

material nieder, die hier geboten wird. Dabei ist es kein Nachteil, auch zwanzig Jahre alte Interviews lesen zu können. (Allerdings stutzt man, wie bedenkenlos hier gesprochene Sprache in Schriftdeutsch umgesetzt wird, als gebe es keine Erkenntnisse zum Unterschied von gesprochener und geschriebener Sprache.) Den beigegebenen Analysen mag man an einigen Stellen widersprechen, sie sind aber stets eine anregende Auseinandersetzung mit realen Interviewtexten. Ebenfalls positiv zu vermerken ist das Bemühen der Autoren, immer wieder die Wichtigkeit der genauen und intensiven Recherche zu verdeutlichen, auch mit warnenden Beispielen. Und wer das Buch als Ratgeber für journalistische Anfänger nutzt, findet manchen nützlichen Tipp (z. B. S. 143).

Noch einmal zum Stichwort „Zielgruppe“: In einem kurzen Nachwort lesen wir als Erstes den folgenden Satz: „Wir hoffen, die Leserinnen und Leser des Buches kritischer gemacht zu haben, wenn sie Interviews hören und sehen.“ Also, das hatten wir bei der Lektüre zwischendurch immer wieder einmal vermutet, ein Buch für Rezipienten, denen hier die Machart von Hörfunk- und Fernsehinterviews erläutert wird, um sie in den Stand zu setzen, „Interviews zu beurteilen“, wie es im zweiten Satz heißt. Verwirrt sind wir allerdings, wenn wir im nächsten Absatz lesen: „Unsere Hinweise und Ratschläge richten sich vor allem an Journalistinnen und Journalisten.“ Eigentlich bleibt dem Rezensenten da nur die Frage, die über dem Nachwort steht: „Wie jetzt?“

Jörg Hennig

John Higgins

Raymond Williams

Literature, Marxism and Cultural Materialism

London u. a.: Routledge 1999. — 229 S.

ISBN 0-415-02345-9

In den letzten Jahren hat sich zunehmend innerhalb der deutschsprachigen Medien- und Kommunikationswissenschaft ein Interesse an den Cultural Studies als einer wichtigen intellektuellen Tradition der Auseinandersetzung mit Medien in der englischsprachigen akademischen Landschaft etabliert. Ein Bezugsautor in diesem Umfeld ist Raymond Williams

(1921–1988). Bekannt ist Raymond Williams nicht nur als Kulturtheoretiker und -kritiker, sondern auch als politisch aktiver, linker Intellektueller des Nachkriegsenglands, der immer wieder in öffentlichen Diskussionen Position bezogen hat. Mit der Publikation „Raymond Williams: Literature, Marxism and Cultural Materialism“ legt nun John Higgins eine Einführung in das Werk von Raymond Williams vor, die auch deutschsprachigen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern den Zugang zu einer produktiven Auseinandersetzung mit den Arbeiten von Raymond Williams erleichtern kann.

John Higgins selbst lehrt an der University of Cape Town (Südafrika) und ist Herausgeber der Zeitschrift „*Pretexts: Studies in Writing and Culture*“. Das Buch „Raymond Williams: Literature, Marxism and Cultural Materialism“ ist in einer von Christopher Norris herausgegebenen Reihe zu Kritikern des 20. Jahrhunderts im Routledge Verlag erschienen, wodurch Williams zu Recht in eine Reihe gestellt wird mit Personen wie Antonio Gramsci, Roland Barthes oder Jürgen Habermas. Die Publikation von John Higgins lässt sich vielleicht am besten als „intellektuelle Biografie“ charakterisieren. So geht es Higgins nicht primär darum, das Leben des Wissenschaftlers und Intellektuellen Raymond Williams an sich vorzustellen, sondern er möchte in das Denken von Williams einführen, und zwar indem er ihn historisch liest. Teilweise bedeutet das aus der Perspektive von Higgins auch, ihn „against the grain of some of the current representations of his work“ (174) zu lesen, ein Versuch, dem die Schreibweise von Higgins entspricht. Diese zeichnet sich dadurch aus, dass er Position bezieht, ohne andere Positionen zu verschweigen. Higgins legt also nicht einfach nur dar, sondern er bezieht auch kritisch Stellung – sowohl zu den Überlegungen von Williams selbst als auch zur Rezeption von dessen Werk. Hierdurch führt Higgins nicht nur in das Denken von Williams ein, sondern auch – zumindest in Ansätzen – in die Forschungsdiskussion um dieses.

