

Lothar Bisky: The show must go on. Unterhaltung am Konzernkabel: Film, Rock, Fernsehen, neue Medien.- Berlin: Verlag Neues Leben 1984 (nl-konkret 62), 2. Aufl. 1985, 151 S., Preis nicht mitgeteilt

Die Analyse und Kritik der westlichen, "imperialistischen" Massenmedien gehört seit jeher, insbesondere aber seit Mitte der siebziger Jahre, zu den zentralen Aufgaben der sozialistischen Journalistikwissenschaft. Eine ihrer jüngsten auf dem Buchmarkt der DDR erschie-

nenen Hervorbringungen ist ein Bändchen des Leipziger Medienforschers und Kulturtheoretikers Lothar Bisky, das 1984 herauskam und mittlerweile (nach einer Mitteilung des DDR-'Börsenblatts') eine zweite Auflage erreicht hat. Populärwissenschaftlich gehalten und veröffentlicht im FDJ-eigenen 'Verlag Neues Leben' zielt es auf einen jugendlichen Käufer- und Leserkreis.

Biskys Gegenstand ist die "kapitalistische Unterhaltungsindustrie"; paradigmatisch behandelt werden Film, Fernsehen, die Neuen Medien sowie die Rockmusik. Untersuchungsziel ist zu klären, "welche Wirkungen" diese Industrie hat (S. 7). Hierbei bedient sich der Autor eines Wirkungsbegriffs, der über den hierzulande gebräuchlichen (als einer Einwirkung auf die "Einstellungen" des Individuums) hinausgeht. Er umfaßt sämtliche Auswirkungen, die die privatwirtschaftliche Verfaßtheit der "Unterhaltung" produzierenden sozialen Einrichtungen hat: zum einen auf die inner- und zwischenstaatlichen Kommunikationsstrukturen, zum anderen auf die Inhalte ihrer Produkte, sowie zuletzt auf die Rezipienten dieser Produkte, auf die Gesellschaft als Ganzes. Betrieben wird so gleichermaßen Kommunikator- (Programminszenierungs- und -verwertungsstrategien transnationaler Konzerne) und Medienforschung (Handlungsmuster von Fernsehsystemen unter privatwirtschaftlichen Bedingungen), Inhaltsanalyse (ideologiekritische Untersuchung von 'Dallas' und 'Saturday Night Fever') und Wirkungsforschung (Funktion der Gewaltdarstellung für das 'imperialistische' System). Vielfach wird von Strukturen und Inhalten, die im Sinne Biskys selbst "Wirkungen" sind, in einem weiteren Schritt auf Wirkungen kognitiv-affektiver Art geschlossen, wobei offensichtlich ein einfaches, das Medienpublikum als aktive Größe im Wirkprozeß ignorierendes Sender-Empfänger-Modell zugrundegelegt wird.

Auf diesen methodisch nicht unangreifbaren Wegen - letztlich werden allenfalls Hypothesen entwickelt - gelangt der Autor zu Ergebnissen, die zuweilen bedenkenswert und auch in der 'bürgerlichen' Kommunikationsforschung anzutreffen sind, etwa, was den internationalen Programmfluß oder auch die 'Unterhaltungsspirale' eines außenpluralen, privatwirtschaftlichen Fernsehens betrifft. Vieles aber muß als problematisch bewertet werden, so die immer wiederkehrende In-Eins-Setzung der Darstellung eines Sachverhalts mit seiner "Stärkung", seiner "Propagierung"; führt etwa die Inszenierung des american-way-of-life in 'Dallas' tatsächlich regelmäßig zu einer Festigung entsprechender Einstellungen? Manches scheint ausschließlich ideologisch motiviert, so die These von der Darstellung von Gewalt zum Zwecke der "Gewöhnung an imperialistische Gewalt" (!) (S. 83) oder die Feststellung, Elemente des Protests in der Rockmusik seien Protest "gegen das kapitalistische System" (S. 86) - nur gegen dieses? Zuletzt mündet Biskys "Befund", die kapitalistische Unterhaltungsindustrie betreibe zur Erhaltung und Stärkung eigener wirtschaftlicher oder politischer Macht die Entmündigung des Publikums mit dem Ziel (!) der sozialen Isolierung der Individuen (S. 150) (da diese ihr dann nicht mehr gefährlich werden könnten), in eine geradezu groteske Zukunftsvision: Vermittelt über die Existenz der Neuen Medien werden sich Züge geradezu totalitärer Bewußtseinskontrolle bemerkbar machen, die Produktion sei "gleichgeschaltet" (!) (S. 151), und das Rezeptionsverhalten sei gekennzeichnet durch "stundenlanges Dahindösen vor der Mattscheibe, unterbrochen nur durch Telespiele" (S. 140).

Zweifellos erstrebt Bisky mit seiner Darstellung einen gewissen Abschreckungseffekt gegenüber dem "bürgerlichen" Unterhaltungsbetrieb und seinen Produkten. Ob er ihn erzielt, ist indessen fraglich. Abschreckend ist die Lektüre. Vermeintlich "populär", formuliert Bisky zuweilen unglaublich salopp ("irgendwie (!) ist Dallas handwerklich gut geraten", S. 55), leistet er sich die Nachlässigkeit von Zirkeldefinitionen (S. 63) und unfreiwilliger Komik (bei der BBC verwende man Videotext "für Finanzmeldungen, Preisinformationen", "in der BRD für Hörgeschädigte", S. 129).

Norbert Linke