .	177
4.2.1	Text-Mensch-Beziehung . . . . .	178
4.2.2	Einklinken von Medien und Menschen: Rezeption als Aneignung und Gestaltung . . . . .	189
4.2.3	Medienanalyse als Rekonstruktion der Bedeutungskonstitution der Rezipienten . . . . .	196
4.3	Veralltäglichung von Massenkommunikation . . . . .	203
4.3.1	Normalität und Selbstverständlichkeit des Fernsehens und der Fernsehrezeption . . . . .	203
4.3.2	Durchdringung von Kultur und Fernsehen in der Familie . .	204
4.3.3	Kulturhistorische Dynamik - Durchdringung von Rationalismus, Aktivismus, Individualismus und Universalismus . . . . .	214
4.4	Kultivierung: Gestaltung und Reflexion . . . . .	222
4.4.1	Lebensgestaltung, Identitätsfindung, pädagogische Gestaltungsräume . . . . .	225
4.4.2	Medien als "öffentliche Sache" zurückgewinnen . . . . .	234

<b>5. Teil: Subjektkonstitution. Von fiktionalen Erzählungen zu alltagsästhetischen Inszenierungen</b> . . . . .	238
5.1. Alltagsobjekte im Zivilisationsprozeß . . . . .	239
5.1.1 Subjektkonstitution mit den Objektivationen des Alltags . . . . .	240
5.1.2 Medien, kulturelle Differenzierung und Modellierung von Subjektivität . . . . .	243
5.2 Soziale Figurationen und Alltagsästhetik . . . . .	257
5.2.1 Von der Fan-Gruppe zum 'entgrenzten' sozialen Gebilde der Szene . . . . .	257
5.2.2 Lebensstile und Individualisierung . . . . .	267
5.2.3 Alltagsästhetik und individuelle Nutzungsmuster . . . . .	278
5.2.4 Die hermeneutische Chance einer Show . . . . .	286
5.3 Emotionen und Inszenierungen: von der inneren zur äußeren Bühne . . . . .	292
5.3.1 Rationalität und Fiktionalität . . . . .	292
5.3.2 Die innere Bühne der Subjektkonstitution . . . . .	299
<b>6. Teil: Bewegte Bilder. Von der Mechanisierung zur Digitalisierung</b> . . . . .	309
6.1 Industrie unterwirft Kultur - kulturhistorische Einschätzungen der aufstrebenden Film- und Fernsehindustrie . . . . .	310
6.2 Mechanisierung von Mobilität und Kommunikation - vom Telegrafen zu Auto und Fernsehen . . . . .	317
6.3 Tele-System - die objektive 'Seite' der kulturellen Entwicklung . . . . .	327
6.4 Bewegung, Verdichtung und Schein - Erlebnisweisen einer textuellen Welt . . . . .	333
<b>Literaturverzeichnis</b> . . . . .	341