

Heinz Steinberg

Nutz, Walter (Hg.): Kunst, Kommunikation, Kultur

1990

<https://doi.org/10.17192/ep1990.4.5747>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Steinberg, Heinz: Nutz, Walter (Hg.): Kunst, Kommunikation, Kultur. In: *medienwissenschaft: rezensionen*, Jg. 7 (1990), Nr. 4. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1990.4.5747>.

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.

Walter Nutz (Hrsg.): Kunst, Kommunikation, Kultur. Festschrift zum 80. Geburtstag von Alphons Silbermann.- Frankfurt, Bern, New York, Paris: Peter Lang 1989, 314 S., DM 72,-

Festschriften stehen als Vehikel von Wissenschaft nicht in bestem Ruf. Oft transportieren sie gar zu Spezielles und womöglich Zweitrangiges, das konserviert zu haben später Nachschlagende dem Herausgeber schwerlich nachrühmen. Ist das die Regel, ist die vorliegende Festschrift eine Ausnahme. Vielseitig und vielschichtig, trifft sie stets allgemein Relevantes, selbst wenn sie es hoch spezialisiert darbietet. Das liegt nicht nur an der Qualifikation des Editors, vielmehr gewiß nicht zuletzt an der Vielseitig- und Vielschichtigkeit desjenigen, dem sie gewidmet ist, dessen abenteuerlicher Lebenslauf zwischen Amsterdam, Paris, Sidney und Köln, zwischen Kellnerdiensten, Musikerehrgeiz, Lebensmittelmanagement und akademischer Lehre weit mehr einheitstiftend wirkt als der Umstand, daß sich unter den Beiträgen auch solche in englischer und französischer Sprache befinden. Der Rezensent kann (an dieser Stelle) freilich nur hervorheben, was ihm bei der Behandlung der Medien als zukunftsweisend aufgefallen ist.

Dem "Nebeneinander des Wissens und Unwissens über elektronische Medien" gilt Erwin K. Scheuchs Beitrag, der die öffentliche Diskussion durch eine überzeugende Analyse der Forschungsergebnisse zu korrigieren trachtet. Neil Postmans Position, ergibt

sich aus ihrer Kritik durch Scheuch, war schon veraltet, als sie der Amerikaner im Gefolge Marshall McLuhans bezog, konnte aber wirksam werden, weil auch das weltweite bezügliche Gerede den Forschungsergebnissen mit wachsendem Abstand nachhinkte. Wissenschaftler und Rundfunkpraktiker waren "verblüfft, daß es nicht zu einer Verdrängung des Radios durch das Fernsehen kam, sondern zu einer Stagnation des TV-Konsums und einem Come-back des Rundfunks" (S.88). Verblüfft waren auch viele, ergänzt der Rezensent, daß es nicht zu der von Elisabeth Noelle-Neumann geweissagten Verdrängung des Buches durch das Fernsehen gekommen ist, dieses vielmehr den Buchkonsum nachhaltig wirksam stimuliert hat. Auch diese Erfahrung unterstreicht das abschließende Postulat Scheuchs, der Akzent der Forschung müsse künftig "auf der Interdependenz zwischen verschiedenen Medien liegen" (S.97).

Tausenden von (überwiegend amerikanischen) Untersuchungen ist es nicht gelungen, bedenkliche Folgen von Gewaltdarstellung im Fernsehen nachzuweisen. So paraphrasiert Michael Kuncziks Beitrag im Grunde nur, was der Verfasser schon 1975 ermittelt hatte: "Mediengewalt habe, außer bei pathologischen Einzelfällen, keinerlei Auswirkungen auf die Aggressivität des Rezipienten" (S.99). Dem widerspricht nicht der Befund, daß Fernsehgewalt Enthemmung bewirken kann, einen "Abbau der Schranken, violentes Verhalten zu zeigen" (S.113), daß sie insofern als "ein Faktor neben vielen anderen" (S.118) aggressive Dispositionen zu stabilisieren vermag.

Da es keinen "archimedischen Punkt" gibt, "von dem aus Kultur beurteilt werden kann, [...] müssen zwangsläufig alle einsinnig gerichteten Kausalerklärungen am Phänomen Fernsehen sowie dem Kulturwandel vorbeigehen" (S.210). Mit dieser Erkenntnis hat Peter Stolze den Punkt gewonnen, der insoweit archimedisch ist, als er durchaus genügt, Neil Postman auszuhebeln, bedenkt man zugleich, "daß die Kulturfunktion des Fernsehens nur von einem erweiterten Verständnis der Kultur als Alltagskultur her zureichend beschrieben werden kann" (S.216). Stolze argumentiert indessen, ostentativ um die dem Fernsehen verordnete Ausgewogenheit bemüht, so vorsichtig, so prinzipiell defensiv, daß er auch noch die von Postman monierte "Form des Entertainments" jedenfalls "bedenkenswert" (S.211) findet und zu dem matten Resumé gelangt, es bestehe "(noch) kein Anlaß zu einem Kulturpessimismus" (ebd.).

Erfrischend offensiv dagegen behandelt Bodo Rollka "Unterhaltung als Instrument gesellschaftlicher Sozialisation" (S.253ff.). Obwohl oft (auch von Hermann Hesse und noch von Theodor W. Adorno) als "Amusement" denunziert, sei Unterhaltung "seit der Erfindung der Buchdruckerkunst eigentliches Medium volkspädagogischer (und durchaus auch demokratischer) Bestrebungen gewesen", zumal sie "Gruppen heterogener Interessen erst zum Publikum" (ebd.) vereine. Unterhaltung, vom Fernsehen oft mit schlechtem Gewissen geboten (fügt der Re-

zement verdeutlichend hinzu), ist "eine - wenn nicht sogar die - zentrale Sozialisierungsstrategie, von der Erfindung der Druckkunst bis in unsere Zeit der elektronischen Medien" (ebd.). Auch damit wird der Forschung ein Weg in die Zukunft gewiesen, der jenseits landesüblich unterhaltsamen Geredes verläuft.

Heinz Steinberg (Berlin)