Herausgekommen ist dabei ein Buch, das – neben der Einleitung und dem Schluss – in sieben Kapitel strukturiert ist, die sich in der Chronologie ihres Entstehens mit den wichtigsten Begriffen, Konzepten und Theorien von Williams befassen: Seinem Changieren zwischen Marxismus und Literatur (1947–1950), seiner Auseinandersetzung mit Dramatisierung

und Gefühlsstruktur (1947–1954), Kultur und Kommunikation (1950–1962), seinem in Cambridge entwickelten kritischen Ansatz (1962–1973) bzw. seiner Beschäftigung mit dem Marxismus, der Entwicklung des kulturellen Materialismus (1977–1981) und seiner insbesondere politisch motivierten Gesellschaftskritik der 80er Jahre (1981–1987). In den Kapiteln werden fast alle wichtigen wissenschaftlichen Monographien von Williams und seine wichtigsten Aufsätze diskutiert – u. a. *Drama from Ibsen to Eliot* (1952), *Preface to Film* (1954), *Culture and Society* (1958), *The Long Revolution* (1961), *Modern Tragedy* (1966), *The Country and the City* (1973), *Marxism and Literature* (1977) und *Culture* (1981). Die einzelnen Kapitel des Buches sind zum Teil nach den Publikationen, die in den jeweiligen Zeitabschnitten entstanden, strukturiert, zum Teil nach den ihm inen entwickelten, zentralen Begriffen. Da, wo es nötig erscheint, um den insbesondere auf das theoretische Werk fokussierten Darlegungen zu folgen, sind in die einzelnen Kapitel daneben kurze Abschnitte zur Biografie von Williams eingeflochten. Der rote Faden, der die einzelnen Kapitel miteinander verbindet, klingt bereits im Untertitel des Buches – „Literature, Marxism and Cultural Materialism“ – an und kann als die zentrale These Higgins' gelten: Von den Anfängen seines wissenschaftlichen Arbeitens an entwickelt Williams seine Position sowohl in Abgrenzung zur (traditionellen) britischen Literaturwissenschaft, deren unhistorische und unssoziologische Orientierung er ablehnt, als auch zu einem Marxismus, der Kultur und Kulturprodukte verschiedenster Art durch eine (ökonomische) Basis determiniert sieht. Im Spannungsverhältnis zwischen beiden Polen und in der Abgrenzung zu ihnen ist Williams eigener Ansatz des kulturellen Materialismus zu sehen, den er in einer Reihe von Studien selbst exemplarisch anwendet. In den Worten von Higgins: „Williams' central emphasis remains the same: the insistence on the idea of culture as a way of thinking the social totality, the refusal of cultural production as a secondary effect on the economic base.“ (S. 121f.)

Was macht nun die Veröffentlichung von Higgins für Medien- und Kommunikationswissenschaftler interessant? Meines Erachtens ist die Publikation deshalb von Interesse, weil sie einen differenzierten Zugang zu einer Reihe von Begriffen und Konzepten von Raymond

Williams ermöglicht, die nachhaltig die Medienstudien der Cultural Studies geprägt haben. Wichtig sind in diesem Zusammenhang insbesondere die Kapitel zu Drama (Kap. 2), Kultur und Kommunikation (Kap. 3) und kulturellem Materialismus (Kap. 6). In diesen befasst sich Higgins sehr dezidiert u. a. mit Williams' Konzept der Gefühlsstruktur (*structure of feeling*), dessen Darlegungen zur Dramatisierung der Gesellschaft, seiner Kritik von Vorstellungen der Massengesellschaft (*masses and mob*), seinem Ansatz von Kultur als Gesamtheit einer Lebensweise (*culture as whole way of life*) und seinem Kommunikationsbegriff.

Bei einer Publikation zu einem Autor, dessen Werk allein 24 Monographien und Aufsatzsammlungen umfasst, liegt es durchaus nahe, dass die Veröffentlichung von John Higgins ihre weißen Flecken hat. Die größten Auslassungen benennt Higgins selbst, wenn er in der Einleitung darauf verweist, dass er nicht auf die politischen Aktivitäten und die fiktionalen Veröffentlichungen von Williams (u. a. Romane und Dramen) eingeht (vgl. S. 3). Während dies aus medien- und kommunikationswissenschaftlicher Perspektive durchaus zu vernachlässigen ist, wiegt etwas anderes schwerer: Higgins geht in der Publikation ebenfalls nicht auf Williams' umfassende und einflussreiche Arbeiten zum Fernsehen ein. Wer also beispielsweise Williams' Darlegungen zum „programming“ und „flow“ des Fernsehens nachvollziehen möchte, ist nach wie vor gezwungen, bei Williams selbst nachzulesen, insbesondere in dessen (nach wie vor sehr lesenswertem) Buch „*Television: Technology and Cultural Form*“ (zweite Auflage 1990). Eine solche Auslassung kann John Higgins sicherlich nicht direkt vorgeworfen werden, ist er doch von Hause aus Literaturwissenschaftler. Hinzu kommt, dass eine Einführung in die medientheoretischen Darlegungen Williams' sicherlich eine eigenständige Monographie wäre. Schade bleibt dies doch. Vereinzelt problematisch oder zumindest nicht immer gänzlich nachzuvollziehen sind Higgins' Bewertungen einzelner Veröffentlichungen von Williams. Beispielsweise erscheint mir Higgins' eher kritische Einschätzung von „*Culture*“ (1981) – einem Buch, in dem Williams die begrifflichen Grundlagen seines kulturellen Materialismus darlegt – zumindest diskussionswürdig (S. 140–144).

