

Rainer Winter

## Cultural Studies und Globalisierung

### Anmerkungen zu David Morleys "Aufzeichnungen"

Die Verwendung des Begriffs "Cultural Studies" variiert in Deutschland stark. Man hat den Eindruck, daß viele nicht genau wissen, was darunter zu verstehen ist. So wird z.B. für einen Rezensenten der *FAZ* (vom 17.8.1995) die Tagung der britischen Zeitschrift *Theory, Culture and Society* in Berlin im Sommer 1995 zu einem Cultural Studies-Treffen. Richtig ist, daß einige Vertreter dieser intellektuellen Bewegung wie z.B. John Fiske an der Tagung teilgenommen haben. Aber nicht jede neuere soziologische oder geisteswissenschaftliche Auseinandersetzung mit Kultur läßt sich als "Cultural Studies" bezeichnen. Ein anderes Beispiel: Die Zeitschrift *Spex*, die für ihre kritischen Analysen von Popkultur bekannt ist, setzte sich in einem 'Special' (*Spex* Nr. 7 und 8, 1995) mit der Ästhetik und Bedeutung der Cultural Studies auseinander. Neben einem Interview mit Dick Hebdige, einem wichtigen Autor dieser Richtung, und einigen interessanten Artikeln werden in einem Aufsatz zu Studienmöglichkeiten in Deutschland nur Institute aufgeführt, an denen man verschiedene Richtungen von Kulturwissenschaften und von Kultursoziologie studieren kann, aber gerade nicht Cultural Studies (Holert 1995). Die Diskursanalyse von Friedrich Kittler wird hier sogar als eine Variante der Cultural Studies betrachtet.

Bevor dieser Begriff seine ursprüngliche Bedeutung endgültig verliert und ein ähnliches Schicksal erfährt wie die eigentlich kritisch gemeinten der "Postmoderne" oder der "politischen Korrektheit" (vgl. Diederichsen 1996), die in Deutschland verdreht und zu Schlagwörtern reduziert wurden, ist es notwendig, in Erinnerung zu rufen bzw. herauszustellen, welche intellektuelle Praxis darunter zu verstehen ist. Dies ist umso wichtiger, da es zu einer weltweiten Zirkulation und Globalisierung des ursprünglich in Birmingham beheimateten Projekts der Cultural Studies (vgl. Hall et al. 1992 [1980]) gekommen ist und damit auch zu nationalen Neubestimmungen. Wie David Morley (1997) in seinem Beitrag in diesem Heft am Beispiel der Medienforschung herausarbeitet, müssen zudem die Ergebnisse und die Forschungspraxis der Cultural Studies vor dem Hintergrund der Globalisierungsprozesse neu interpretiert und bestimmt werden. Ich werde deshalb

das Projekt der Cultural Studies kurz definieren, bevor ich dann das Verhältnis von Globalisierung und Cultural Studies näher diskutiere.

Zentrales Thema der Cultural Studies seit ihren britischen Anfängen innerhalb der Neuen Linken ist das Verhältnis von Kultur, sozialer Praxis und Macht, das in einem interdisziplinären Arbeitszusammenhang untersucht wird. Dabei geht es nicht darum, eine Theorie vorab aufzustellen und dann auf konkrete Problemlagen anzuwenden, sondern Ausgangspunkt sind (politische) Fragestellungen, die sich aus der Alltagspraxis ergeben. Wie z.B. bereitet die Schulerfahrung Jugendliche der Arbeiterklasse auf das Arbeitsleben vor (vgl. Willis 1982), oder wie bewahren Obdachlose in einem Heim durch Medienkonsum ihre Identität (vgl. Fiske 1993)? Ziel ist es, mit den verfügbaren theoretischen Ressourcen und empirischer Forschung Machtverhältnisse in einem sozialen Kontext zu verstehen. Dies bedeutet, symbolische Auseinandersetzungen, den Kampf um Bedeutungen und Formen des Widerstandes zu bestimmen. Wie Lawrence Grossberg feststellt, werden die Cultural Studies von einem radikalen Kontextualismus geprägt: "To put it succinctly, for cultural studies, context is everything and everything is contextual" (1995, 13). Dabei wird ein umfassender Kulturbegriff verwendet, der sowohl kulturelle Texte, Erfahrungen als auch soziale Praktiken umfaßt. Die herkömmliche Unterscheidung zwischen Hoch- und Populärkultur wird selbst als Ausdruck gesellschaftlicher Machtverhältnisse verstanden.

