

- Rorty, Richard (1999), »Globalization, the Politics of Identity and Social Hope«, in: R. Rorty, *Philosophy and Social Hope*. Harmondsworth: Penguin, S. 229-242.
- Smith, Adam (1759), *The Theory of Moral Sentiments*. London: A. Millar. Edinburgh: A. Kincaid & J. Bell. Kritische Ausgabe: D.D. Raphael/A.L. Macfie (Hg.), Oxford: Clarendon Press, 1976, 2. Aufl. 1991 (The Glasgow Edition of the Works and Correspondence, Bd. 1). [Dt. Übers. *Theorie der moralischen Empfindungen*. Braunschweig: Meyer, 1770; *Theorie der ethischen Gefühle*. Leipzig: Meiner, 1926, 1977.]
- Tomlinson, John (1999), *Globalization and Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Voltaire [eigentl. François-Marie Arouet] (1994), »Poème sur le Désastre de Lisbonne« (1756), in: Wolfgang Breidert (Hg.), *Die Ersütterung der vollkommenen Welt: Die Wirkung des Erdbebens von Lissabon im Spiegel europäischer Zeitgenossen*, Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, S. 58-73 [frz./dt.].
- Weber, Max (1946). Hans H. Gerth/C. Wright Mills (Hg.), *From Max Weber: Essays in Sociology*. New York: Oxford University Press. Repr. 1958, 1990.

In: Beck, Ulrich / Schneider, Natascha / Winter, Rainer  
(Hg., 2003). *globales Amerika? Die  
kulturellen Folgen der Globalisierung.*  
Bielefeld. Transcript. (Cultural Studies, Bd. 4)

## Globale Medien, kultureller Wandel und die

### Transformation des Lokalen:

### Der Beitrag der Cultural Studies zu einer Soziologie hybrider Formationen

RAINER WINTER

Im Gedenken an Karl Hornung (1903-1971)

Die von den USA dominierte Massenkultur wird vornehmlich unter negativen Vorzeichen betrachtet, bisweilen wird sie sogar in apokalyptischer Weise als eine Hauptgefahr unserer Gesellschaften verdammt, die, so die Auffassung, Konformismus, Passivität, politische Apathie, Rassismus und Gewalt bewirken könne. Die Globalisierung ihrer Produkte, die in erster Linie aus den USA stammen, führe, verstärkt durch den Konzentrationsprozess innerhalb der Kulturindustrie, zur Herausbildung einer nivellierten Einheitskultur, die weltweit die gleichen Ideen und Mythen verbreite sowie amerikanische Lebensformen zum Leitbild der Selbstinszenierung mache (vgl. Müller-Doohm 1993: 588-595). Darüber hinaus zerstöre die weltweite Verbreitung von Massenkultur den Eigensinn regionaler Kulturen und, was Europa betrifft, so Stefan Müller-Doohm (1993: 593 ff.) in seiner Zusammenfassung dieser pessimistischen Einschätzungen, den »universalistischen Kern der europäischen Aufklärungskultur«, an deren Stelle die »international standardisierte Massenproduktion von Populärkultur« trete.

Diesem Verständnis von Populärkultur als Massenkultur widersprechen neuere theoretische Arbeiten und empirische Untersuchungen, die herausarbeiten, dass die globale Kultur nicht einfach eine einheitliche Allerweltskultur ist (Featherstone 1995, Kellner 1995, Winter 1995, Tomlinson 1999, Lull 2001) und dass der Konsum von

medialen Produkten oft zum Gegenteil dessen führt, was die in weiten Teilen von einem nostalgischen Verständnis der Moderne geprägte Massenkulturtheorie unterstellt. Meine These ist, dass die heutige globale Medienkultur in deren Rahmen nicht angemessen begriffen werden kann. Sie verliert die Dynamik, Differenzierung und Pluralisierung der medial vermittelten Populärkultur sowie die Aktivität und Produktivität der Konsumenten aus dem Blick. Im Folgenden möchte ich, ausgehend von Arbeiten der Cultural Studies, zeigen, wie die Rezeption und Aneignung globaler Medienprodukte in unterschiedlichen lokalen Kontexten von Differenz, Synkretismus und Hybridität geprägt wird.

#### »RAMBO« UND DIE IDEOLOGIE VON »GLOBAL AMERICA«

Als der Globetrotter und Schriftsteller Paul Theroux (1992) die Salomoninseln besuchte, stellte er fest, dass Rambo auf einer der Inseln ein Volksheld ist und dass auch abgelegen wohnende Dorfbewohner mittels eines Generators einen Videorekorder betrieben, um seine Filme abspielen zu können. Auch in Burma und in vielen anderen Teilen von Süd- und Ostasien ist er zu einer populären Figur geworden (vgl. Iyer 1989). Auf den ersten Blick könnten diese Beispiele eine Bestätigung dafür sein, dass die globale Kulturindustrie homogenisierende Effekte im »Süden« hervorbringt. Rambo als imperialistischer Text, der die Werte und Ideologien des amerikanischen Kapitalismus repräsentiert, führe wie Coca-Cola, Donald Duck oder *Dallas* dazu, dass der »American way of life« auf der ganzen Welt zum Standard wird. Durch die Zirkulation und Verfügbarkeit medialer Texte, von Konsumwaren und Werbung würden lokale Kulturen nivelliert und die Konsumenten manipuliert. In dieser Lesart führt der Globalisierungsprozess im Ganzen zu einer vereinheitlichten und gemeinsamen Weltkultur.

Gegen diese Theorie des kulturellen Imperialismus wurden in den letzten Jahren gewichtige Einwände formuliert. Die Hauptkritik ist, dass zu schnell von einer Analyse der Produkte auf die Rezeption dieser Produkte geschlossen wird. So wird nicht untersucht, wie Konsumgüter und Medien tatsächlich in lokalen alltäglichen Kontexten rezipiert und angeeignet werden (vgl. Winter 1995). Zunächst ist Rambo als ein männlicher Held, der sich gegen unzählige Feinde durchsetzt und alle Arten von Gefahren meistert, natürlich eine Figur, die in vielen Kulturen eine große Anziehungskraft besitzt. Sind die Lesarten in Burma, auf den Salomoninseln, in Illinois und in München aber wirklich gleich?

Im Rahmen der Cultural Studies wurde man früh dafür sensibili-

siert, die lokal unterschiedlichen Rezeptionsprozesse genauer zu untersuchen. So hat der amerikanische Anthropologe Eric Michaels (1991) festgestellt, dass Rambo auch unter den in Stämmen lebenden Aborigines in den Wüsten Zentralaustraliens sehr populär ist. Sie betrachten ihn als einen Helden der Dritten Welt, der sich gegen eine weiße Offiziersklasse durchsetzt. Dies spiegelt ihre negative Erfahrung mit den »Weißen« in Australien, insbesondere mit der Obrigkeit, wider. Zudem unterstellen sie, dass Rambo mit den Gefangenen, die er in Vietnam befreit, Stammes- bzw. Verwandtschaftsbeziehungen unterhält. Während Rambo in den USA, zum Beispiel vom früheren Präsidenten Ronald Reagan, vor dem Hintergrund des West-Ost-Konfliktes als individualistischer, nationalistisch gesinnter Einzelkämpfer für die richtige Sache betrachtet wurde, produzieren die Aborigines in der Auseinandersetzung mit dem medialen Text Interpretationen, die für ihre Erfahrung als subordinierte Bevölkerungsgruppe relevant sind. Rambo wird für sie zu einer Identifikationsfigur, die sich stellvertretend in ethnischen Auseinandersetzungen behauptet.

