

Editorial

1997

<https://doi.org/10.25969/mediarep/517>

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

montage AV (Redaktion): Editorial. In: *montage AV. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation*, Jg. 6 (1997), Nr. 1, S. 2–4. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/517>.

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.

Editorial

Wunderwaffe und Exportartikel Cultural Studies? Folgt man David Morley, so drohen die Cultural Studies gegenwärtig an ihrem eigenen Erfolg zu scheitern. Wo sie sich auf den verschiedensten Ebenen – vom Prozeß akademischer Institutionalisierung über die Ökonomie des internationalen Verlagswesens bis hin zur wissenschaftlichen Theoriebildung – als regelrechte Disziplin einzurichten beginnen, bildet sich allzu leicht ein Kanon von Texten, Methoden und, schlimmstenfalls, Glaubenssätzen heraus. Diese Entwicklung der letzten Jahre läuft den konstitutiven Kriterien der Offenheit, Provisionalität und Kontextgebundenheit entgegen, die nicht nur Morley immer wieder als Voraussetzungen sinnvoller Arbeit im Feld der Cultural Studies hervorgehoben hat. In seinen eigenen Untersuchungen hält Morley das Feld offen und die Grenzen zu anderen Disziplinen bewußt unscharf: Seine spezifische Orientierung verdankt sich nicht allein der Soziologie, in der er ausgebildet wurde, sondern auch der Anthropologie, den Gender Studies und – seit Beginn der 90er Jahre – verstärkt auch einer kulturellen Geographie.

Morleys Offenheit gegenüber Impulsen aus den verschiedenen Disziplinen, die in seinen Begriffen die "Werkzeuge" der Cultural Studies liefern, ist allerdings nicht mit einem schrankenlosen Methodenpluralismus gleichzusetzen. Im Gegenteil: Wo zentrale Konzepte der Cultural Studies wie z.B. der Begriff der Polysemie zur Beliebigkeit verwässert werden und die Aktivität der Rezipienten in manchen Analysen grenzenlos zu werden scheint, weist Morley die Cultural Studies immer wieder konsequent in ihre Schranken. Damit steht Morley in Disput zum vielerorts als "transatlantischen Popularisierer" gescholtenen John Fiske, dessen Position wir im zweiten Heft der *montage/av* vorgestellt hatten. Fiskes und Morleys Arbeiten markieren in gewisser Hinsicht zwei Pole im weiten Feld der Diskussion um die Funktion und Bedeutung der Medien. Während John Fiske die prinzipielle "Offenheit" populärer Texte und ihre aktive, lustvolle, gar subversive Aneignung akzentuiert, fordert Morley in seiner Kritik an solchen "theoretischen Orthodoxien" der Cultural Studies stets einen weiteren Denkschritt ein, der über die Feststellung einer prinzipiellen Vielfalt an Bedeutungen und Aneignungsformen hinausgeht und nach deren je spezifischen Grenzen fragt: Für *wen* sind *welche* Texte unter *welchen* Umständen offen? *Wie weit* reicht die Eigenständigkeit *welcher* Rezipienten?

So ist Morley die Rhetorik der globalen Demokratisierung von Kommunikation im *cyberspace* nicht zuletzt deswegen suspekt, weil für ihn neben der

technologischen und semiotischen Erweiterung des Medien-Möglichen auch die Frage nach den Grenzen der "globalen" Verfügbarkeit dieses Potentials eine Rolle spielt. Das Phänomen der Globalisierung, das Morley in seinen jüngeren Arbeiten (häufig in Zusammenarbeit mit Kevin Robins) zum Gegenstand der Überlegungen gemacht hat, kann in diesem Sinne nicht anders als zwiespältig bewertet werden: Wo dieses Schlagwort einerseits die mögliche Entgrenzung kommunikativer und medialer Prozesse bezeichnet, bleibt es andererseits für viele bestenfalls bedeutungslos; schlimmstenfalls dient der Begriff gerade aufgrund seiner angeblich demokratisierenden Funktionen als Deckmantel zur Aushebelung von Sozialverträgen.

Deshalb haben die Analysen der Cultural Studies für Morley genau an dem Punkt anzusetzen, wo das Globale auf das Lokale trifft. Aus dem Interesse an dieser Schnittstelle erklärt sich Morleys besonderes Augenmerk für die verschiedensten Manifestationen dieser Grenze und deren Einhaltung bzw. Überschreitung: von nationalen Grenzen und den Grenzen Europas über die Grenzen von Gemeinschaft und Nachbarschaft bis hin zu den Grenzen um "Heimat" und "Heim". Von der Makro- bis zur Mikroebene geht es Morley dabei jedesmal um die Bestimmung des Verhältnisses von (prinzipieller) Offenheit und (konkreter) Einschränkung des Verkehrs zwischen Globalem und Lokalem. Aus dieser Perspektive ist die Durchlässigkeit des Wohnzimmers für die internationalen Image-Märkte nicht weniger bedeutsam als die Aufhebung innereuropäischer Grenzkontrollen durch das Schengener Abkommen.