Vor diesem Hintergrund wird klar, daß Cultural Studies mehr sind als die Analyse populärer Medientexte bzw. die Deskription des lustvollen Umgangs mit Film oder Fernsehen im Alltag, wie manche annehmen. Eine semiotische Analyse eines Videoclips oder qualitative Zuschauerforschung ohne Bezug zum Verhältnis von Kultur und Macht sind noch keine Cultural Studies. Die Cultural Studies liefern auch keine allgemeine Theorie der Populärkultur. Denn sie sind immer an den spezifischen Weisen des Gebrauchs von Kultur interessiert, die widerständig, produktiv oder kreativ sein können (vgl. Müller 1993; Winter 1995).

Der Kontext, der in vielen neueren Arbeiten der Cultural Studies zum Thema gemacht wird, ist die Globalisierung, die in der Spät- bzw. Postmoderne nicht nur das wirtschaftliche, sondern auch das soziale und kulturelle Leben entscheidend umgestaltet. Die neuen global-räumlichen Bedingungen stellen auch den Cultural Studies neue Fragen. David Morley arbeitet in seiner Analyse verschiedene Problemhorizonte heraus, die ich im folgenden vertiefen und ergänzen möchte.

1. Die Globalisierung westlicher Konsumgüter und Medientexte führt vor allem zur Transformation (nationaler) kultureller Identitäten. Stuart Hall hat drei mögliche Konsequenzen der globalen Integration aufgeführt:

1. Die Entwicklung der kulturellen Homogenisierung und der "globalen Postmoderne" führt zur Erosion nationaler Identitäten.
2. Nationale und andere "lokale" oder partikularistische Identitäten werden als Widerstand gegen die Globalisierung gestärkt.
3. Nationale Identitäten befinden sich im Niedergang, während neue Identitäten der Hybridität ihren Platz einnehmen (1994, 209).

Wie Morley lehnt auch Hall die Vorstellung einer vollständigen kulturellen Homogenisierung als zu einseitig ab. Die globale Postmoderne mit ihrer Pluralisierung von Stilen, der Fragmentierung von Codes und der Betonung der Kontingenz und Flüchtigkeit führe wohl zu einem Zusammenbruch traditioneller kultureller Identitäten, die zentriert und "geschlossen" seien, gleichzeitig entstünde jedoch eine Pluralität neuer Identifikationsmöglichkeiten, die "Identitäten positionaler, politischer, pluraler und vielfältiger sowie weniger fixiert, einheitlich und transhistorisch" macht (ibid., 217). Eine erste empirische, ethnographisch ausgerichtete Untersuchung, die diesem Zusammenhang nachgeht, hat Marie Gillespie (1995) vorgelegt. Sie zeigt, wie Fernsehen und Video durch aus dem Pandschab stammende Familien (Hindus, Sikhs) und Jugendliche in Southall (West London) als kommunikative Ressourcen genutzt werden, um neue Identitäten in der Diaspora auszuhandeln. Am Beispiel der Werbung für Coca-Cola und ihrer lokalen Aneignung durch Jugendliche kann Gillespie (ibid., 191ff) veranschaulichen, daß ein transnationales Produkt einen imaginären Raum eröffnen kann, in dem die eigene Kultur neu definiert werden kann:

Media are being used by productive consumers to maintain and strengthen boundaries, but also to create new, shared spaces in which syncretic cultural forms, such as "new ethnicities", can emerge (ibid., 208).

2. Hier schließt sich die zweite Fragestellung an, auf die ich hinweisen möchte: Welche Folgen hat die Herausbildung (neuer) kollektiver Identitäten? Roland Robertson (1992) zeigt in seinen Studien zur Globalisierung, daß dieser Prozeß bereits im frühen 15. Jahrhundert begann und eng mit dem Modernisierungsprozeß verbunden ist. In den letzten Jahrzehnten gibt es nun viele Anzeichen dafür, daß sich ein qualitativer Sprung ereignet hat, der durch die Koinkidenz der Globalisierung elektronischer Medien und der Migration entstanden ist. Die sich gleichzeitig vollziehenden Ströme medial vermittelter Bilder und von Menschen bringen eine "Diaspora-Öffentlichkeit" (Appadurai 1996) hervor, in der die einzelnen sich nicht nur mit den Produkten der westlichen Kulturindustrien auseinandersetzen. Japaner in

San Francisco leihen sich japanische Filme in ihrem Viertel aus, ein afghanischer Taxifahrer in Chicago hört religiöse Kassetten aus seiner Heimat.

