

Hans-Ulrich Grunder

Peter Moritz: Seife fürs Gehirn. Fernsehen im Serienalltag

1997

<https://doi.org/10.17192/ep1997.2.3899>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Grunder, Hans-Ulrich: Peter Moritz: Seife fürs Gehirn. Fernsehen im Serienalltag. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 14 (1997), Nr. 2. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1997.2.3899>.

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: Seife fürs Gehirn. Fernsehen im Serienalltag

Münster: LIT Verlag 1996, 240 S., ISBN 3-8258-2953-7,

Preis nicht mitgeteilt

Allwöchentlich sieht ein Millionenpublikum die neue Folge der *Lindenstraße*. Das dramaturgische Muster der Serie verbürgt eine derart effektvolle Zuschauerbindung, daß die Produktion auf eine mittlerweile über zehnjährige Sendegeschichte zurückblicken kann. Woher rührt dieser enorme Erfolg, von dem – neben vielen neueren Produktionen – bereits die Familienserie *Familie Hesselbach* in den sechziger Jahren gekrönt war?

Anhand von Fallanalysen untersucht der Hannoveraner Medienpädagoge Peter Moritz die Frage, „welcher objektive Gehalt sich hinter den spannenden amüsanten, bisweilen unglaublichen Geschichten mitten aus dem Leben“ (S.10) verberge, „ob die Zuschauer durch eine populäre Aufführung wie die *Lindenstraße* etwas über sich, über andere oder über die Gesellschaft“ erfahren, ob das Produkt „sie dümmer, vielleicht sogar klüger“ mache. Moritz' Buch ist für ein medienkundiges, jedoch nicht medienpädagogisch versiertes Publikum geschrieben. Der Autor bemüht sich um eine klare Sprache und eine nachvollziehbare Argumentation. Er verzichtet auf einen schwerfälligen wissenschaftlichen Apparat und weitschweifige theoretische Erörterungen. Ebenfalls der Lesefreundlichkeit ist die klare Beobachtungsperspektive entlang den beiden Begriffen „Unterhaltung“ und „Betroffenheit“ geschuldet. Der Band präsentiert in seiner lockeren Art keine wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Thema, wengleich er das Produkt wissenschaftlichen Forschens darstellt. Insofern ist er all jenen zur Lektüre zu empfehlen, welche die psychologischen und ideologischen Mechanismen, die sie in Familienserien zu erkennen glauben, vertieft überdenken möchten.

Beide Produktionen, die *Hesselbachs* und die *Lindenstraße*, so Moritz Fazit, produzieren Ideologie. Sie beziehen zwar aktuelle gesellschaftliche und soziale Konflikte ein, verbreiten jedoch lediglich den Anschein von Informiertheit, ja sie machen das Publikum glauben, man nähme mit der Rezeption einer Folge der Serie tatsächlich am politischen Leben teil. Bezogen auf die *Lindenstraße*: Im Widerspruch zwischen Aufklärung, Betroffenheit und dem Zwang, aus diesen Facetten eine Familienserie zu konstruieren, lösen sich Alltagsthemen in Unterhaltung auf. „Das mißlingende Leben, all das, was eigentlich wehtun müßte, wird medial auf eine Weise in Szene gesetzt, daß der unterhaltende Aspekt stets im Vordergrund bleibt.“ (S.205) Gestörte Kommunikation wird unterhaltsam aufbereitet und endlos, in immer neuer Verpackung, variiert.

Moritz zufolge kann dies eine Desensibilisierung der Menschen gegenüber dem tatsächlichen Leiden zur Folge haben. Indem sie die Grenze zwischen Scheinwirklichkeit und Alltag auflöse, verfare die *Lindenstraße* ideologisch. Es ist nicht ihr Ziel, mit dem Mittel der Unterhaltung Betroffenheit zu erzeugen, sondern sie bezweckt Unterhaltung, die sie methodisch mit Betroffenheit instrumentalisiert. Das Produkt besteht in Halbwissen, daß sich als Ganzes aufspielt (S.221), hervorgerufen durch eine im Unterhaltungskontext verschüttete belanglose Plauderei. Dies bedeute nicht Verdummung pur, aber auch nicht Aufklärung, schreibt der Autor. Gerade weil die Familienserie die gesellschaftspolitischen Hintergründe individuellen Handelns verschweigt, betreibt sie eine falsche Repräsentation von Einzelschicksalen, die jeden – gesellschaftsfern und individualistisch – als seines Glückes Schmied darstellt.

An zwei Episoden der *Lindenstraße* und an einer der *Hesselbachs* arbeitet der Autor dieses Schema heraus. Eine Analyse der Inszenierungspraktiken er-

hell dramaturgische Gesetzmäßigkeiten, welche die Form dem Unterhaltungsdiktat unterwerfen. So sind etwa die Handlungen der Menschen aus der *Lindenstraße* im Unterschied zu jeder Realität miteinander verwoben: Alle Figuren sind einander bekannt. „Wären sie es nicht, verlören die fiktiven Charaktere an Identifikationskraft, die die Illusion ihrer Nähe zum Zuschauer aufrechterhält.“ (S.190)

Als Bindemittel der beiden Pole „Unterhaltung“ und „Betroffenheit“ erkennt Moritz im Fall der *Hesselbachs* den moralisch inspirierten Gehalt, die kleinbürgerlichen Benimmregeln der sechziger Jahre, im Fall der *Lindenstraße* den typischen „*Lindenstraße*-Psychologismus“ (S.172), das gezielt eingesetzte alltagspsychologische Moment.

Hans-Ulrich Grunder (Tübingen)