

Jürgen Felix

Postman, Neil: Die Verweigerung der Hörigkeit

1989

<https://doi.org/10.17192/ep1989.1.5844>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Felix, Jürgen: Postman, Neil: Die Verweigerung der Hörigkeit. In: *medienwissenschaft: rezensionen*, Jg. 6 (1989), Nr. 1. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1989.1.5844>.

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.

Neil Postman: Die Verweigerung der Hörigkeit. Lauter Einsprüche. Aus dem Amerikanischen von Reinhard Kaiser.- Frankfurt/M.: S. Fischer 1988, 200 S., DM 25,-

"Je lastender die Gesellschaft, desto besser für den Schriftsteller. Es gilt aber auch das Umgekehrte: Je lästiger der Schriftsteller, desto besser für die Gesellschaft." (S. 9) Und so möchte Postman denn auch nicht in der Schweiz leben, denn die "Schweiz macht keine Fehler", lieber in den USA, denn die "beiden Länder, in denen ein Schriftsteller am besten leben kann, sind Amerika und Rußland" (ebd.) - weil diese eben immer wieder Fehler machen (und nicht etwa in Südafrika, Afghanistan oder Nicaragua). So einfach ist das.

Was auf den ersten Blick peripher erscheinen mag, verrät Charakteristisches über Selbstverständnis und Argumentationsweise dieses 'spitzzüngigen Kritikers des Medienzeitalters' (Cover-Text). Postman schreibt als "engagierter Patriot" (S. 14) und nach eigener Überzeugung im Besitz des Wissens, was 'das Beste' und was 'das Schlimmste' für sich und seine Zeitgenossen sei. Unter Berufung auf Huxley, Orwell, McLuhan u.a. entwirft er (wieder einmal) ein apokalyptisches Szenario einer Mediengesellschaft, in der wir alle zu einem Volk werden (oder zu werden drohen), "das sich in die Dummheit hineinamüsiert" (S. 192). Galt oder gilt anderen 'guten Amerikanern' die UdSSR als 'Reich des Bösen', so übernimmt in Postmans simplifizierendem Gut-Böse-Schema das Medium 'Fernsehen' die Rolle des allgegenwärtig-bedrohlichen Feindes, der die traditionellen Werte immer weiter unterwandert: Förderte einst die Erfindung der Druckerpresse das Lesen und damit das kritische Denken und die Idee der Kindheit, so verführen heute die visuellen Medien, allen voran das Fernsehen, zum 'Glotzen', verwischen die Trennungslinie zwischen Politik und Entertainment und bringen die Kindheit zum Verschwinden. Postmans ebenso einfache wie offenbar medienwirksame 'Diagnose' ist unverändert: Fernsehen verblödet; freilich nicht jeden und nicht jede Form des Fernsehens. Gefährlicher als die Unterhaltungssendungen (deren triviale Muster zu durchschauen Postman selbst den 'Normalzuschauer' für fähig hält) scheinen ihm politische und kulturelle Sendeformen, die unser Bewußtsein dazu konditionieren, "die

Welt in Gestalt bruchstückhafter Bilder wahrzunehmen" (S. 197). Dadurch würden die vernunftgeprägten öffentlichen Diskursformen durch eine "Fixiertheit aufs Bild" (S. 189) und aufs konsumierbare Amusement sukzessive verdrängt, am radikalsten in den 'Nachrichten', die den Zuschauer desinformieren, statt ihn zu informieren - "auf das eine überragende Ziel ausgerichtet: die Menschen vor den Fernsehapparaten zu halten." (S. 91)