Anders als die Modernisierungstheoretiker annahmen, verschwindet weder die Religiosität im Globalisierungsprozeß, noch ist dieser im wesentlichen durch einen kulturellen Imperialismus des Westens geprägt. Der Ethnologe Appadurai schreibt: "There is growing evidence that the consumption of the mass media throughout the world often provokes resistance, irony, selectivity, and, in general, agency" (ibid., 7). Zudem ermöglichen die Medien "Gefühlsgemeinschaften" (Maffesoli 1988), spezialisierte Kulturen (vgl. Winter/Eckert 1990) und Solidarisierungen:

Collective experiences of the mass media, especially film and video, can create sodalities of worship and charisma, such as those that formed regionally around the Indian female deity Santoshi Ma in the seventies and eighties and transnationally around Ayatollah Khomeini in roughly the same period. Similar sodalities can form around sport and internationalism, as the transnational effects of the Olympics so clearly show. Tenements and buildings house video clubs in places like Kathmandu and Bombay. Fan clubs and political followings emerge from small-town media cultures, as in South India (Appadurai 1996, 8).

Eine zentrale Rolle kommt hierbei dem Bereich der Imagination zu, in dem Individuen und Gruppen die globalen Ströme auf ihre Alltagspraktiken beziehen. Denn geteilte Imaginationen sind die Voraussetzung für transnationales, kollektives Handeln. Dabei hängt es von der Dynamik des jeweiligen Kontextes ab, ob die "Politik im Wohnzimmer" zu neuer Religiosität, zu Gewalt oder zu größerer sozialer Gerechtigkeit führt.

3. In der neueren soziologischen Diskussion haben Ulrich Beck (1986) und Anthony Giddens (1995) gezeigt, daß es im Zuge der globalen Modernisierung zu einer Entkoppelung von individuellem Handeln und sozialer Struktur kommt. Die Freisetzung des einzelnen aus sozialen Zusammenhängen führt nach Beck dazu, daß er mehr Wahlfreiheiten hat, mehr über soziale Normen und Strukturen reflektiert und sie zu ändern versucht. Giddens betont die gesteigerte Selbstreflexivität in der Organisation der persönlichen Biographie. Zudem beschreibt er in *Die Konsequenzen der Moderne* (1995) die reflexive Regulierung des sozialen Lebens durch kognitive Expertensysteme wie die Wissenschaften und die verschiedenen Formen von Psychotherapie. Auch Ulrich Beck konstatiert mit Blick auf neue soziale Bewegungen oder auf die Infragestellung des wissenschaftlichen Wissens durch Laien eine erhöhte kognitive Reflexivität.

Beiden Globalisierungstheoretikern entgeht aber fast vollständig die kulturelle bzw. ästhetische Reflexivität, die z.B. in der Populärkultur, im Erleben und Gebrauch von Musik, Film und Fernsehen zu Tage tritt. So demonstrieren z.B. Paul Willis und seine Mitarbeiter (Willis et al. 1991), daß infolge der politökonomischen Veränderungen der Spät- bzw. Postmoderne die Ästhetisierung des Alltags ein wesentlicher Bestandteil sozialer Prozesse geworden ist. In einer Ethnographie des jugendlichen Medienkonsums können sie zeigen, daß Jugendliche mediale Texte als symbolische Ressourcen nutzen, um eine spezifische persönliche oder soziale Identität zu konstruieren. John Fiske (1987) und andere Autoren der Cultural Studies haben ergänzend herausgearbeitet, daß ein populärkulturelles Kapital einer immer größeren Gruppe von Personen jenseits von Klassen- und Bildungsschranken zur Verfügung steht. Der kompetente Gebrauch von populären Filmen, Fernsehsendungen, Videoclips, die die Funktion von ästhetischen Expertensystemen einnehmen, trägt ebenfalls zu einer reflexiven Regulierung des Alltags bei, die aber nicht kognitiv, sondern ästhetisch organisiert ist. Denn die elementaren Ästhetiken verarbeiten die Materialien und Symbole der Medien in produktiven und kreativen Eigenproduktionen, in der Reflexion über das eigene Leben, in Kleidung und Frisur, in ästhetisch angeleiteten Gestaltungen der Freizeit und in der Identitätsbildung. Deshalb ist infolge der globalen Informations- und Kommunikationsströme die Medienrezeption in der heutigen Zeit Teil der Ästhetisierung des Alltags (vgl. Winter 1995).

