

## Glen Creeber (Ed.): *Tele-Visions. An Introduction to Studying Television*

London: BFI Publishing 2006, 192 S., ISBN 1-84457-086-X, £ 18.99

Man mag dazu neigen, die von den Cultural Studies beeinflusste anglo-amerikanische Medienwissenschaft wegen ihres unbekümmerten und pragmatischen Umgangs mit Theorien und ihres politischen Verständnisses zu belächeln. Aber daraus resultiert noch immer ein Zugang, der populärkulturelle Fernsehtexte und deren Leser/Zuschauer ernst nimmt und nicht zwanghaft auf die Technologie (neuer Medien) fixiert ist. Davon profitiert auch Glen Creebers Einführung in das Studium der Fernsehwissenschaft. Die von ihm versammelten Texte, zum Teil von sehr wichtigen Vertretern und Pionieren der Fernsehtheorie wie John Hartley oder John Ellis verfasst, zeigen bei allem Bemühen um Klarheit und Prägnanz, dass sich der Reflexionsgrad fernsehwissenschaftlicher Gedankenführung weiterentwickelt und sich der Formulierung einer selbstbestimmten Ästhetik des Fernsehens annähert. Creeber, der unter anderem in dem von ihm herausgegebenen *50 Key Television Programmes* (London 2004) mit dem Versuch einer Kanonisierung von wichtigen Fernsehtexten hervorgetreten ist, bemüht sich in *Tele-Visions* um eine Strukturierung und Emanzipierung der Fernsehwissenschaft, deren Konturierung wegen ihrer Ursprünge in unterschiedlichsten Disziplinen wie Film-, Literatur- oder Kommunikationswissenschaft noch immer als problematisch gilt (vgl. S.3). Creeber und die anderen Beitragenden liefern einen Überblick über die Ansätze und Methoden, die sich auf diese Weise angesammelt haben. Sie setzen aber auch einen methodischen Akzent durch das deutlich werdende Interesse für die Analysen von Einzelgegenständen, die häufig in einer den Einzelkapiteln angeschlossenen *case study* vertieft werden. *Tele-Visions* denkt Fernsehwissenschaft von den Gegenständen und ihren ästhetischen Besonderheiten her, was diese Einführung umso lesbarer und verständlicher macht. Sie ist zudem sehr attraktiv und illustrationsreich gestaltet und enthält eine sehr hilfreiche, kommentierte Bibliografie einiger wichtiger Arbeiten zur Fernsehwissenschaft.

Der Band beginnt mit John Ellis' Versuch einer knappen Kennzeichnung der Ästhetik des Fernsehens, die sich auch um eine philosophische Grundlegung der Auseinandersetzung mit der Erfahrung des Fernsehens bemüht. Welche Herausforderung Fernsehen an die Ästhetik stellt, wird in Catryn Prys angeschlossener *case study* deutlich, die sich mit dem schwierigen Begriff der Autorschaft im häufig unautorisiert erscheinenden Fernsehen beschäftigt. Im zweiten Kapitel ergündet Creeber die ästhetikgeschichtlichen Hintergründe der *textual analysis* und versucht, eine Anleitung zum Interpretieren und Anfertigen von Einstellungsanalysen von Fernsehtexten zu liefern. Im dritten Kapitel, mit dem Stuart Hall entliehenen Titel „Decoding Television“ versehen, beschäftigt sich der Herausgeber mit Möglichkeiten ideologiekritischer Fernsehanalyse. Dieser Artikel orien-

