

Rainer Winter

**Der produktive Zuschauer**  
Medienaneignung als kultureller  
und ästhetischer Prozess

Herbert von Halem Verlag

**Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation  
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte  
bibliografische Daten sind im Internet über  
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Rainer Winter:

*Der produktive Zuschauer.*

*Medienaneignung als kultureller und  
ästhetischer Prozess*

Köln : Halem, 2010

2., erweiterte und überarbeitete Auflage

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung  
und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten.  
Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch  
Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren)  
ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert  
oder unter Verwendung elektronischer Systeme  
(inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet,  
vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2010 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN 978-3-86962-010-7

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im  
Internet unter <http://www.halem-verlag.de>  
E-Mail: [info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)

SATZ: Herbert von Halem Verlag

DRUCK: FINDR, S.R.O.

GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf  
Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

# Inhalt

Vorwort	11
Einleitung	14
<b>I. DIE VORSTELLUNG VOM ZUSCHAUER IN DER WIRKUNGS- UND PUBLIKUMSFORSCHUNG</b>	<b>18</b>
1. Frühe Ansätze der Wirkungsforschung	20
2. Modifizierung I: Die Einbeziehung intervenierender Variablen	22
3. Modifizierung II: Die indirekten Wirkungen der Massenkommunikation	23
4. Das Festhalten am Wirkungsmodell	25
5. Die soziologische Kritik an der Wirkungsforschung	26
<b>II. DIE KONSTRUKTION DES PUBLIKUMS IN DER THEORIE DER KULTURINDUSTRIE</b>	<b>32</b>
1. Einleitung	32
2. Kulturindustrie versus authentische Kunst	35
3. Die Kulturwaren	36
4. Die Erfahrung der Massenkultur	37
5. Kritik an der Theorie der Kulturindustrie	41
<b>III. DIE ROLLE DER MEDIEN UND DES MEDIENKONSUMS IN DEN POSTMODERNEN KULTURTHEORIEN VON JEAN BAUDRILLARD UND FREDRIC JAMESON</b>	<b>46</b>
1. Einleitung	46
2. Im Reich der Zeichen. Jean Baudrillards Theorie des Konsums und der Medien	46
2.1 Theorie des Konsums	47
2.1.1 <i>Theoretische Anschlüsse</i>	47
2.1.2 <i>Dinge, Zeichen und Bedürfnisse</i>	47
2.1.3 <i>Konsum und Distinktion</i>	49

2.1.4	<i>Zusammenfassende Kritik an Baudrillards Konsumtheorie</i>	50
2.2	Die Medien- und Simulationstheorie von Baudrillard	50
2.2.1	<i>Von der Ideologie zur Simulation</i>	50
2.2.2	<i>Die Herrschaft des Codes</i>	52
2.2.3	<i>Hyperreale Phänomene</i>	53
2.2.4	<i>Die ›Masse‹</i>	55
2.2.5	<i>Zusammenfassende Kritik an Baudrillards Medientheorie</i>	58
3.	Die postmoderne Logik der Kultur. Zur Theorie von Fredric Jameson	59
3.1	Die postmoderne Szene	59
3.2	Theoretische Anschlüsse	60
3.3	Die Erfahrung der Postmoderne	61
3.4	Postmoderne als historische Periode	67
3.5	Kritik an der Theorie von Jameson	68
IV.	<b>DIE POSTMODERNE ÄSTHETISIERUNG DES ALLTAGS</b>	71
1.	Einleitung	71
2.	Die neue Sensibilität. Der Beitrag von Susan Sontag zu einer Theorie der postmodernen Kultur	72
2.1	Einleitung	72
2.2	Die Einheit der Kultur	73
2.3	Die neue Erlebnisweise	75
2.4	Zusammenfassung	80
3.	Figuralität und Entdifferenzierung. Zur Charakterisierung der Postmoderne nach Scott Lash	80
3.1	Diskurs und Figur	80
3.2	Entdifferenzierung als typisches Merkmal des postmodernen Wandels	83

3.3	Die Formen der Signifikation im Film	86
3.4	Exkurs: Der modernistische Avantgardefilm	88
4.	Ästhetische Erfahrung und die Konstitution von Gemeinschaften	92
4.1	Die Ästhetik der Populärkultur	92
4.2	Das Ende der Transparenz	95
4.3	Die Ästhetik der neuen Gemeinschaften	97
4.4	Zusammenfassung	99
v.	DIE KULTURELLE DIMENSION DER MEDIENANEIGNUNG	100
1.	Einleitung	100
2.	Kulturkonzeptionen	101
2.1	Die klassische Auffassung von Kultur	102
2.2	Die deskriptive Konzeption der Anthropologie	103
2.3	Die symbolische Konzeption der Kultur	105
2.3.1	<i>Theoretische Anschlüsse</i>	106
2.3.2	<i>Die ethnografische Kulturanalyse</i>	106
2.3.3	<i>Die Bedeutung der Geertz'schen Kulturanalyse für die Mediensoziologie</i>	109
2.3.4	<i>Kritik an der Geertz'schen Kulturanalyse</i>	110
3.	Vom Text zum Kontext: Die Entwicklung der Medienforschung innerhalb der ›British Cultural Studies‹	113
3.1	Das Encoding/Decoding-Kommunikationsmodell von Stuart Hall	113
3.2	Exkurs: Wie nehmen Frauen pornografische Filme wahr?	122
3.3	Kritik an dem Modell von Hall	123
3.4	Die Untersuchungen von David Morley	125
3.5	Der Star als kontextuelles Phänomen	128
3.6	Die soziale Praxis jugendlicher Subkulturen	130
3.7	Die Polysemie der Medienkommunikation	131
3.8	Exkurs: James Bond als intertextuelles Phänomen	139