Wenn die Globalisierung Räume für eine gesteigerte ästhetische Reflexivität der Subjekte eröffnet (vgl. Lash/Urry 1994, 54ff), weil sie diese aus traditionellen sozialen Zusammenhängen herauslöst, dann muß die Frage nach den "romantischen Lesarten", die David Morley stellt, vielleicht anders beantwortet werden. Denn die von ihm kritisierten Studien von Chambers, Fiske und Willis haben durchaus eine soziologische Dimension, aber keine strukturalistische, an der Struktur der Klassengesellschaft orientierte, die Morley, u.a. den Arbeiten von Pierre Bourdieu (1982) folgend, präferiert (vgl. Morley 1992), sondern eine poststrukturalistische, die der Entstrukturierung westlicher Gesellschaften im Zuge der reflexiven Modernisierung vielleicht mehr gerecht wird.

Wenn es die Aufgabe der Cultural Studies ist, die Beziehungen zwischen kulturellen Texten, Alltagsleben und Maschinerien der Macht zum Thema zu machen, dann sind David Morleys Überlegungen aber ein erster wichtiger Schritt, um dieses Ziel angesichts der Problemlage Globalisierung verwirklichen zu können. Die Erosion des Nationalstaates und seiner traditio-

nellen Strukturen sowie die Herausbildung einer postkolonialen Welt erfordern, daß die Cultural Studies in Zukunft transkulturell ausgerichtet sind, um den Herausforderungen der Gegenwart begegnen zu können.

## Literatur

- Appadurai, Arjun (1996) *Modernity at Large*. Minneapolis/London: University of Minnesota Press.
- Beck, Ulrich (1986) *Die Risikogesellschaft*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre (1982) *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Diederichsen, Diedrich (1996) *Politische Korrekturen*. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Fiske, John (1987) *Television Culture*. London/New York: Routledge.
- (1993) *Power Plays, Power Works*. London/New York: Verso.
- Giddens, Anthony (1995) *Die Konsequenzen der Moderne*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Gillespie, Marie (1995) *Television, Ethnicity and Cultural Change*. London/New York: Routledge.
- Grossberg, Lawrence (1995) Cultural Studies. What's in a Name (One More Time). In: *Taboo*, 1, S. 1-37.
- Hall, Stuart (1994) Die Frage der kulturellen Identität. In: Ders.: *Rassismus und kulturelle Identität*. Berlin/Hamburg: Argument, S. 180-222.
- / Hobson, Dorothy / Lowe, Andrew / Willis, Paul (Hrsg.) (1992) *Culture, Media, Language [1980]*. London/New York: Routledge.
- Holert, Tom (1995) Kulturwissenschaften zu Cultural Studies. In: *Spex*, Nr. 9, S. 50.
- Lash, Scott / Urry, John (1994) *Economies of Signs and Space*. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage.
- Maffesoli, Michel (1988) *Le Temps des Tribus*. Paris: Meridiens Klincksieck.
- Morley, David (1992) *Television, Audiences, and Cultural Studies*. London/New York: Routledge.
- (1997) Where the Global Meets the Local. Aufzeichnungen aus dem Wohnzimmer. In: *Montage/AV* 6,1, S. 5-35 [in diesem Heft].
- Müller, Eggo (1993) "Pleasure and Resistance". John Fiskes Beitrag zur Populärkulturtheorie. In: *Montage/AV* 2,1, S. 52-66.
- Robertson, Roland (1992) *Globalization*. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage.
- Willis, Paul (1982) *Spaß am Widerstand. Gegenkultur in der Arbeiterschule*. 2. Auflage. Frankfurt a.M.: Syndikat.
- Willis, Paul et al. (1991) *Jugend-Stile*. Berlin/Hamburg: Argument.
- Winter, Rainer (1995) *Der produktive Zuschauer. Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozeß*. München: Quintessenz.
- / Eckert, Roland (1990) *Mediengeschichte und kulturelle Differenzierung*. Opladen: Leske u. Budrich.