Im Zuge ihrer verstärkten Rezeption im internationalen Kontext haben nun die Cultural Studies letztlich auch mit ihrer eigenen "Globalisierung" zu kämpfen. Wo der Export von Analyseverfahren und -ergebnissen beginnt, gerät deren Kontextualität zwangsläufig aus dem Blick, die Grenzen ihrer Anwendbarkeit stehen immer neu in Frage. Ein Heft wie das vorliegende, das David Morley einem deutschsprachigen Publikum vorstellen will, sieht sich in diesem Zusammenhang insbesondere mit dem von Morley selbst hervorgehobenen Dilemma konfrontiert, daß die abstrakte Theorie sich im Vergleich zur konkreten Analyse am besten ins Ausland verkauft. "Theory travels best", betont Morley: Im internationalen Wissenschaftsgeschäft erweist sich gerade der Aspekt der Cultural Studies als absatzfähig, der ihre Konkretion und den je spezifischen Charakter der produktivsten Studien "verrät". Dieser zwingenden Logik folgt zunächst auch unsere Auswahl eines eher "theoretischen" Artikels zur Übersetzung, den Morley indes selbst als Angelpunkt seiner bisherigen Arbeiten beschreibt.

Seinem Beharren auf Kontextualisierung haben wir auf zweierlei Weise gerecht zu werden versucht: Zum einen haben wir mit einem Koffer voll Informations- und Kommunikationstechnologie verschiedene innereuropäische und andere kulturelle Grenzen überflogen und am Goldsmiths College in London Feldforschung betrieben. Das dabei entstandene Interview mit David Morley zeichnet eine wissenschaftliche Biographie nach, die zugleich ein Stück Institutionengeschichte der British Cultural Studies repräsentiert. Zum zweiten haben wir verschiedene Medien- und Kulturwissenschaftler eingeladen, Morley aus ihrem jeweiligen "Wohnzimmer" zu kommentieren. Ihre versammelten Beiträge verorten und perspektivieren Morleys "Aufzeichnungen" im Kontext hiesiger Diskussionen. Den entscheidenden Anstoß zu diesem Heft gab uns Claus-Dieter Rath ganz lokal bei Chop Suey und chinesischem Bier. Er vermittelte uns auch den Kontakt zu David Morley. Für beides möchten wir ihm danken.

Außerhalb dieses Themenschwerpunktes knüpft der Beitrag von Christian Jäger zur "Autonomie des Kunstwerks" an einen Artikel von Hermann Kappelhoff aus dem letzten Heft der *montage/av* an: Zur Debatte steht das Spannungsverhältnis von ästhetischer Theorie und Medientheorie.

montage/av 6/1/1997
Zeitschrift für Theorie & Geschichte
audiovisueller Kommunikation

Impressum

Herausgeber: Wolfgang Beilenhoff (Böchum), Jörg Frieß (Berlin), Britta Hartmann (Potsdam), Frank Kessler (Nijmegen), Stephen Lowry (Braunschweig), Johannes von Moltke (Hildesheim), Eggo Müller (Potsdam), Hans J. Wulff (Berlin)

Redaktionsanschrift: c/o Britta Hartmann, Körnerstr. 11, D-10785 Berlin, Tel./Fax: 030 / 262 84 20 – Die Redaktion freut sich über unaufgefordert eingesandte Artikel.

Erscheinungsweise: zweimal jährlich (Mai/November), Umfang ca. 150 S.

ISSN: 0942-4954

copyright: für die Beiträge bei den Autoren, für das Heft bei den Herausgebern

Druck: Offset-Druckerei Gerhard Weinert GmbH, Berlin

Preise und Abonnement: Einzelheft DM 20,- (im Postbezug plus DM 5,- Versandkosten), im Jahres-Abonnement DM 40,- frei Haus (Übersee: DM 50,-), Jahres-Abonnement für Studierende DM 30,- frei Haus (Übersee: DM 50,-) bei Einsendung eines gültigen Studiennachweises. Jahres-Abonnements verlängern sich um je ein weiteres Jahr, wenn sie nicht mindestens drei Monate vor Ablauf schriftlich gekündigt werden.

Anzeigen: Es gilt Anzeigenpreisliste Nr. 2, Anzeigenvertretung Jörg Frieß, Tel./Fax: 030 / 691 74 20

Vertrieb: Gesellschaft für Theorie & Geschichte audiovisueller Kommunikation e.V., Körnerstr. 11, D-10785 Berlin, Tel./Fax: 030 / 262 84 20

Bankverbindung: Gesellschaft für Theorie & Geschichte audiovisueller Kommunikation e.V., Postbank Berlin, Kto.-Nr. 1902 78-101, BLZ 100 100 10