

INHALT

I. <i>Exposition</i>	9
1. Einführung	9
1.1 Wirklichkeitsnachbildung im Informations- und Unterhaltungsbereich	11
1.2 Wirklichkeitsnachbildung als Vermittlung normativer Elemente	12
2. Zu den Zitaten	14
3. Philosophische Sichtweisen zur „Wirklichkeitsfrage“	16
4. Formen von Wirklichkeiten und die Abgrenzung zur Fiktionalität	18
II. <i>Mediale Imitation von Erfahrungen</i>	21
1. Der Erfahrungsbegriff im Medienzeitalter	21
2. Die Relevanz von Vorkenntnissen für die Medienerfahrung	25
2.1 Die fehlende inhärente Selbstreflexion	28
2.2 Neoliberale Medienökonomie als neues Paradigma	30
2.3 Der Zusammenhang zwischen Medienkonsum und Suchtmetapher	32
2.4 Die Relevanz des Kriteriums <i>Mündigkeit</i>	35
3. Das Primäre der Imitation: Die Orientierung am Realen	38
3.1 Texthaftigkeit, Bildhaftigkeit und Erfahrungsbezug	41
4. Primär- und Sekundärerfahrung	44
4.1 Der Kollektivcharakter der Sekundärerfahrung	45
4.2 Die Zweifelhaftigkeit des Geschehniszeitpunktes	47
4.3 Die Relevanz des Wahrnehmungszeitpunktes	49
4.4 Vorwegnahme realer Erfahrung am Beispiel inszenierter Kriminalität	52
4.5 Posterioritätserfahrung	55
5. Die Ersatzhaftigkeit der Medienbilder	56
5.1 Der Scheinhaftigkeit der medialen Aufklärung	58
5.2 Phantasieblockade als Medienfunktion	60
6. Wirklichkeitsnachbildung am Beispiel der Serie	63
6.1 Spezifitäten des Seriencharakters	63
6.2 Defizite und Programmatik	64
6.21 Affirmation und parasoziale Bindung	67

6.3	Variationen des ersatzhaften Lebens	69
6.4	Medienrezeption als dominierendes Freizeitverhalten	72
7.	Implikationen des Programmelements Unterhaltung	73
7.1	Der immanente Realismus	76
7.2	Adornos Analyse des Pseudorealismus	77
7.21	Die Aktualität pseudorealer Schemata	81
7.22	Spezifisches des Pseudorealismus	83
7.3	Meta-Realität als Erweiterung des fiktionalen Spektrums	84
7.31	Strategien der Reizsteigerung	87
7.32	Alternativität als Qualität und Programmatik	90
7.4	Realerfahrung als Nachrichtenmaterial	92
8.	Die Rolle der Prädisposition bei der Medienrezeption	94
8.1	Hintergrundrealität und kulturelles Basiswissen	95
8.2	Pädagogik und Wissensvermittlung	98
8.3	Wissensvermittlung zwischen Objektivität und Subjektivität	101
9.	<i>Exkurs: Die Kommunikationslosigkeit der Massenkommunikation</i>	105
9.1	Massenmedialer Mangel an Interaktivität	107
9.2	Die Unzeitgemäßheit der Utopie Brechts	108
III.	<i>Konformismus und Fiktionalität</i>	113
1	Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit (Berger und Luckmann)	113
2.	Die gesellschaftliche Wahrnehmung sozialer Kontrolle	118
2.1	Die Prägung durch den Lebensalltag	119
2.2	Der Einfluß moralischer Vorgaben und die Idee der Normalität	120
2.3	Die Verbindung zwischen sozialer Kontrolle und Kommunikation	122
2.4	<i>Exkurs: Zur Soziologie abweichenden Verhaltens</i>	124
2.5	Die Konfrontation von Konformismus und Devianz	128
2.51	Ausprägungen sozialer Kontrolle	130
2.6	Legimitationen sozialer Kontrolle in früheren Gesellschaftsformen	132
3	Massengeschmack und Massenerfahrung	134
4.	Manifestationen von Konformität in den Massenmedien	137
4.1	Verstärken Medien das bestehende System?	138
4.11	Bemerkung zur medialen Gewalt	140

4.2	Formen von Konformität in der Fiktionalität – eine Übersicht	141
4.3	Die Vereinnahmung eines Ideals: Inszenierte Individualität	144
4.4	Die Konstitution von Konformität in pseudorealen Medienfiktionen	146
441	Störung und Wiederherstellung	148
4.42	Emotionale Kompensation	150
4.43	Das notwendige Element der Distanzierung	152
4.44	Aktivierung zur Adaption?	154
4.45	Der Umgang mit normativen Vorgaben	157
4.5	Konformität und Meta-Realität	159
4.6	Das Loslösen vom Muster: Avantgarde	163
4.7	Der Reiz der Abweichung: Populäre Musik	166
4.71	Die fingierte Wirklichkeit des Mythos	169
4.8	Provokation und Beichte: Talkshows	171
4.81	Bizarrie als Kernelement	172
4.82	Effektparade und Anti-Diskurs	174
4.9	Das Normative in der Werbung	177
4.91	Die Relevanz der ästhetischen Komponente	178
4.92	Vorbildcharakter und Normorientierung	180
5.	Strategien der Abwehr sozialer und medial vermittelter Vorgaben	182
 IV. <i>Inszenierte Lebenswelten</i>		189
1.	Lebenswelten und Subuniversa	189
2.	Triebreduktion und Medienwirkung	194
3.	<i>Exkurs: Die Gesellschaft und das Man</i> (Heidegger)	199
3.1	Wahrheit und Wirklichkeit als Gegensatzpaar	202
3.2	Das soziologische Elemente der Man-Analyse	206
4.	Symptome des gedoppelten Bewußtseins (Adorno)	207
5.	<i>Statt eines Epilogs: Kunst als inszenierte Wirklichkeit</i>	213
5.1	Kunst und Kommerzialität: Antagonismus oder Annäherung?	215
5.2	Negierte Autonomie der Kunst	219
 Literaturverzeichnis		223