All diese Befürchtungen sind aus vorangegangenen Publikationen Postmans bekannt und auch die Idee, "kritische Intelligenz durch Sprach-erziehung zu fördern", durch eine Rückbesinnung auf die Tradition humanistisch-kritische "Bildung als Bollwerk" (S. 34) gegen den Ungeist der Zeit zu errichten, stellt nicht gerade ein Novum an Erkenntnis dar. Dennoch betont Postman gleich zu Beginn, daß er den Lesern nicht 'die Abfälle aus seiner Autorenküche auf-tischen will' - was um so mehr verwundert, als man am Ende des Buches erfahren kann, daß bereits die Hälfte dieser 18 'Einsprüche' in verschiedenen Zeitschriften publiziert wurde, zwei Beiträge nichts als Zusammenfassungen seiner Bestseller 'Das Verschwinden der Kindheit' (1983) und 'Wir amüsieren uns zu Tode' (1985) sind. Doch wer auf der Suche nach grundlegend neuen Erkenntnissen ist, dürfte mit Postmans Studien ohnehin schlecht bedient sein. Seine Gegenüberstellung von leider ver-gangenen 'guten' Buchdruckzeitalter und gegenwärtigem 'bösen' Me-dienzeitalter ist ebenso simpel (und gar unzutreffend), wie seine Argu-mente gegen die neuen visuellen Medien altbekannt sind und überdies bereits gegen die 'älteren Medien' Film, Theater, Roman, von Platon gar gegen die schriftliche Fixierung des Gedankens überhaupt erhoben wurden - was Postman (zum Teil wenigstens) auch selbst bewußt ist (vgl. etwa S. 185). Wer sich jedoch mehr für den 'Postman-Boom' als für Postman interessiert, für den stellt dieses Buch zweifellos eine 'Bereicherung' dar; denn 'Der konservative Blickwinkel' (S. 115-126) dieser Spielart der Medienkritik wird in diesen 'Einsprüchen' um ein Vielfaches deutlicher als in Postmans früheren Veröffentlichungen. Wie mühelos Postman 'kritischen' Geist und apodiktische Urteile verbindet, dürfte nicht zuletzt deshalb 'faszinierend' sein, weil diese Art des 'Philosophierens' offenbar auf das Interesse einer breiten Le-serschaft stößt, eine Ausprägung des gegenwärtigen 'Zeitgeistes' zu repräsentieren scheint. "Jedes System von Glaubensanschauungen um-faßt auch eine Annahme über die Hauptwurzel allen Übels, der die verschiedenen Formen der Sünde entspringen." (S. 78) Was Postman für die Wirkungsmechanismen der TV-Werbespots eigens betont, wäre auf sein eigenes Glaubenssystem anzuwenden. Dieses auf die impliziten Wertvorstellungen zu hinterfragen, dürfte für die medienwis-senschaftliche Forschung eine lohnende Aufgabe sein (wofür man die Lektüre der wenig originellen, schlimmer noch: nicht lustigen Sati-re-Versuche Postmans in Kauf nehmen sollte). Was Postmans bislang letzte Publikation überdies noch bereichert, sind eine Fülle von De-tailinformationen über die US-amerikanische Fernsehgeschichte. So sehnt sich Postman in seinen 'Erinnerungen an das Goldene Zeitalter' (S. 127-138) nach den Anfängen des amerikanischen Fernsehspiels zurück. Und siehe da: die Hochschätzung des 'Original-Fernsehspiels' und seiner Charakteristika der Nahaufnahme, der 'intimen Nähe', des psychologisierenden Blicks auf die kleine (Alltags-)Welt der Familie, etc. - all die Leitbegriffe und Schlagworte der bundesdeutschen Fern-

sehspiel-Diskussion der fünfziger und sechziger Jahre tauchen hier wieder auf und werden dem Leser als zwar nicht mehr gültige, doch anzustrebende Wertvorstellungen präsentiert. Nur nostalgische Verklärung? Eher Ausdruck einer restaurativ-konservativen Gesinnung, die ständig von der Hörigkeit erzeugenden Gewalt der visuellen Medien redet und dennoch an die 'Willensfreiheit' glaubt, die sich entgegen allen kulturpessimistischen Beschwörungen am Ende doch 'optimistisch' gibt. Zumindest Postman und seine Verleger dürften Grund dazu haben.

Jürgen Felix