3.9	Kultfilme und Filmklassiker	141
3.10	Schluss	144
4.	Der alltägliche Kontext der Medienaneignung	145
4.1	Einleitung	145
4.2	Die Heterogenität der Alltagserfahrung	146
4.3	Das Verhältnis von Waren und Kultur aus Sicht der Konsumenten	149
4.4	Die Produktivität der Medienaneignung	155
4.4.1	<i>Die elementare Ästhetik des Alltags</i>	155
4.4.2	<i>Die Kunst des Handelns</i>	157
4.5	Der ethnografische Zugang zur Erforschung der Medienaneignung	162
4.6	Ein (möglicher) Weg ins Feld: Der Fan	165
VI.	DIE ANEIGNUNG VON HORRORFILMEN	167
1.	Einleitung: Die Popularität des Horrorfilms	167
2.	Die Konstruktion des Fans im zeitgenössischen Diskurs	168
2.1	Fans und Fanatiker	168
2.2	Stereotype Vorstellungen vom Fan	170
2.3	Vermutete Ursachen und Folgen des Fandoms	171
2.4	Der illegitime Geschmack der Fans	173
3.	Im Videodrome	174
4.	Merkmale des postmodernen Horrorfilms	177
5.	Exkurs: Die Kulturgeschichte des Horrorgenres	179
5.1	<i>Die Fliege</i>	184
6.	Die Sozialwelt der Horrorfans	188
6.1	Einleitung	188
6.2	Die Rezeption	191
6.3	Das Beschaffen der Filme	195
6.4	Das Sammeln von Filmen und anderen Objekten	197
6.5	Die Produktion und Rezeption von Fanzines	199
6.6	Konversationen und Klatsch	200
6.7	Die Aneignung und Demonstration von Wissen	202

6.8	Kommunikationsnetz und Conventions	203
6.9	Die Struktur der Sozialwelt	205
6.10	Exkurs: Die Entstehung des angenehmen Grauens	206
7.	Typologie der Fans	210
7.1	Einleitung	210
7.2	Der Novize	211
	7.2.1 <i>Unheimliche Begegnung der ersten Art</i>	211
	7.2.2 <i>Kontextuelles Missverstehen und Desorientierung</i>	213
	7.2.3 <i>Generationspezifische Wahrnehmungskluft</i>	215
7.3	Der Tourist	217
	7.3.1 <i>Erfahrungshunger</i>	217
	7.3.2 <i>Explorierende Aktivitäten</i>	218
	7.3.3 <i>Oberflächliche Kontakte</i>	220
	7.3.4 <i>Die Suche nach Außeralltäglichkeit</i>	220
	7.3.5 <i>Aufbruch in neue Welten</i>	224
7.4	Der Buff	226
	7.4.1 <i>Im Zentrum der Sozialwelt</i>	226
	7.4.2 <i>Der ›wahre‹ Fan</i>	227
	7.4.3 <i>Wissen</i>	228
	7.4.4 <i>Sammeln und ›Rereading‹</i>	231
	7.4.5 <i>Kontextspezifische Erlebnisse</i>	232
	7.4.6 <i>Die Bedeutung von Fanzeitschriften für das Interesse an Monstern</i>	234
	7.4.7 <i>Das Pendeln zwischen Realität und Fiktion</i>	237
	7.4.8 <i>Die Bedeutung persönlicher Beziehungen</i>	238
	7.4.9 <i>Die Kunstliebhaber</i>	238
	7.4.10 <i>Die Bindung an die Sozialwelt</i>	240
7.5	Der Freak	241
	7.5.1 <i>Der ›Macher‹</i>	241
	7.5.2 <i>Distinktion durch Wissen</i>	241
	7.5.3 <i>Distinktion durch Selbstdarstellung</i>	244
	7.5.4 <i>Distinktion durch Sammeln</i>	244
	7.5.5 <i>Distinktion durch das Erlebnis</i>	246
	7.5.6 <i>Die Spezialisierung der persönlichen Identität</i>	249

7.5.7	<i>Die Notwendigkeit persönlicher Beziehungen zu anderen Fans</i>	250
7.6	Die Dimensionen der Lust am Grauen – vom Novizen zum Freak	251
8.	Die kulturelle Ökonomie der Horrorsozialwelt	253
8.1	Einleitung	253
8.2	Die populäre Sensibilität der Fans	254
8.3	Die Produktivität der Fans	258
8.3.1	<i>Semiotische Produktivität</i>	259
8.3.2	<i>Expressive Produktivität</i>	262
8.3.3	<i>Textuelle Produktivität</i>	265
9.	Die Horrorfans als produktive Zuschauer	273
VII.	SCHLUSSBETRACHTUNG	277
1.	Globalisierung, Lokalität und Wahlnachbarschaften	277
2.	Zusammenfassung: Die Produktivität der Medienaneignung	284
VIII.	NACHWORT: PERSPEKTIVEN UND PROBLEME DER AKTUELLEN FANFORSCHUNG	288
1.	Einleitung	288
2.	Die Beziehungen zwischen akademischer Kultur und Fankultur	291
3.	Die digitale Transformation der Fankulturen	298
4.	Kultureller Widerstand und Ermächtigung heute	303
	Literaturverzeichnis	306
	Personen- und Sachregister	342