In der Deutung von John Fiske (1989) sind die Lesarten der Ureinwohner widerständig, weil sie den hegemonialen, vom Text nahegelegten Interpretationen widersprechen. Ihre soziale Positionierung in der australischen Gesellschaft führt zu einer produktiven Umdeutung des Hollywood-Textes. In gewisser Weise schaffen sie in der lustvollen Rezeption von Rambo ihre eigene oppositionelle Kultur. Was Michaels und Fiske beschreiben, darf nun aber nicht als typische Rezeptionsweise missverstanden werden. Nicht jede Aneignung eines globalen Produkts im Süden zeichnet sich durch Widerspenstigkeit oder Oppositionalität aus. Damit werden eher Optionen benannt, »moments of freedom«, wie sie der Anthropologe Johannes Fabian (1998) in seinen Untersuchungen zur »popular culture« in Afrika nennt. Marginalisierte und subordinierte Gruppen können kulturelle Ressourcen zur Sinnschöpfung, zur Identitätsbildung und zur Ausbildung von Eigensinn nutzen. Im Folgenden möchte ich diese Perspektive vertiefen, indem ich am Beispiel der Rezeption amerikanischer Medienprodukte unterschiedliche, kulturell geprägte Interpretations- und Gebrauchsweisen diskutiere, in denen sich Populärkultur als Differenz, Widerstand und Hybridität artikuliert. Anschließend werde ich zeigen, wie diese Prozesse im Rahmen der Cultural Studies interpretiert werden können.

## DIFFERENZ, SYNKRETISMUS UND HYBRIDITÄT IN DER MEDIENREZEPTION

David Miller (1994) hat in einer spannenden Studie am Beispiel der Rezeption von *The Young and the Restless* in Trinidad herausgearbeitet, wie ein global vertriebenes Medienprodukt im »Süden« interpretiert wird. Seine Analyse macht deutlich, dass dieser Prozess falsch verstanden wird, wenn er lediglich als Export und Konsum amerikanischer Kultur betrachtet wird. So kann Miller zeigen, wie die Soap Opera einer »Lokalisierung« unterworfen wird, indem sie in lokale Praktiken und Bedeutungen eingebunden wird, in die »Welt des Klatsches, der Skandalgeschichten und des Durcheinanders, welche dem gemeinschaftlichen Leben beständig eine erzählerische Gestalt verleiht. Die Soap Opera ist nicht nur trinidadianisch, sondern gemäß einer beliebten lokalen Redeweise »True True Trini« (Miller 1994: 253). Die Rezeption von *The Young and the Restless* ist wie die von Telenovelas in Südamerika oder in Portugal eine gemeinschaftliche Aktivität, in der die Zuschauer z.B. durch das Sprechen über die Serie einen Bezug zu ihrem Alltag herstellen (vgl. Mikos 1994). Insbesondere der Klatsch über sexuelle Beziehungen und Verwicklungen in der Serie, die damit verbundenen Skandalgeschichten finden große Resonanz, da es in der Volkskultur von Trinidad die Vorstellung gibt, »Wahrheit« würde durch skandalöse Enthüllungen ans Tageslicht gebracht werden.

Darüber hinaus interessieren sich die Zuschauer vor allem für die Kleidung und Mode in der Serie, über die intensiv diskutiert wird und die Anleitungen für die eigene Selbstinszenierung gibt. Miller führt dies darauf zurück, dass die Selbstdarstellung in der Öffentlichkeit in Trinidad sehr wichtig für die Bildung und Bewahrung der eigenen Identität ist. Seine Studie führt also deutlich vor, dass eine Analyse der formalen Merkmale von medialen Texten ungenügend ist. Es ist ebenso wichtig, die lokalen Prozesse der Rezeption zu untersuchen, die nicht vorab bestimmbar, kontingent und kontextuell spezifisch sind. Ähnliches gilt für *Dallas*.

Für viele Kritiker war *Dallas* in den 1980er-Jahren ein Synonym für kulturellen Imperialismus (vgl. Tomlinson 1991: 45 ff.). Während sich die texanische Soap Opera weltweiter Popularität erfreute, reagierten viele Kulturkritiker sehr feindselig auf diesen Erfolg. Die ostentative Darstellung von Reichtum und Luxus, die teuren Kleider und Automobile, die feudalen Wohnungen etc. wurden als ideologische Bedeutungen decodiert. Wie die Sendung wirklich rezipiert wurde, wurde von den Kritikern nicht untersucht. In einer frühen Rezeptionsstudie konnte dann Ien Ang (1986) zeigen, dass das Vergnügen an *Dallas* ein komplexes Phänomen ist, das nicht einfach auf die ideologische Macht der Texte zurückgeführt werden kann. So fand sie heraus, dass viele der von ihr befragten Zuschauerinnen, darunter

auch eine engagierte Feministin, vor allem Gefallen am emotionalen Realismus in der Darstellung persönlicher Konflikte finden. Dagegen halten sie *Dallas* in der Repräsentation der amerikanischen Gesellschaft für nicht realistisch. Weiterhin kam Ang zu dem Ergebnis, dass einige der Zuschauerinnen die Serie sogar im Kontext einer tragischen, melodramatischen Gefühlsstruktur wahrnehmen, was weniger in den Texten angelegt ist, als in ihren persönlichen weiblichen Lebenserfahrungen. Die kulturelle Kompetenz, sich in eine melodramatische Phantasie hineinzusetzen, ist besonders bei Frauen ausgeprägt, die im Laufe ihrer Lebensgeschichte gelernt haben, Ereignisse und Situationen psychologisch zu deuten und emotional zu bewältigen. Nach Ang (1986: 96) entsteht diese Phantasiestrategie aus einer vagen, unartikulierten Unzufriedenheit mit der persönlichen Existenz und ist ein Versuch, dem alltäglichen Leben Sinn zu geben. Das Beispiel zeigt, dass es bei populären Unterhaltungsprodukten einen Spielraum der Interpretation und des Vergnügens gibt, der von den Zuschauern aktiv genutzt werden kann, um ihre Einstellungen zu artikulieren und ihre Bedürfnisse zu erfüllen.

Zu ähnlichen Ergebnissen kamen Tamar Liebes und Elihu Katz in ihrer Studie *The Export of Meaning* (1993), in der sie die Rezeption von *Dallas* in verschiedenen nationalen und ethnischen Kontexten untersuchten. Auch ihr Ausgangspunkt war eine Skepsis gegenüber der Imperialismustheorie, die basierend auf einer Inhaltsanalyse die Wirkungen von Fernsehprogrammen ableiten möchte. Das Ziel ihrer umfassenden Studie war eine empirische Überprüfung dieser Theorie aus der Sicht der Zuschauer. Dabei gingen sie davon aus, dass Fernsehen keine isolierte Aktivität ist, sondern dass soziale Interaktionen, so die Gespräche mit anderen, ein wesentlicher Teil des Interpretations- und Bewertungsprozesses sind, vor allem, wenn der TV-Text aus einer anderen Kultur stammt. Die Studie basiert neben einem Fragebogen auf offen strukturierten Gruppendiskussionen, die durchgeführt wurden, nachdem jeweils eine Episode von *Dallas* angesehen wurde. Die verschiedenen Gruppen waren so zusammengestellt, dass sie alle einen ähnlichen Klassenhintergrund hatten (»untere Mittelschicht mit High-School-Abschluss oder weniger«), aber unterschiedlicher ethnischer Herkunft waren. In sich waren die Gruppen aber »ethnisch homogen«.

»Entsprechend bildeten wir kleine Gruppen aus Familie und Freunden, wobei jede Gruppe aus drei verheirateten Paaren gleichen Alters, gleicher Bildung und gleicher ethnischer Zugehörigkeit bestand. Vierundvierzig solche Gruppen wurden aus israelischen Arabern, neu ins Land gekommenen russischen Juden, alteingesessenen marokkanischen Siedlern und Kibbuz-Angehörigen (typischen Israelis der zweiten Generation) gebildet« (Liebes/Katz 1993: 6).

Die Lesarten dieser Gruppen wurden mit denen von amerikanischen Zuschauern in Los Angeles und von japanischen Zuschauern verglichen, die *Dallas* am kritischsten betrachteten.

