

Stefan Greif, Nils Lehnert, Anna-Carina Meywirth (Hg.): Popkultur und Fernsehen: Historische und ästhetische Berührungspunkte

Bielefeld: transcript 2015 (Edition Medienwissenschaft, Bd.11), 319 S., ISBN 9783837629033, EUR 34,99

Seit Ende der 1960er Jahre sind sie für die einen die am weitesten verbreiteten und einflussreichsten, also populären „Billigmedien“ (S.9), die Kommerz und Werbung, globale Distribution und crossmediale Vermarktung offensiv und skrupellos amalgamieren; für die anderen firmieren sie aber auch als „the most popular art“ (S.29), mithin als innovative und gesellschaftlich relevante Signaturen der Moderne, mit neuen ästhetischen Prinzipien wie Serialität, Oberflächenästhetik, Starkult (vgl. S.10), mit Provokati-

onen, Umdeutungen und vormalis unbekannten Mixturen von Medien, Musik, Mode, Politik, Malerei usw. Gemeint sind ‚das‘ Fernsehen und die Popkultur beziehungsweise Popart. In Musikvideos, Clipkultur und den Popmusikprogrammen im Fernsehen fanden sie mit einer gänzlich ungewohnten Ästhetik, schnellen Takes und rasanten Schnitten, metaphorischen Adaptationen, überraschenden Inszenierungen und verblüffenden Narrationen, aber auch mit schockierenden Aufnahmen und freizügigen Posen, mit ungezüg-

ter' Werbung und massiver Idolisierung ein begeistertes, vor allem jugendliches Publikum. Da bislang weitgehend getrennt erforscht, lag es nahe und ist sicherlich eine faszinierende Idee, Pop- und Fernsehforschung zusammenzudenken und zu untersuchen, wie sich beide wechselseitig beeinflusst haben und weiterhin beeinflussen.

Allerdings erweisen sich systematische Zugänge zur Popmusik als recht schwierig, wie die Herausgebenden in ihrer Einleitung explizit einräumen. Denn schon der Gegenstand ist diffus und zeitabhängig, daher kaum eingrenz- und definierbar; vielmehr stellt er ein „breit angelegtes Deutungs- und Verständnisspektrum“ (S.10) dar, dass nur in Kontexten, vielleicht sogar nur als „permanente Transformation“ (S.11) erklärbar scheint. Somit gehen Pop und Popularität ineinander über, in jeweils anfallender Multimedialität, aber entfalten sich auch separat und kontextspeziell, wie in der einleitenden Forschungsübersicht (vgl. S.12ff.) dargestellt wird. Und insgesamt belegen die Beiträge des Readers exemplarisch, dass sich Pop natürlich nicht in seiner Präsenz im Fernsehen erschöpft, sondern in allen Künsten und Medien virulent, weder allein Jugendkultur noch purer Kommerz ist, aber dies eben alles auch. Entsprechend stellt sich die akademische Popforschung – so die Herausgebenden – im Vergleich zur Fernsehforschung als noch ziemlich schmal dar und habe eigentlich erst in den letzten Jahren begonnen (vgl. S.13); vollends fehle es an Untersuchungen zur Präsenz des Pop im Fernsehen.

Dieser Sammelband mit seinen 16 Beiträgen möchte also dieses Desiderat beheben, zumindest schmälern. Allerdings gelingt dies nur partiell, eben als mehr oder weniger zufällige ‚Berührungspunkte‘, weder (historisch) vollständig noch hinreichend systematisch, obwohl sich die Herausgebenden mit ihrer Gliederung in drei Teilen darum bemühen: zuerst mit einem etwas vollmundig angekündigten Überblick über die Pop- und TV-Geschichte „von den Anfängen bis zum ‚medienkonvergenten Gegenwartsfernsehen‘“ (S.15), einschließlich der jeweiligen Rolle ‚des‘ Rezipienten; dann in einem zweiten Teil mit symptomatischen Selbst- und Fremdinszenierungen maßgeblicher Akteure der Pop- und Populärkultur im Massenmedium Fernsehen; und schließlich mit Beiträgen zu „aktuellen Entwicklungen und Genres der Popkultur in Theorie und Fernsehpraxis sowie – andersherum gedacht – [zur] popkulturanalytischen Sicht auf das Fernsehen aus der Perspektive benachbarter Pop-Genres (Literatur, Musik, Poetry Slam)“ (S.19).

Immerhin: Einrahmende Grundlagenarbeit leisten der erste und der letzte Artikel. Helmut Schanzes paradigmatischer Rückblick auf die Anfänge von Popkultur, Fernsehen und Medienwissenschaft sowie Kristina Fliegers Übersicht über popmusikalische Sendungen und Inhalte im öffentlich-rechtlichen Fernsehen in der Vergangenheit und Gegenwart. Auch das Interview mit dem Popmoderator Markus Kavka von MTV hilft bei der historischen Einordnung. Doch dazwischen finden sich – im ersten Teil des

Buchs – Studien zur Ikonografierung von Ingeborg Bachmann in der Zeitschrift *Der Spiegel* der 1950er Jahre, zu Andy Warhols vermeintlich totalitären Fernsehprodukten, zu neuen Museumskonzepten am Beispiel der Kölner Schau „Happening & Fluxus“ (1970), zu Christoph Schlingensiefels Prozesskunst-Ästhetik in seinen Fernseharbeiten sowie zu Marketingstrategien und popkultureller Fernsehästhetik am Beispiel der *Scripted-Reality-Soap Berlin – Tag & Nacht* (2011-). Im zweiten Teil, der um Akteure kreist, werden die medienspezifisch-popästhetischen Potenziale des Fernsehens für die (Selbst-)Präsentation von Autoren, Christian Krachts „Ästhetik des Verlassens“ in seinen TV-Inszenierungen, Rainald Goetz' popästhetische Performance im Fernsehen, unterschiedliche Porträts anlässlich Hermann Hesses 50. Todestag sowie das Mozart-Bild in der Animationsserie *Little Amadeus*

(2006) untersucht. Anschließend stehen Andreas Neumeisters Textcollage *Angela Davis löscht ihre Website* (Berlin: Suhrkamp, 2002), Überlegungen zu Popfeminismus und Fernsehen sowie die Wechselwirkungen von Poetry Slam, Slam Poetry und TV im Fokus.

Ohne Frage, damit sind einige Einstiegspunkte für multimediale Komparatistik für Popmusik im Fernsehen angelegt, aber es bleiben selbst in diesem eng gefassten Forschungsterrain noch viele blinde Flecken, sowohl historisch als auch systematisch, wenn man sich die Omnipräsenz und universelle Verwendung von Popmusik in allen Genres des Fernsehens vergegenwärtigt – wie umgekehrt Popmusik nicht mehr ohne elektronische Bilder und Inszenierungen verbreitet und vermarktet werden kann. Anschlussforschungen liegen gewissermaßen auf dem Programmtablett.

Hans-Dieter Kübler (Werther)