tiert sich sehr stark an der Terminologie der Cultural Studies, und auch wenn er deren Neigung zur Simplifizierung teilen mag, wird deutlich, dass dieser Zugang eine Kritik am Fernsehen und eine Deutung der von ihm konstituierten Erfahrungen ermöglicht. John Corners Kapitel zum Fernsehen der Dokumentation und Nachrichten macht die diskursiven Rahmungen von Wirklichkeit durch das objektivitätsverheißende Medium deutlich, zeigt aber auch gerade in der Anbindung an Formate wie *Wife Swap* (2003- ) (in Deutschland unter dem Titel *Frauentausch* adaptiert), wie Fernsehen in der scheinbaren ‚Verzerrung‘ von Wirklichkeit durch Fiktionalisierung dokumentarischer Formate dennoch einen ‚authentischen‘ Aspekt der Wirklichkeit einfängt, nämlich wie Menschen versuchen, über ihre Selbstrepräsentation zu verfügen (vgl. S.71). Robin Nelson vertieft im fünften Kapitel „Analysing TV Fiction“ seine Auseinandersetzung mit den ästhetischen Eigenheiten von Fernseherzählungen in Analysen von *The Sopranos* (1999- ) und anderen postmodernen Fernsehertexten, vergisst dabei aber nicht, die mit diesen Texten im Zusammenhang stehenden tiefgreifenden Veränderungen der Fernsehkultur und -ökonomie zu reflektieren.

Matt Hills ergänzt im sechsten Kapitel seine profunde Darstellung der Entwicklungen der Rezeptionforschung im Fernsehen mit der Beschreibung der Fankultur und wie diese mit Hilfe des Internets sich immer größere Foren für die Artikulation ästhetischer Vorlieben schafft – einer von vielen Momenten, in denen *Tele-Visions* neues Terrain betritt und mit medialen Transformationen Schritt zu halten versucht. Während Jason Jacobs im siebten Kapitel die Grundlagen und Probleme der Fernsehgeschichtsschreibung konturiert und für eine Internationalisierung dieser Disziplin eintritt (vgl. S.114), bietet Jamie Medhurst mit „A (Very) Brief History of Television“ eine äußerst lesbare und erkenntnisreiche ‚kleine‘ Geschichte des Fernsehens an. Das achte Kapitel wendet sich den institutionellen und politischen Rahmungen des Fernsehens in unterschiedlichen Ländern zu. Diese politischere Perspektive findet in John Hartleys Text zur Globalisierung des Fernsehens eine Fortsetzung. Hartley weist auf einige mit Fernsehen, Globalisierung und kultureller Homogenisierung verbundene Ängste und Irritationen hin. Aber er macht auch deutlich, dass die Einführung von Medientechnologien schon immer mit der Auflösung von kulturellen Grenzen verbunden war. Er versucht mit dem Begriff der ‚mediasphere‘ deutlich werden zu lassen, dass Medien auf unterschiedliche Weise immer Menschen assoziieren, was auch positive Effekte neuer Formen einer ‚humanitarian globalisation‘ – etwa bei der Tsunamikatastrophe von 2004 – haben kann. (Vgl. S.146)

Der Band wird mit dem Beitrag „Post Television“ abgeschlossen. Kyle Nicholas und Jamie Sexton untersuchen in ihren Artikeln Erscheinungen der Konvergenz des Fernsehens mit anderen Medien, der ‚Aktivierung‘ des Zuschauers durch digitale Technologien und die damit verbundene Möglichkeit der Personalisierung des Fernsehens durch die Anpassung des Programms an eigene Bedürfnisse und Vorlieben. Aber weil der Zuschauer von zuviel Wahlfreiheit und Aktivität

überfordert ist und eine gewisse Passivität für die Wahrnehmung von Fernsehen konstitutiv sein kann und auch weil neue Medien keine alten Medien ersetzen, sondern sich diese vielmehr gegenseitig anpassen, warnen die Verfasser davor, von einem Ende des Fernsehens zu sprechen. Und so beschließt sich dieses Buch mit dem ebenso skeptischen wie verheißungsvollen Satz: „TV is dead, long live TV.“ (S.168) Damit wäre *Tele-Visions* auch für die nähere Zukunft eine große Leserschaft gesichert, die es sich unter anderem durch sein uneitles Bemühen um Verständlichkeit und Anschaulichkeit verdient hat.

Herbert Schwaab (Bochum)