Die komplexen Ergebnisse der Studie können an dieser Stelle nicht umfassend dargestellt werden. Von besonderem Interesse für unseren Zusammenhang ist, dass es schon bei der Diskussion des Inhalts der geschauten Episode divergente Lesarten gab, die durch den kulturellen Hintergrund bestimmt waren. So kam es in einer arabischen Gruppe zu folgender »Fehllektüre«: In einer Episode hat Sue Ellen ihren Mann JR mit ihrem Baby verlassen und ist in das Haus ihres früheren Liebhabers geflüchtet, in dem auch dessen Vater wohnt. Die arabische Gruppe bestärkte sich in der Diskussion gegenseitig in der Interpretation, dass sie ihren Mann verlassen habe, um im Haus ihres *eigenen* Vaters zu leben. Katz und Liebes konnten zeigen, dass die ethnischen Gruppen die im Programm enthaltenen Werte vor dem Hintergrund ihrer Kultur kritisierten. Insbesondere die arabischen Gruppen lehnten die westliche Dekadenz ab, die sich in der Serie ihrer Ansicht nach in zerrütteten Familienstrukturen, in sexueller Immoralität und in der Zurschaustellung von Reichtum und Luxus äußerten. Außerdem entwickelten einige der russischen Gruppen sogar Verschwörungstheorien und waren der Auffassung, die Produzenten würden mit Absicht die Wirklichkeit verzerrt darstellen, um die Zuschauer zu beeinflussen. Die Amerikaner, die Kibbuzniks und insbesondere die Japaner waren zum Teil auch kritisch, aber eher in Bezug auf die Ästhetik des Programms und die Kompetenz der Produzenten.

Die Ergebnisse der Studie von Liebes und Katz zeigen, dass die Rezeption und Aneignung globaler Medienprodukte ein aktiver sozialer Prozess ist. Auch gewöhnliche Zuschauer können über die Fähigkeit verfügen, sich komplex, differenziert und produktiv mit amerikanischen Medientexten auseinanderzusetzen. Dabei wird ihr kultureller Hintergrund von diesen nicht einfach verdrängt, sondern oft ist er die Grundlage für eine kritische Analyse von *Dallas*. Sie lassen sich nicht so einfach und umfassend manipulieren, wie viele Kritiker annehmen. Auf diese Weise macht die Studie von Liebes und Katz deutlich, dass die Theorie des kulturellen Imperialismus in vielem eine polemische Zuspitzung ist. Eine kultursoziologische Analyse darf sich nicht mit der Analyse medialer Texte bzw. der Strategien von Unterhaltungskonzernen begnügen, so wichtig diese auch sind. Vielmehr sollte sie den Ansatz der Cultural Studies berücksichtigen und die Rezeption und Aneignung medialer Texte untersuchen. Ihre Aufgabe ist es zu zeigen, wie auf die kulturellen Strategien der Kulturindustrien in lokalen Kontexten reagiert wird. So zeigt z.B. die Auseinandersetzung um die Vermarktung der von der schottischen Autorin Joanne K. Row-

ling geschaffenen Harry-Potter-Figur durch das amerikanische Unternehmen Warner Bros., wie dessen kommerziell motivierte Versuche, ein für die ganze Welt verbindliches einheitliches Bild des Knaben durchzusetzen, durch Taktiken von Fans unterlaufen und behindert werden, die in liebevoll gestalteten Homepages, in Übersetzungen, in Partys etc. Harry Potter zu ihrer eigenen Figur machen.

Das zweite Beispiel, auf das ich an dieser Stelle ausführlicher eingehen möchte, stammt im Wesentlichen aus dem Bereich der populären Musik. In den amerikanischen Ghettos, zunächst in der Bronx, entstand in den 1970er- und 1980er-Jahren Hiphop, der wie andere Formen afroamerikanischer Musikkultur vor ihm Erfahrungen von erniedrigenden Lebensbedingungen, Unterdrückung, Rassismus und Kampf zum Ausdruck brachte. Gleichzeitig war Hiphop ein Synonym für eine aus Armut, Entbehren und Verlangen schöpfende Kreativität und Produktivität. In der Zwischenzeit ist Hiphop jedoch eine Ware geworden, die von der amerikanischen Kulturindustrie vertrieben wird. Führt die damit verbundene Globalisierung zu einer Trivialisierung des Hiphop? Wird Hiphop als Teil des »weißen Rauschens« (»white noise«) der Medien zu einem leeren Zeichen, das seine ursprünglichen Bedeutungen und seine Kraft als kollektive Form des Ausdrucks marginaler Gruppen verloren hat? Oder können sich mittels seiner Formen und Praktiken, wenn sie in lokalen Kontexten angeeignet und mit eigenen Bedeutungen aufgeladen werden, weiterhin subalterne Sensibilitäten ausdrücken – etwa die von Jugendlichen, die sich mit sozialen Problemen und ihrer Lebenssituation auseinandersetzen? Am Beispiel einer von mir durchgeführten ethnographischen Untersuchung möchte ich diesen Fragen im Folgenden nachgehen. Hierzu werde ich zunächst auf einige Merkmale des Hiphop eingehen.

Die Hiphop-Kultur (bestehend aus verschiedenen Formen kulturellen Ausdrucks wie Rap-Musik, Breakdance, Graffiti, Clubszene mit DJs, B-Boy- und *Wild Style*-Mode) begann seine Erfolgsgeschichte als eine Performance-Kunst bei Rap-Parties und in Clubszene, bevor sie durch Platten, CDs, Musikvideos, durch eine regelmäßige Sendung auf MTV und durch Filme wie *Wild Style* popularisiert wurde. Im Zentrum steht der Rap, ein rhythmisches Sprechen zu einem tönenden Hintergrund, der von einem den Beat vorgebenden Schlagzeug bis zu einer Collage aus Riffs, Schlagzeugfiguren und diversen Songs bestehen kann. Die Hintergrundmusik wird in Diskotheken oder Clubs durch den manipulativen Umgang mit Abspielgeräten erzeugt. Die DJs stellen auf mehreren Plattenspielern einen Soundtrack her, indem sie Teile bereits aufgenommener Songs auswählen und kombinieren. Diese Grundtechnik der Aneignung von Musik (bzw. der Musikgeschichte) wird im wesentlichen durch zwei formale

Vorgehensweisen verfeinert, nämlich durch *Scratching* und *Punch Phrasing* – Techniken, mit denen Klänge von verschiedenen Plattentellern übereinandergelegt bzw. gemixt werden. Wie Richard Shusterman (1992) gezeigt hat, dekonstruiert Rap durch diese selbstreflexiven Aneignungspraktiken die traditionelle Vorstellung von Originalität und Einzigartigkeit. In dieser populären Kunst gibt es keine Originale mehr, sondern nur noch Aneignungen von Aneignungen, da jeder DJ von anderen Texten borgt. Das Recyclen des »Überlieferten« und die umgestaltende Neuaneignung lassen sich im Sinne Michel de Certeaus als »Taktiken der Schwachen« begreifen, die die Trennung von Künstler und Publikum unterlaufen und mit den vorgegebenen Ressourcen der Kulturindustrie etwas Eigenes hervorbringen.

Diese Umfunktionierung bestehender Werke wird ergänzt durch die oft kritischen Rap-Texte, die den sozialen Wirklichkeiten und Problemen (wie z.B. Arbeitslosigkeit, Prostitution, Gewalt oder Drogenabhängigkeit) von Ghettobewohnern und Randgruppen Ausdruck verleihen. Viele Rap-Songs zeichnen sich durch gescheite und witzige umgangssprachliche Formulierungen, durch den Gebrauch von Sprichwörtern und Klischees, die im Kontext des Raps neue Bedeutung gewinnen, und durch eine Vielzahl von Bedeutungsebenen aus, die sie zu komplexen polysemen Texten machen. Sie entwerfen alternative Deutungen gesellschaftlicher Ereignisse und bieten als moralische Erzählungen Lebenshilfe in Bezug auf Sexualität, Drogen oder Außenseitertum an.

