

Dieter Prokop

Gegen Medien-Lügen

Das neue Lexikon der Kulturindustrie

528 Seiten | 2004 | EUR 39.80 | sFr 68.90
ISBN 3-89965-080-8 1

Dieter Prokop
Gegen Medien-Lügen
Das neue Lexikon
der Kulturindustrie



Kurztext: In Wissenschaft und Praxis werden zu viele Lügen über die Medien verbreitet. Das ist die These von Dieter Prokop:

Es ist verlogen, wenn behauptet wird, dass der Markt sich nach den Konsumentenwünschen richte; dass die Meinungsforschung die Meinungen der Bevölkerung wiedergebe; dass die Einschaltquote die Bedürfnisse des Publikums spiegele; dass das Angebot heutiger Medienkonzerne vielfältig sei; dass die Konsumenten im Warenangebot alle Mittel fänden, um darin eine vielfältige Identität auszubilden; dass die Menschen heute

individualisiert seien; dass Werbung und Wahlkampagnen die Menschen raffiniert bis ins Kauf- und Wahlverhalten beeinflussen könnten; dass Medienpolitik vor allem die Medienkompetenz in den Familien fördern müsse und dass das wichtiger sei, als die Macht der Medienkonzerne zu kontrollieren. Das sind Lügen!

Die Medienwissenschaft ist verlogen, weil sie nicht neugierig genug ist. Sie blickt zu wenig hinter die Kulissen. Dort, im Hintergrund, befindet sich der kulturindustrielle Machtkomplex. Er besteht im gemeinsamen Interesse von werbungstreibenden Unternehmen und Parteien, Medienkonzernen, Markt- und Meinungsforschung, Werbeagenturen und Politikberatern, nur die Gefühle der Bevölkerung an die Öffentlichkeit gelangen zu lassen und den Verstand der Leute auszuschließen. Das kann man als mündiger Bürger und kritischer Wissenschaftler nicht mitmachen!

Dieses Buch bietet einen neuen Blick hinter die Kulissen. Er ist neu, weil Prokop auch die kreativen Potenziale der Kulturindustrie beachtet. Denn hinter den Kulissen lauert nicht nur das Üble, das in diesem Buch ausführlich analysiert wird. In den Strukturen oligopolistischer Medien gibt es Widersprüche, Auseinandersetzungen zwischen Kreativkräften und kommerziellen Interessen. Neugierig sein, heißt, diese Spannungsfelder empirisch wahrzunehmen und theoretisch zu reflektieren. Dieses Buch entlarvt die Medien-Lügen, indem es zeigt, wie die Kulturindustrie wirklich funktioniert.

Der Autor

Dieter Prokop ist Professor für Soziologie und Medien am Fachbereich Gesellschaftswissenschaften der Universität Frankfurt a.M. Bei VSA erschienen von ihm u.a.: "Der Kampf um die Medien. Das Geschichtsbuch der neuen kritischen Medienforschung" (2001), "Die Unzufriedenheit mit den Medien. Das Theorie-Erzählbuch der neuen kritischen Medienforschung" (2002), "Mit Adorno gegen Adorno. Negative Dialektik der Kulturindustrie" (2003).

Zum Thema außerdem

- Der Medien-Kapitalismus
- Die Unzufriedenheit mit den Medien
- Der Kampf um die Medien
- Mit Adorno gegen Adorno

Quelle: <https://www.vsa-verlag.de/nc/detail/artikel/gegen-medien-luegen/>