

Ben Bachmair

Fernsehkultur

*Subjektivität
in einer Welt bewegter Bilder*

Westdeutscher Verlag

Inhalt

1. Teil: Alltag und Medien durchdringen sich. Eine Einleitung	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
2. Teil: Soziale Räume. Medien, Bedeutungskonstitution und Alltag	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 Realitätskonzept 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
3. Teil: Bilderwelten. Repräsentation, soziale Wirklichkeit und Mythen	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
4. Teil: Medienkommunikation. Vom Medienalltag zur Medienkultur .		163
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

5. Teil: Subjektkonstitution. Von fiktionalen Erzählungen zu alltagsästhetischen Inszenierungen	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
6. Teil: Bewegte Bilder. Von der Mechanisierung zur Digitalisierung	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
Literaturverzeichnis	341