Bisherige Studien zeigen, dass Rap-Musik eine wichtige Funktion für die kulturelle und soziale Identität einnehmen kann (vgl. Dimitriadis 2001). So führte Hiphop dazu, dass Schwarze zunächst auf lokaler Ebene im Ghetto Identitäten konstruierten – ein Prozess, der auch durch Rivalitäten geprägt war. Schließlich gab es Auseinandersetzungen auf nationaler Ebene, zum Beispiel zwischen den Los-Angeles- und den New-York-Rappern. Durch die mediale Verbreitung und die Vermarktung des Widerstands durch die Plattenindustrie (vgl. Dyson 1996) gewinnen diese Identitätsmuster globale Bedeutung (Androustopoulos 2003).

Die Ergebnisse meiner ethnographischen Untersuchung, die ich im Wesentlichen in Aachen, Köln und Trier durchführte, zeigen nun, dass der größte Teil der von mir befragten und sich zur Szene zählenden Hiphopper diese Musikrichtung zur Spezialisierung ihrer persönlichen Identität und damit zur Individualisierung nutzt. Das heißt, Hiphop ist für sie in erster Linie ein Arrangement von Konsumartikeln, bestehend aus CDs, Kleidungsstücken in XXL-Größen, Baseballmützen, Turnschuhen, Kettchen etc. Der Gebrauch dieser Objekte hat zunächst keine subversive oder widerständige Bedeutung, es sei denn, er wird in seiner Funktion als Abgrenzung von der Erwachse-

nenkultur betrachtet. Hiphop dient vielmehr der Identitätsarbeit, da er eine Abgrenzung vom Mainstream-Geschmack vieler Jugendlicher bietet. Dies zeigt sich deutlich bei der Musikrezeption, die sich auf den Beat und den Groove konzentriert. Die Texte spielen nur eine sekundäre Rolle, selten wird ihnen größere Aufmerksamkeit geschenkt. Nicht der Inhalt der Rap-Musik ist entscheidend, sondern ihr Klangbild. So wird englischsprachiger Rap wegen seines besseren Flows dem deutschsprachigen oft vorgezogen.

Die verschiedenen Mitglieder, die hauptsächlich durch Freunde zur Szene kamen, kennen sich in der Geschichte der Hiphop-Musik allerdings gut aus. Die meisten der Interviewten hören schon seit Mitte der 1980er-Jahre Hiphop und sind ihm seitdem treu geblieben. Oft werden die Erzählungen über die Geschichte der Musik zur Rekonstruktion der eigenen Vergangenheit und der des Freundeskreises benutzt. Zentrale Bedeutung kommt dem Erleben von Gemeinschaft zu. So beschreibt Marco das Hiphop-Feeling folgendermaßen:

»Sich nicht alleine zu fühlen, so mit anderen Hiphoppers, mit anderen Kameraden, irgendwie Hiphop leben, Hiphop feiern. Weißt du, so auf einer Jam zusammen, obwohl man sich nicht kennt, aber man fühlt sich irgendwie wohl in der Runde. Du fühlst dich einfach zugehörig« (Auszug aus einem narrativen Interview).

Das Gruppenerlebnis wird als »zusammen Spaß haben« empfunden. Es schafft affektive Bindungen, in der ästhetischen Gemeinschaft mit Gleichgesinnten wird die eigene Identität konstruiert und bestätigt. Darüber hinaus werden einige der Rezipienten selber aktiv:

Andy: »Eigentlich fing das zuerst mit dem Sprühen an, und dann habe ich irgendwie Hiphop-Sounds gehört, so Public Enemy und so, und da hat es schon gekriselt. Weiter gehört, weiter gehört und dachte, ist doch langweilig immer tagsüber und abends sprühen, da musst du etwas noch dazu machen, ja da hab' ich gedacht, kaufte ein Mischpult, zwei Plattenspieler, ja und dann fing es mit Hiphop so richtig an, scratchen und so weiter« (Auszug aus einem narrativen Interview).

Meine Ergebnisse lassen den Schluss zu, dass die Aneignung in drei Phasen abläuft. *Zunächst* lassen sich die Rezeption von Musik und der Kauf der entsprechenden global vertriebenen Konsumobjekte beobachten. Die meisten Hiphopper bleiben auf dieser Stufe stehen. In einer *zweiten Phase* werden die kreativen Praktiken der Schwarzen im Umgang mit Schallplatten als Vorbilder übernommen, in eine eigene Performance als DJ umgesetzt und kreativ weiterentwickelt. Dabei grenzen sich allerdings fast alle Befragten von dem »Ghetto-Feeling« der Musik ab. Erst in einer *dritten Phase* gewinnt der Aneignungsprozess reflexiven Charakter, indem man sich durch das Verfassen eige-

ner Rap-Texte mit der persönlichen Lebenssituation und sozialen Problemen auseinandersetzt. So handeln die Texte einer Aachener Rap-Gruppe von Rassismus und Alkoholismus, deren Verbreitung unter Jugendlichen auf ihre Lebensumstände, auf Arbeits- und Perspektivlosigkeit zurückgeführt werden. Die Rapper berichten in ihren Songs über ihr gewöhnliches, konkretes Leben, ihre Wünsche, Hoffnungen, Verletzungen und ihr Leiden. Sie artikulieren dadurch ihre Sicht der Dinge, analysieren ihre Wirklichkeit und werden im Sinne de Certeaus (1988: 21) zu »Dichtern ihrer eigenen Angelegenheiten«. Diese Jugendlichen bevorzugen daher auch den deutschsprachigen Rap, da er nach ihrer Auffassung »authentischer den eigenen Alltag« mit seinen kleinen und großen Misereen wiedergibt.

Meine Ethnographie der Szene zeigt also, dass Hiphop durch die Musik, die Gruppenrituale, die Performance der DJs und der Rap-Sänger eine Gemeinschaft entstehen lässt, die eine Identität und sozialen Zusammenhang offeriert. Bei den untersuchten Personen ist der Hiphop jedoch nicht aus der Alltagspraxis hervorgegangen wie in den Ghettos der USA, sondern er wird zunächst als globaler Konsumartikel rezipiert. Identitätsmuster werden übernommen, und nur ein Teil der Hiphopper versucht ihn dann als kulturelle Ressource zu nutzen, um die eigenen Erfahrungen und die eigene Sicht der Dinge auszudrücken. Auf diese Weise changiert die Bedeutung von Hiphop wie die anderer populärer Texte zwischen kommerzieller Trivialisierung und kreativer Neubestimmung. Der globalen Vermarktung eines amerikanischen Produkts stehen lokale Formen von Aneignung gegenüber, die vor dem Hintergrund des eigenen kulturellen Kontextes Hiphop zum einen zur Individualisierung nutzen, zum anderen eine Gemeinschaft und Sensibilität schaffen, die der ursprünglichen Bedeutung und Funktion des Hiphop nahe kommen.

In diesem Zusammenhang ist auch die Rezeption von Rap in Afrika interessant. Anfang der 1990er-Jahre war Rap eine Mode, die weitgehend auf Jugendliche wohlhabender Kreise beschränkt blieb, die sich die neuesten Konsumartikel aus den USA leisten konnten. Heute aber ist er bei Jugendlichen aus unterschiedlichen sozialen Milieus populär (Servant 2000). Musiker aus verschiedenen afrikanischen Ländern verbinden ihn mit ihren lokalen Traditionen, Praktiken und unterschiedlichen Sprachen, sodass im Crossover neue Arrangements aus traditioneller und elektronischer Musik entstehen. So berichtet ein Rapper aus Gabun: »Anfangs haben bestimmte Rapper unser Interesse an den lokalen Kulturen nicht verstanden. Sie haben nur daran gedacht, die amerikanischen Rapper nachzuahmen. [...] Aber die Tradition ist unser Reichtum. Darum sollte man ihr auch dienen. [...] Afrika muss seinen eigenen Klang durchsetzen« (Po'ossi X 1999: 22 f.).

