

Beatrix Broda-Kaschube

Moritz, Peter: Fernsehkonsum und Fernsehideologie

1989

<https://doi.org/10.17192/ep1989.4.6144>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Broda-Kaschube, Beatrix: Moritz, Peter: Fernsehkonsum und Fernsehideologie. In: *medienwissenschaft: rezeptionen*, Jg. 6 (1989), Nr. 4. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1989.4.6144>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Peter Moritz: Fernsehkonsum und Fernsehideologie.- Frankfurt/M.: Peter Lang 1989, 114 S., sFr 30,-

Das Fernsehen steuert aufgrund seiner herausragenden Stellung in unserem Alltagsleben das Bewußtsein der Menschen und dank seiner Inhalte dient es der Absicherung bürgerlicher Verhältnisse. - Diese These versucht Peter Moritz in seiner von vielfältigen Einflüssen (Frankfurter Schule, Freud, Postman) inspirierten Arbeit zu belegen - vornehmlich gestützt auf zwei Hauptargumente, die Form des Fernsehens und die zunehmende Amerikanisierung - sprich: Privatisierung - des bundesdeutschen Fernsehsystems: Fernsehen sei ein Medium für jedermann, ein bequemer Sozialpartner; hinzu komme, daß bewegte Bilder glaubwürdiger seien als Geschriebenes oder Gesprochenes, obwohl auch sie nur einen begrenzten Teil der Wirklichkeit wiedergeben könnten; durch das Fernsehen macht der Rezipient nur Erfahrungen aus zweiter Hand und reduziert somit seine Möglichkeiten direkter Erfahrung. Hinzu komme die fortschreitende Privatisierung, die wenigen Medienkonzernen ein riesiges Manipulationspotential in die Hände gebe. Trotz der größeren Programmfülle führe so die inhaltliche Beschränkung auf Unterhaltungsprogramme zu einem schleichenden Ende des Meinungspluralismus. Außerdem würden die ernsthaften Informationen im Medienangebot mit 'Entertainment' und 'Amusement' durchsetzt, um das bestehende Gesellschaftssystem zu stabilisieren. Der öffentlich-rechtliche Programmauftrag von ARD und ZDF könnte nicht mehr erfüllt werden, wenn diese sich den erwähnten Mechanismen der Privatsender anschließen, um nicht zu viele Zuschauer zu verlieren. Als aktuelles Beispiel führt Moritz hier den Kampf um die Fußballübertragungsrechte an.

Im anschließenden Kapitel über "Kulturindustrielle Fernsehideologie" versucht Moritz anhand einiger Programmbeispiele die Verstärkung des Bestehenden durch das Fernsehen und die Symbiose zwischen Industrie und Fernsehen aufzuzeigen. Die Gaben aus dem Werbeetat fördern das Wachstum der Sender, diese wiederum bringen die Werbung tatkräftig an die Frau oder den Mann, lautet die These. Im Mittelpunkt seiner Bemühungen stehen eine psychoanalytische Aufarbeitung der Serie "Dallas" und die Schilderung des Aufbaus einer siebenminütigen RTL-plus Nachrichtensendung, die er mit weiteren Beispielen der bundesdeutschen Medienlandschaft garniert. Geschickt vermittelt Moritz, mit welch einfachen psychologischen Konstrukten "Dallas" an menschliche Grundbedürfnisse appelliert und gleichzeitig implizit verspricht, sie im Konsum der Serie langfristig zu befriedigen. Die daraus entstehende enge Bindung an solche Serien führt seiner Meinung nach zu verstärkter Passivität des Rezipienten, da das Fernsehen als Emotionsregulator Zeitvertreib und Entspannung förmlich anbietet. Auch in der ausführlich beschriebenen Nachrichtensendung vermißt der Autor eine adäquate Darstellung der Realität. Neben der krassen Verkürzung komplexer Themen kritisiert er vor allem den Aufbau der Sendung, in dem ernste Nachrichten mit Spaß und Sensation vermischt werden, um den Zuschauer nicht nachhaltig zu beunruhigen.

So überzeugend die Argumentation auf den ersten Blick auch scheinen mag, so schnell fällt sie in sich zusammen, werden streng wissenschaftliche Kriterien an sie gelegt. Letztendlich sammelt Peter

Moritz nur altbekannte Argumente kultur- und medienkritischer Autoren und breitet sie unter Verwendung treffend ausgesuchter Beispiele aus. Die Ergebnisse der Medienwirkungsforschung und der Nachrichtenforschung der letzten zwei Jahrzehnte werden dem Leser unterschlagen, vielleicht sind sie gar dem Autor selbst unbekannt. Moritz beschränkt sich auf die simplen Wirkungstheorien eines Neil Postman oder einer Jerry Mander. Bis auf eine Ausnahme zitiert er Studien nur aus zweiter und dritter Hand - seine Fußnoten und sein Literaturverzeichnis weisen zumindest nie auf Originalquellen hin.

Im letzten Kapitel stellt Moritz die Positionen von McLuhan, Enzensberger, Anders und Adorno in der sozialphilosophischen Diskussion um das Medium Fernsehen dar, und nimmt selbst Stellung dazu. Und bei diesem Kapitel kommt eine weitere Schwäche zum Ausdruck: Fehlende Überlegungen lassen kaum einen Zusammenhang zwischen den einzelnen Kapiteln erkennen. So isoliert dieser Abschlußteil neben den bisher geschilderten Kapiteln steht, so unverbunden hakt der Autor die Theoretiker nacheinander ab, nicht ohne bereits im Umfang und Stil der Darstellung Sympathie und Antipathie zu verteilen. Folgerichtig besteht der Schluß aus drei Zeilen Zitat und zwei Zeilen Zitatankündigung, die einfach an die Kritik an Adorno angehängt werden. Eine wirklich vergleichende Kritik hat Moritz nicht zu bieten, was vielleicht daran liegen mag, daß er die Argumente der Philosophen nie auf die gemeinsame Ebene eines Sprachverständnisses zu projizieren vermag und eine Gegenüberstellung damit erschwert.

Am Ende bleibt der Eindruck, daß dieses Buch den 'normalen' Leser täuschen und den Wissenschaftler enttäuschen muß. Außer vordergründig treffsicheren Formulierungen hat es nicht viel zu bieten. Zwar recherchiert Peter Moritz aktuelle Beispiele für den Wandlungsprozeß, in dem sich unser Mediensystem befindet, dafür aber blendet er die Kontroversen um die Wirkungen solchen Wandels und die empirischen Versuche, Mechanismen von Fernsehunterhaltung und Realitätskonstruktion durch Massenmedien zu klären vollkommen aus. So liest sich sein Werk nur als eine Sammlung altbekannter Argumente zum Thema "Fernsehen als Leben aus zweiter Hand", die das ist, was Peter Moritz eigentlich kritisieren will: ein Buch aus zweiter Hand, das die Realität extrem verzerrt wiedergibt.

Beatrix Broda-Kaschube