Mit diesen Einschränkungen kann „Raymond Williams: Literature, Marxism and Cul-

tural Materialism“ aber jedem empfohlen werden, der sich umfassender mit Raymond Williams bzw. den Cultural Studies und ihrem weiteren Theoriekontext befassen möchte. Zwar ist Raymond Williams sicherlich nicht der „Gründungsvater“ der Cultural Studies und zwischen seinem späteren Werk und der weiteren Entwicklung der Cultural Studies bestehen insofern Differenzen, als er die Wende von vielen Vertreterinnen und Vertretern der Cultural Studies hin zum Poststrukturalismus nicht nachvollzog. Jedoch haben sowohl Williams’ Veröffentlichungen – insbesondere „Culture and Society“ und „The Long Revolution“ – als auch sein Engagement als kritischer Intellektueller nachhaltig die Entwicklung der Cultural Studies international beeinflusst. Die Lektüre von Higgins‘ nicht ganz lückenloser, intellektueller Biografie von Raymond Williams trägt sicherlich dazu bei, auch gegenwärtige Diskussionen in den Cultural Studies nachvollziehen zu können. Vor allem aber hilft sie, den Projektcharakter von Cultural Studies verstehen zu können, für die ein ähnlicher Anti-Dogmatismus kennzeichnend ist wie für den kulturellen Materialismus von Raymond Williams. Befragt darauf, wie sein Werk im Kontext einzelner Schulen einzurordnen wäre, antwortete Raymond Williams 1971: „If you are not in a church, your are not worried about heresies“ (zitiert nach Higgins 1999, S. 101).

Andreas Hepp

John Hartley
The Uses of Television
 London: Routledge 1999. – 246 S.
 ISBN 0-415-08509-8

„Go on! And watch a lot of television!“ Man stelle sich diese Aufforderung in einer kommunikationswissenschaftlichen Einführung vor, die sich an ein Publikum richtet, das schon immer einmal wissen wollte, was es denn mit diesem Medium eigentlich auf sich hat. Zwar steht dieser Satz nicht am Ende des Textteils, sondern in einem Teil des Anhangs, der Anleitungen für „Do-it-Yourself TV studies“ enthält. Aber nach der anstrengenden Lektüre eines eigenwilligen und gelegentlich provozierenden Textes muss man wohl zu dem Ergebnis kommen: Es ist dem Autor ein ernstes Anliegen, ein „desire“.

Als Hartley dieses Buch verfasste, lag seine Wirkungsstätte noch in Wales an der Cardiff University, mittlerweile ist er ein „new Australian“ und wirkt an der Queensland University of Technology. „Uses of Television“ reiht sich ein in eine Vielzahl von Arbeiten zur Populärkultur, von denen hier beispielhaft nur „Reading Television“ (1978, mit John Fiske) und „The Politics of Pictures“ (1992) genannt werden sollen.

Das Buch ist eine Mischung aus Appell, Vision, Idee und Kritik, ein im Wesentlichen auf historische Entwicklungen der insgesamt noch jungen Fernsehgeschichte Bezug nehmendes Argumentieren für Sichtweisen, die einen unbefangeneren und positiveren Umgang mit dem Medium rechtfertigen sollen. Zugleich eine wohlwollend kritische Erinnerung an Richard Hoggarts „The Uses of Literacy“ (1957/1958), eine Untersuchung des Einflusses der Massenmedien auf Werthaltungen und Mentalität der britischen Arbeiterklasse mit Pionierfunktion für die Cultural Studies.

Vieles wiederholt sich auf den ca. 200 Seiten. Und eigentlich beginnt sich ein Lesevergnügen meistens dort einzustellen, wo der Verfasser das undurchsichtige Feld theoretischer Kontroversen um Kultur und Gesellschaft verlässt und die Anfänge des Fernsehens (insbesondere in Großbritannien) mit amüsanten Episoden anschaulich macht. Dazu gehört beispielsweise die Beschreibung der hohen Wertschätzung des Radios seitens der Verantwortlichen der BBC und die daraus resultierende nachrangige Behandlung des Fernsehens. Noch 1951 äußerte sich Maurice Gorham, ein ehemaliger Leiter des BBC Television Service: „It is surely obvious that the television medium [...] is the ideal vehicle for the radio newspaper that will undoubtedly come in time, even here.“ (S. 89) Die Abdankung Edwards VIII. im Jahr 1936 war noch ein „radio event“. Erst die Krönung von Elisabeth II. im Jahr 1953 machte das Fernsehen zu einer „popular cultural form“ (S. 90). Wenig später, im Jahr 1955, war es eine Entscheidung der britischen Regierung, die dem Fernsehverständnis der BBC durch die Einführung von Independent Television (ITV) intramediäre Konkurrenz bescherte (ein „element of competition“), die zuvor doch vorwiegend intermediär wahrgenommen wurde. Ebenso fand damit die amerikanische Variante des Fernsehens Verbreitung. Hartley präsentiert zu diesen Ereignissen immer auch passen-