Der Erfolg des afrikanischen Rap hat sogar zu einer Renaissance der afrikanischen Musik geführt. In Dakar, der neuen Welthauptstadt des Rap, soll es 2000 Rap-Gruppen geben (Awadi 1999), die sich von der urbanen afroamerikanischen Kultur inspirieren lassen und Rap auf kreative Weise zu ihrem Lebensstil gemacht haben. So kann z.B. die aggressive und tabubrechende Sprechweise, die den Rap in den USA und in Frankreich oft kennzeichnet, abgelehnt und angesichts lokaler Traditionen moduliert werden. »Die Virulenz und Authentizität ihrer Sprache hindert sie nicht daran, jene afrikanische Tradition zu bewahren, die selbstverständlich Respekt und Höflichkeit einschließt und dabei gewissermaßen ausschließt, dass der Rap im Senegal dem aus der Bronx oder aus Saint-Denis allzu sehr ähnelt« (Libong 1999: 16). Die Texte der afrikanischen Künstler handeln von der bitteren Realität ihrer Lebenswelt, von Armut, Umweltzerstörung, ethnischen Konflikten, AIDS etc. Dabei verleiht ihre produktive Auseinandersetzung mit Rap, die sich bisweilen auch im Mischen lokaler Sprachen ausdrückt (Po'ossi X 1999), ihrer Gesellschaftskritik ein populäres Fundament.

Ergänzend kommt der Musikethnologe George Lipsitz in seiner Studie *Dangerous Crossroads* zu dem Ergebnis:

»Hiphop steht für eine Politik, die perfekt zur postkolonialen Ära passt. Hiphop bringt eine Gemeinschaft durch deren Behauptung in die Welt und trägt echte und imaginierte Beziehungen zwischen Leuten in eine Karte ein, die von der Realität aus Vertreibung, Verzweiflung und Verlust von Illusionen berichtet, wie sie die Verelendungswirtschaft des postindustriellen Kapitalismus geschaffen hat« (Lipsitz 1994; 1999: 82).

Darüber hinaus zeigt Lipsitz, dass es noch andere »Taktiken der Schwachen« im Bereich der populären Musik gibt. So handeln z.B. ethnische Immigranten in Großstädten ihre Identität aus, indem sie Musik machen, in der sie ihre kulturellen Erfahrungen mit Formen der globalen Mainstream-Kultur fusionieren, die sie zu einer eigenen kulturellen Ressource umfunktionieren. Beispiele für diese inter-ethnischen musikalischen Neuschöpfungen, die er anführt, sind der puertoricanische Bugalu in New York, der algerische Rai in Paris, der Chicano-Punk in Los Angeles, der Aborigines-Rock in Australien oder der Swamp-Pop in New Orleans und Houston. Lipsitz veranschaulicht mit diesen Beispielen, wie Musiker unterdrückter Minderheiten ihre ethnische Andersartigkeit artikulieren, indem sie die Mainstream-Musik kreativ nutzen und gleichzeitig genießen. Eine von ihm herausgestellte Taktik im Sinne Michel de Certeaus (1988) ist der Anti-Essentialismus – ein zeitlich begrenzter Versuch von Individuen und Gruppen, bei Zurückdrängen ihrer heterogenen Aspekte eine Einheit zu konstituieren, die sich an gemeinsamen Interessen, Gefühlen und

Bedürfnissen orientiert. Diese Gemeinsamkeit wird nicht direkt ausgedrückt, sondern man benutzt eine Verkleidung oder ein Medium. Zum Beispiel begannen Maoris in Neuseeland sich in den späten 1980er-Jahren mit schwarzen Amerikanern der Populärkultur zu identifizieren. Sie eigneten sich afroamerikanische Selbstdarstellungsstile und den dazugehörigen Slang an. Was von oberflächlichen Kritikern als Erfolg des amerikanischen Kulturimperialismus und Zerstörung der lokalen Traditionen kritisiert wurde, verstanden die Maoris selbst als verschleierte Bemühen, mit den afroamerikanischen Elementen ihre eigene marginalisierte und verlorene Position in ihrem Heimatland auszudrücken.

Für Lipsitz ist dieser taktische Anti-Essentialismus<sup>1</sup> der Schlüssel, um die verschiedenen inter-ethnischen Musik-Juxtapositionen verstehen zu können. Er schreibt: »Der Schlüssel zur Strategie all dieser Gruppen liegt im Verständnis, wie sie mehr ›sie selbst‹ werden konnten, indem sie anscheinend etwas anderes wurden. Wie so viele Mitglieder benachteiligter Bevölkerungsgruppen auf der ganzen Welt sind diese strategischen Anti-Essentialisten gerade deswegen solche Experten für Verkleidungen, weil ihr Leben nur zu oft von ihrer Fähigkeit zur Tarnung abhing« (Lipsitz 1994; 1999: 115).

Dieser Umgang mit Musik ist aber nur ein empirisches Beispiel für eine Kunst des Handelns unter globalen Bedingungen. Dabei kommt der theatralischen Inszenierung eine zentrale Bedeutung zu. Sie ist sowohl für die Identitätsbildung als auch für die Konstitution von Gemeinschaft wichtig. Die Politik der Performance lässt sich als Antwort der »Schwachen« auf gesellschaftliche Missstände und Problemlagen interpretieren.

Eine wichtige neuere Aufgabe der Forschung ist deshalb nicht mehr, nach kulturellen Ursprüngen bzw. Fundamenten Ausschau zu halten, sondern z.B. ausgehend von der Perspektive der Diaspora zu untersuchen, wie im Gebrauch globaler Medienprodukte neue Identitäten und nicht vorhergesehene Verbindungen und Allianzen geschaffen werden. Die diesbezüglichen Beispiele zeigen, dass hybride kulturelle Formen entstehen, die zu einer alternativen Öffentlichkeit führen können. Aus einer Position der Marginalität heraus wird eine Differenz artikuliert, die freilich immer wieder ausgehandelt werden muss. So stellt Paul Gilroy fest: »Die scheinbar trivialen Formen der Jugend-Subkultur verweisen auf die Eröffnung eines bewusst postkolonialen Raums, in dem die Bestätigung der Differenz vorausweist auf eine stärker pluralistische Auffassung von Nationalität und vielleicht darüber hinaus auch auf deren Überwindung« (Gilroy 1993: 62).

Die Transfiguration der Öffentlichkeit infolge von Globalisierung und Migration hält also auch Chancen bereit, um die eigenen Lebensbedingungen und die kulturelle Identität zu gestalten. Wie Homi Bha-

bha (1994) zeigt, führen diese Prozesse zu einer Auflösung eindeutiger kultureller Identitäten, deren diskursive Konstruiertheit und Uneindeutigkeit deutlich wird. In den neu entstehenden *Zwischen-Räumen*, die von kultureller Entortung und sozialer Diskriminierung geprägt werden, können Taktiken entwickelt werden zur Bildung neuer Gemeinschaften und Identitäten, die nicht auf Essenzen, sondern auf Ambivalenz und Hybridität beruhen. In diesem Bereich kultureller Liminalität befinden und artikulieren sich residuale und neu entstehende Praktiken im Sinne von Raymond Williams (1977) (vgl. Bhabha 1997: 162 f.). Auch Stuart Hall (1994a) plädiert für eine Neudefinition des Ethnizitätsbegriffs, der diesen nicht mehr mit Nation und Rasse verknüpft. Die Tatsache, dass wir alle ethnisch verortet sind, also von einer ethnischen Position aus sprechen, darf nicht darauf beruhen, dass andere Ethnizitäten verdrängt, enteignet oder von der Repräsentation ausgeschlossen werden (Hall 1994a: 23). Stattdessen muss die neue Politik der Ethnizität von Differenz und Verschiedenheit ausgehen. Für die Politik der Identität bedeutet dies, dass essentialistische und universale Strukturen von Identität aufgegeben werden müssen. An ihre Stelle tritt die Erfahrung eines »schwachen Wir«, das konkret, nicht-essentialistisch und nicht-universal ist (Anzaldúa 1988). Der Raum der Vermittlung zwischen Kulturen muss im Sinne von T. Minh-ha Trinh (1991) als ein Prozess gedacht werden, in dem Differenzen und Identitäten kontinuierlich neu bestimmt und artikuliert werden (vgl. Denzin 1999).

Hier schließt sich die Frage an, welche Folgen die Herausbildung »neuer« (kollektiver) Identitäten hat. Roland Robertson (1992) zeigt in seinen Studien zur Globalisierung, dass dieser Prozess spätestens 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, bedingt durch das Zusammentreffen von Migrationsströmen und der Globalisierung der elektronischen Medien. Die gleichzeitig sich vollziehenden Ströme von medial vermittelten Bildern und von Menschen bringen eine »Diaspora-Öffentlichkeit« (Appadurai 1996) hervor, in der die Einzelnen sich aber 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, Punjabis sehen Videofilme aus ihrer Heimat (Gillespie 1993). In Nigeria ist sogar ein regelrechter Videoboom mit einheimischen Filmen entstanden (Servant 2001). Von 1997 bis 2001 wurden 1080 Videoproduktionen vom *Nigerian Censor Board* freigegeben. Ein erfolgreicher Film kommt auf mindestens 300.000 Kopien. Nigerianische Videos werden auch vermehrt in anderen afrikanischen Ländern

gesehen sowie in den USA. Zur nigerianischen Diaspora in den USA zählen ungefähr drei Millionen Menschen. In dem von Yoruba geprägten New Orleans hat der amerikanische Rapper Master P. eigene Videos nach den Vorbildern aus den nigerianischen Traumfabriken produziert, die in den amerikanischen Ghettos sehr populär sind.

Anders als die Modernisierungstheoretiker annehmen, verschwindet weder die Religiosität im Globalisierungsprozess, noch ist dieser im Wesentlichen durch einen kulturellen Imperialismus des Westens geprägt. Der Ethnologe Appadurai schreibt: »Es gibt immer mehr Belege dafür, dass Massenmedien-Konsum weltweit oft Widerstand, Ironie, Selektivität und generell aktives Handeln provoziert« (Appadurai 1996: 7). Zudem ermöglichen die Medien »Gefühlsgemeinschaften« (Maffesoli 1988, Grossberg 1997), spezialisierte Kulturen (Winter und Eckert 1990) und affektive Solidarisierungen:

»Kollektives Erleben der Massenmedien, besonders von Film und Fernsehen, kann auf Verehrung und Charisma gründende Gefühls- und Solidargemeinschaften hervorbringen wie jene, die sich in den 1970er- und 1980er-Jahren regional um die indische Göttin Santoshi Ma, und transnational ungefähr zur selben Zeit um den Ayatollah Chomeini bildeten. Ähnliche Gemeinschaften sind auch im Umfeld des Sports und des Internationalismus möglich, wie die transnationalen Auswirkungen der Olympischen Spiele sehr deutlich zeigen. In Wohnungen und Gebäuden trifft man an Orten wie Kathmandu und Bombay auf Videoclubs. Fanclubs und politische Gefolgschaften erwachsen aus den Medienkulturen der Kleinstädte, etwa in Südindien« (Appadurai 1996: 8).

Eine zentrale Rolle kommt hierbei neben der affektiven Dimension 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 es zu neuer Religiosität, zu Gewalt oder zu größerer sozialer Gerechtigkeit kommt. Appadurais Ansatz bietet auch die Möglichkeit, die Problematik des »Global America« zu vertiefen. Wenn wir Amerika nicht mit dem räumlichen Territorium der Vereinigten Staaten identifizieren, sondern als ein globales Imaginäres begreifen, wird verständlich, dass es auch in lokalen Kontexten der Opposition eine Sehnsucht nach dem »American style« geben kann. Die globalen Medien mit ihren Bildern von Waren und Lebensstilen schaffen eine imaginäre Geographie, die »In-Amerika-Sein« oder »Amerikanisch-Werden« zu einem Ideal und zu einer Utopie machen. Hollywood-Filme, Soaps, die Werbung für Coca-Cola oder McDonald's versprechen kosmopolitische und globale Alternativen zu den lokal verfügbaren Identitäten. Die Aneignung medialer Texte kann so zu einer refle-

xiven Artikulation kultureller Differenzen führen, die die realen mit den imaginären Möglichkeiten vergleicht.

Um die Globalisierung angemessen verstehen zu können, ist es also wichtig, die lokalen Kontexte der Rezeption und Aneignung medialer Produkte zu erforschen. Ten Ang (1997) hat deshalb für einen radikalen Kontextualismus plädiert, der sich auf ethnographische Untersuchungen stützen soll. Nur so lässt sich die lokal situierte, kontextgebundene Art und Weise erfassen, wie im Alltag das Fernsehen und andere Medien genutzt werden. »Das Verständnis, das sich aus dieser Form von Untersuchung ergibt, bevorzugt interpretative Spezifizierung gegenüber erklärender Verallgemeinerung, historische und lokale Konkretheit gegenüber formaler Abstraktion, »dichte« Beschreibung von Details gegenüber extensiven, aber »dünnen« Erhebungen« (Ang 1997: 90).

Abschließend möchte ich zusammenfassen, was diese Cultural-Studies-Perspektive für die Erforschung der Globalisierungsprozesse bedeutet.

#### INKORPORATION VON DIFFERENZEN UND RADIKALE UNBESTIMMTHEIT IN DER GLOBALEN POSTMODERNE

Die bisherige Diskussion hat gezeigt, dass die Macht des Globalen nicht überschätzt werden darf. Denn die globalen Medienprodukte werden lokal neu artikuliert. Es kommt zu Prozessen der Deterritorialisierung, der Synkretisierung und Hybridisierung (vgl. Nederveen Pieterse 1995, Chambers und Curti 1996, García Canclini 1995, Lull 2000). Symbole, Zeichen und Ideologien werden aus ihren ursprünglichen Kontexten herausgelöst und gewinnen in Vermischung mit anderen kulturellen Elementen eine neue Bedeutung, wie neben Lipsitz auch Rowe und Schelling (1991) in ihrer Studie zur Populärkultur in Lateinamerika zeigen. So wird z.B. der Rap in Lateinamerika von Künstlern mit Salsa, Reggae und Pop verbunden. Symbolische Formen und ihre Bedeutungen sind so ständigen Veränderungen unterworfen. Überall auf der Welt werden eigene Versionen räumlich entfernter Kulturen geschaffen, wie auch Tony Mitchell (1996) herausarbeitet. Deshalb impliziert Globalisierung immer auch Prozesse der Übersetzung und der Reterritorialisierung. Durch den produktiven und kreativen Gebrauch globaler Ressourcen konstituieren sich Kulturen ständig neu.

Mit Recht beschreibt Stuart Hall (1994b) daher die gegenwärtige Globalisierung als eine Struktur, die gleichzeitig global und lokal ist.

Die globalen Ströme von Zeichen und Bildern bringen keine einheitliche Kultur hervor; die neue Kultur, die Hall als »globale Postmoderne« bezeichnet, spricht weder eine einzige Sprache noch wird sie von einer einzigen Ideologie geprägt. Vielmehr wird sie durch Differenz und Pluralität bestimmt, ist von ihrem Charakter her also bereits eine hybride Kultur.<sup>2</sup> Dies darf nun nicht dazu verleiten, die Macht des Lokalen zu überschätzen und zu denken, der »Süden« könne den Kampf gegen die vom »Norden« ausgehende globale Postmoderne gewinnen. Hall (1994b: 58) äußert sogar die Vermutung, dass sich eine neue Form der Homogenisierung durch globale Prozesse der Kommerzialisierung abzeichnet, welche die Differenzen nun nicht mehr überwinden möchten, sondern versuchen, sie zu fördern und zu inkorporieren. So ist Skepsis gegenüber allzu optimistischen Bewertungen angebracht. Auch Hall denkt hier aber – wie die Imperialismus-Theoretiker – von der Seite des Globalen aus. Wenn wir uns jedoch der Seite des Lokalen zuwenden, ergibt sich eine etwas andere Einschätzung.

So lässt sich in den USA selbst eine Reartikulation des Lokalen in der Gestalt eines »neuen Regionalismus« beobachten, die gegen eine kulturelle Homogenisierung gerichtet ist (Ostwald 2001). Beispielsweise werden den Hamburgern von McDonald's der »Lobster Burger« in Maine, der vegetarische »Califonia Burger« in San Francisco oder der scharf gewürzte »Cajun Catfish« in New Orleans entgegengesetzt. Der Trend zur kulturellen Vereinheitlichung wird auch dadurch unterlaufen, dass die Akzeptanz und Popularität von TV-Shows und Musikrichtungen regional unterschiedlich ist.<sup>3</sup> Die amerikanischen Unterhaltungskonzerte müssen nun also auch im eigenen Land auf regionale Besonderheiten und lokale Vorlieben achten. Vor dem Hintergrund der im Zuge des Globalisierungsprozesses zurückgehenden Bedeutung staatlicher Grenzen und nationaler Identitäten entdecken die Konsumenten regionale Unterschiede in Geschichte, Bräuchen, Praktiken und Identitäten.

Da die globale Postmoderne nicht durch kulturelle Kohärenz bestimmt wird, wird das »globale Dorf«, wie Ien Ang (1994) feststellt, durch ein »Reich der Ungewissheit« geprägt. Dabei sind »abweichende«, reflexive oder subversive Gebrauchsweisen und Lesarten, die in kulturellen Kontexten entwickelt werden, *zum einen* ein Ausdruck der – wenn auch eingeschränkten – Freiheit der Konsumenten, ihrer Individualisierung (Beck 1986, Beck und Beck Gernsheim 1990), *zum anderen* aber, das zeigen die diskutierten Beispiele, als kontingente Sinnschöpfungen in einem durch die Globalisierung geprägten dynamischen, konfliktreichen und widersprüchlichen Alltag zu begreifen. Die globalen Ströme von Zeichen und Bildern (Lash und Urry 1994, Lash 2002) treffen auf ein heterogenes, widerspenstiges und

unkontrollierbares Spiel von Differenzen in den sozialen Praktiken. Welche Bedeutung sie gewinnen, wie das Globale mit dem Lokalen artikuliert wird, lässt sich vorab nicht bestimmen. Denn es gibt keine feststehende Struktur von Bedeutungen, überdies sind symbolische Botschaften polysem gestaltet. In alltäglichen, lokal unterschiedlichen Kommunikationsprozessen wird die Kultur – in mehr oder weniger hybrider Form – immer wieder neu konstituiert. Eine kultursoziologische Analyse, welche die Logik der Machtverhältnisse in der globalen Postmoderne verstehen möchte, muss sich dieser radikalen Unbestimmtheit der Kommunikation stellen, ihre Möglichkeiten, insbesondere für den »Süden« ausloten, ohne aus dem Blick zu verlieren, dass es sehr wohl dominante Kräfte gibt, die auf Profit, Kommerzialisierung und Inkorporation aus sind.

Wie unsere Analyse gezeigt hat, kann die Soziologie von den Cultural Studies lernen, wenn sie deren Praxis als Ergänzung betrachtet, die notwendig geworden ist, weil die Disziplin der Soziologie die kulturelle Dimension gesellschaftlicher Phänomene lange Zeit nicht genügend beachtet hat (vgl. Long 1997). Deshalb sollte ein konstruktiver Dialog mit den Cultural Studies begonnen werden (vgl. Kellner 1997, Denzin 1999, Winter 2001), der sich nicht davor scheut, auch die eigenen disziplinären Grundlagen in Frage zu stellen und die eigenen Versäumnisse zu erkennen. Eine Revitalisierung der Soziologie kann gelingen, wenn sowohl die Kultur als auch die Prozesse der Globalisierung ins Zentrum der Analyse gerückt werden.

## ANMERKUNGEN

**1** Lipsitz verwendet im Anschluss an eine Studie von Gayatri Spivak (1993) die Formulierung »strategischer Anti-Essentialismus«. De Certeau und Fiske (1989) folgend erscheint es uns aber präziser, von einem »taktischem Anti-Essentialismus« zu sprechen.

**2** Freilich hat Renato Rosaldo (1989) gezeigt, dass eigentlich jede Kultur hybriden Charakter hat. In seiner Lesart bezeichnet Hybridität die fundamentale Erfahrung frühester kultureller Begegnungen und Berührungen. Ähnlich argumentiert auch James Clifford in *Routes* (1997).

**3** Ostwald (2001: 33) schreibt: »Die Medienmarktforscherin Sandra Kress sagt, Sendungen mit einer gewissen »Edginess« wie etwa die im Norden enorm populäre Krimiserie »Law and Order« würden im »Bible Belt«, dem religiösen Süden der USA, abgelehnt. Dort hat hingegen die Serie »Touched by an Angel« ihre landesweit höchste Einschaltquote.« Auch bei MTV beobachtet man den Trend in Richtung lokaler Musikorientierung.

## LITERATUR

- Androutopoulos, Jannis (Hg.) (2003), *Hip Hop. Globale Kultur – lokale Praktiken*. (Cultural Studies, Bd. 3). Bielefeld: transcript.
- Ang, Ien (1986), *Das Gefühl Dallas. Zur Produktion des Trivialen*. Bielefeld: Dädalus.
- Ang, Ien (1994), »In the Realm of Uncertainty: The Global Village and Capitalist Postmodernity«, in: David Crowley/David Mitchell (Hg.), *Communication Theory Today*. Cambridge: Polity Press, S. 193-213.
- Ang, Ien (1997), »Radikaler Kontextualismus und Ethnographie in der Rezeptionsforschung«, in: Andreas Hepp/Rainer Winter (Hg.), *Kultur-Medien-Macht. Cultural Studies und Medienanalyse*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 47-64.
- Anzaldúa, Gloria (1988), *Borderlands/La Frontera: The New Mestiza*. San Francisco: Spinsters/Aunt Lute Press.
- Appadurai, Arjun (1996), *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Awadi, Didier (1999), »Entretien«. *Africultures* 21 (Oktober): 17-18.
- Beck, Ulrich (1986), *Die Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Frankfurt am Main: Suhrkamp. [Engl. Übers. *World Risk Society*. London: Sage, 1992.]
- Beck, Ulrich/Elisabeth Beck-Gernsheim (1990), *Das ganz normale Chaos der Liebe*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bhabha, Homi K. (1994), *The Location of Culture*. London/New York: Routledge.
- Bhabha, Homi K. (1997), »DissemiNation: Zeit, Narrative und die Ränder der modernen Nation«, in: Elisabeth Bronfen/Benjamin Marius/Therese Steffen (Hg.), *Hybride Kulturen*. Tübingen: Stauffenberg, S. 149-194.
- Chambers, Iain/Linda Curti (Hg.) (1996), *The Post-Colonial Question: Common Skies, Divided Horizons*. London/New York: Routledge.
- Clifford, James (1997), *Routes. Travel and Translation in the Late Twentieth Century*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Certeau, Michel de (1988), *Kunst des Handelns*. Berlin: Merve. [Engl. Übers. *The Practice of Everyday Life*. Berkeley: University of California Press, 1984. Original *L'invention du quotidien I. Arts des faire*. Paris: Gallimard, 1980, nouvelle édition 1990.]
- Denzin, Norman K. (1999), »Ein Schritt voran mit den Cultural Studies«, in: Karl H. Hörning/Rainer Winter (Hg.), *Widerspenstige Kulturen. Cultural Studies als Herausforderung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 116-145.
- Dimitriadis, Greg (2001), *Performing Identity/Performing Culture: Hip Hop as Text, Pedagogy, and Lived Practice*. New York: Peter Lang.
- Dyson, Michael E. (1996), *Between God and Gangsta Rap: Bearing Witness to Black Culture*. New York: Oxford University Press.
- Fabian, Johannes (1998), *Moments of Freedom: Anthropology and Popular Culture*. Charlottesville, VA: University Press of Virginia.
- Featherstone, Mike (1995), *Undoing Culture: Globalization, Postmodernism and Identity*. London: Sage.
- Fiske, John (1989), *Understanding Popular Culture*. London: Unwin Hyman.
- García Canclini, Néstor (1995), *Hybrid Cultures: Strategies for Entering and Leaving Modernity*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Gillespie, Marie (1993), »The Mahabharata: From Sanskrit to Sacred Soap. A Case Study of the Reception of Two Contemporary Televisual Versions«, in: David Buckingham (Hg.), *Reading Audiences: Young People and the Media*. Manchester: Manchester University Press, S. 48-73.
- Gilroy, Paul (1993), *Small Acts: Thoughts on the Politics of Black Cultures*. London: Serpent's Tail.
- Grossberg, Lawrence (1997), *Dancing in Spite of Myself: Essays in Popular Culture*. Durham, NC: Duke University Press.
- Hall, Stuart (1994a), »Neue Ethnizitäten«, in: S. Hall, *Rassismus und kulturelle Identität. Ausgewählte Schriften 2*. Hamburg/Berlin: Argument, S. 15-25.
- Hall, Stuart (1994b), »Das Lokale und das Globale: Globalisierung und Ethnizität«, in: S. Hall, *Rassismus und kulturelle Identität. Ausgewählte Schriften 2*. Hamburg/Berlin: Argument, S. 44-65.
- Hörning, Karl H./Rainer Winter (Hg.) (1999), *Widerspenstige Kulturen. Cultural Studies als Herausforderung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Iyer, Pico (1989), *Video Nights in Kathmandu*. London: Black Swan.
- Kellner, Douglas (1995), *Media Culture*. London/New York: Routledge.
- Kellner, Douglas (1997), »Social Theory and Cultural Studies«, in: David Owen (Hg.), *Sociology After Postmodernism*. London: Sage, S. 138-157.
- Lash, Scott (2002), *Critique of Information*. London: Sage.
- Lash, Scott/John Urry (1994), *Economies of Signs and Space*. London: Sage.
- Libong, Héric (1999), »Dakar: Wa BMG, tout simplement rap«. *Africultures* 21 (Oktober): 13-16.
- Liebes, Tamar/Elihu Katz (1993), *The Export of Meaning: Cross-Cultural Readings of Dallas*. Cambridge: Polity Press (2. Aufl.).
- Lipsitz, George (1994), *Dangerous Crossroads: Popular Music, Postmodernism and the Poetics of Place*. London/New York: Routledge [Dt.

- Übers. *Dangerous Crossroads. Popmusik, Postmoderne und die Poesie des Lokalen*. St. Andrä-Wördern: Hannibal, 1999.]
- Long, Elisabeth (Hg.) (1997), *From Sociology to Cultural Studies: New Perspectives*. Oxford: Blackwell.
- Lull, James (2000), *Media, Communication and Culture: A Global Approach*. New York: Columbia University Press (2. Aufl.).
- Lull, James (Hg.) (2001), *Culture in the Communication Age*. London/New York: Routledge.
- Maffesoli, Michel (1988), *Le temps des tribus: Le déclin de l'individualisme dans les sociétés de masse*. Paris: Klincksieck. [Engl. Übers. *The Time of the Tribes: The Decline of Individualism in Mass Society*. London: Sage, 1996.]
- Michaels, Eric (1991), »Aboriginal Content: Who's Got It – Who Needs It?« *Visual Anthropology* 4: 277-300.
- Mikos, Lothar (1994), *Es wird dein Leben. Familienserien im Fernsehen und im Alltag der Zuschauer*. Münster: MakS.
- Miller, Daniel (1994), *Modernity: An Ethnographic Approach. Dualism and Mass Consumption in Trinidad*. Oxford/New York: Berg.
- Mitchell, Tony (1996), *Popular Music and Local Identity: Rock, Pop and Rap in Europe and Oceania*. London: Leicester University Press.
- Müller-Doohm, Stefan (1993), »Einführung in Eurovisionen – Wandlungstendenzen im europäischen Medienalltag«, in: Bernhard Schäfers (Hg.), *Lebensverhältnisse und soziale Konflikte im neuen Europa. Verhandlungen des 26. Deutschen Soziologentages in Düsseldorf 1992*. Frankfurt am Main/New York: Campus, S. 587-595.
- Nederveen Pieterse, Jan (1995), »Globalization as Hybridization«, in: Mike Featherstone/Scott Lash/Robert Robertson (Hg.), *Global Modernities*. London: Sage, S. 45-68. [Dt. Übers. »Der Melange-Effekt«, in: Ulrich Beck (Hg.), *Perspektiven der Weltgesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1998, S. 87-124.]
- Ostwald, Sabine (2001), »Schöne kleine Welt«. *Neue Zürcher Zeitung (Internationale Ausgabe)* (27. Februar): 33.
- Po'ossi X, Siya (1999), »Entretien«. *Africultures* 21 (Oktober): 19-23.
- Robertson, Roland (1992), *Globalization: Social Theory and Global Culture*. London: Sage.
- Rosaldo, Renato (1989), *Culture and Truth: The Remaking of Social Analysis*. Boston: Beacon Press.
- Rose, Tricia (1994), *Black Noise: Rap Music and Black Culture in Contemporary America*. Hanover, NH/London: Wesleyan University Press.
- Rowe, William/Vivienne Schelling (1991), *Memory and Modernity: Popular Culture in Latin America*. London/New York: Verso.
- Servant, Jean-Claude (2000), »Rap – der Sound der Straße«. *Le monde diplomatique* (Deutsche Ausgabe), 12: 17.
- Servant, Jean-Claude (2001), »Video-Boom in Nigeria«. *Le monde diplomatique* (Deutsche Ausgabe), 2: 20.
- Shusterman, Richard (1992), *Pragmatist Aesthetics*. Oxford: Blackwell.
- Spivak, Gayatri C. (1993), *Outside in the Teaching Machine*. New York/London: Routledge.
- Theroux, Paul (1992), *The Happy Isles of Oceania: Paddling the Pacific*. New York: Putnam.
- Tomlinson, John (1991), *Cultural Imperialism*. London: Pinter Publishers.
- Tomlinson, John (1999), *Globalization and Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Trinh, T. Minh-ha (1991), *When the Moon Waxes Red: Representation, Gender and Cultural Politics*. London/New York: Routledge.
- Williams, Raymond (1977), *Innovationen. Über den Prozeßcharakter von Literatur und Kultur*. Frankfurt am Main: Syndikat.
- Winter, Rainer (1995), *Der produktive Zuschauer. Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozeß*. München/Köln: Herbert von Halem.
- Winter, Rainer (1999), »The Search for Lost Fear: The Social World of the Horror Fan in Terms of Symbolic Interactionism and Cultural Studies«, in: Norman K. Denzin (Hg.) *Cultural Studies: A Research Annual*. Nr. 4. Greenwich: JAI Press, S. 277-298.
- Winter, Rainer (2001), *Die Kunst des Eigensinns. Cultural Studies als Kritik der Macht*. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft.
- Winter, Rainer/Roland Eckert (1990), *Mediengeschichte und kulturelle Differenzierung. Zur Entstehung und Funktion von Wahlbar-schaften*. Opladen: Leske & Budrich.