

Inhaltsverzeichnis (5)

Charles Husband	
Über den Kampf gegen Rassismus hinaus: Entwurf einer polyethnischen Medienlandschaft	9
David Morley	
Nicht »zu Hause« in der Mediennation	21
Brigitte Hipfl	
Medien-Identitäten: Identifikationen, Imaginationen, Phantasien	47
Kevin Robins Asu Aksoy	
»Abschied von Phantomen«: Transnationalismus am Beispiel des türkischen Fernsehens	71
Ulrike Hanna Meinhof	
Auf der Suche nach EuroNews-Land: Satellitenfernsehen und die Konstruktion kultureller Identitäten	111
Alec G. Hargreaves	
Kein monokulturelles Menü: Medienrezeption in Frankreich und Deutschland	128
Brigitta Busch	
Grenzvermessungen: Sprachen und Medien in Zentral-, Südost- und Osteuropa	145
Tarik Jusić	
Bosnien-Herzegowina: Die Segregation der Kommunikationsräume überwinden	173
Dubravka Valić Nedeljković	
Diversität versus Unitarismus: Medien in der multilingualen Vojvodina	202
Monika Metykova	
Zappen zwischen Sprachwelten: Kinder und Medien in der Südslowakei	225
Zu den AutorInnen	238

Bewegte Identitäten

Mit dem Begriff »bewegte Identitäten« soll die Komplexität des Zusammenspiels von Kultur, Identität und Massenmedien umrissen werden. Hier kommen sowohl Bewegungen hin zu neuen räumlichen Ordnungen zum Tragen als auch Bewegung im Sinne von Migration und Mobilität und schließlich Formen des bewegt-Seins als Element der Konstituierung von Identität(en).

Das Ausloten von medialen Räumen erlaubt Einsicht in Prozesse der Konfiguration und der Rekonfiguration von kulturellen und politischen Räumen, die Rahmenbedingungen für Identifikationen und damit für die Ausformung von Identitäten vorgeben. Lange Zeit dominierte das nationale Paradigma die Medienordnung in einzelnen Staaten und damit verbunden die Vorstellung, Medien wären sowohl eine zentrale Instanz, durch die sich nationale Gemeinschaft konstituiert, als auch eine Bühne, auf welcher nationale Zugehörigkeit reinszeniert wird. Durch Prozesse der Globalisierung wird das Konzept der homogenen nationalen Öffentlichkeit in Frage gestellt. Medienunternehmen sind mittlerweile transnationale Korporationen, die nach Prinzipien marktwirtschaftlicher Logik operieren. Wir haben es jetzt mit einer Situation zu tun, in der globale, nationale, regionale und lokale Angebote gleichzeitig zur Verfügung stehen und auf komplexe Art und Weise miteinander interagieren. Die Ausstrahlung von Radio- und Fernsehprogrammen via Satellit beispielsweise ist nicht von nationalstaatlichen Grenzen bestimmt, sondern durch den Ausstrahlungsradius, wodurch größere Räume geschaffen werden, deren gemeinsamer Nenner das Verstehen einer bestimmten Sprache sein kann, aber auch die Vertrautheit mit spezifischen Genres und Medienformaten. Die kulturellen und politischen Konsequenzen dieser Entwicklungen sind schwer abzuschätzen: Bedeuten sie eine Fortführung des nationalen Projekts, indem z. B. in bestimmten Krisenmomenten eine engere Bindung der Diaspora an die Herkunftsländer angestrebt wird? Oder stellen sie gerade durch die Ausweitung des Angebotes neue und zusätzliche Identifikationsmöglichkeiten zur Verfügung, die einen weiteren Handlungsraum eröffnen?

Die letzten Jahrzehnte waren geprägt durch weltweite Migrationsbewegungen, die vor allem die Metropolen und die großen Städte zu multikulturellen Lebensräumen gemacht haben, aber auch durch das Ziehen von neuen Grenzen, die häufig mit der Schaffung von neuen Minderheiten-Mehrheiten-Verhältnissen verbunden waren. Identitätsentwürfe bewegen sich im Spannungsfeld von Konzeptionen der Hybridität, die Zwischenräume erschließen, und essentialistischen Konzeptionen, die von »eindeutigen« Zuschreibungen ausgehen. Gegenwärtig können wir am Beispiel der Propagierung eines kulturellen Raumes »Europa« verfolgen, wie versucht wird, eine neue Identität zu stiften. Wenn wir einen Blick auf die von Brüssel aus propagierten Modelle werfen, so sehen wir, daß es ver-

schiedene Entwürfe davon gibt, was dieses Europa und seine Bürgerinnen und Bürger ausmachen soll. Ein Modell geht in Richtung Homogenisierung und orientiert sich am paneuropäischen »Schmelztiegel-Ideal«, während sich ein anderes der Vielfalt und Verschiedenheit verschrieben hat und das Ideal eines mosaikartigen »Europa der Regionen« preist. Es mag auf den ersten Blick paradox erscheinen, doch beide Modelle könnten auch als eine Regeneration des Nationalstaatsmodells auf einer anderen Ebene gesehen werden. Der gegenwärtige Aushandlungsprozeß findet auch in den Medien statt und zwar sowohl auf wirtschaftlicher und struktureller Ebene als auch in den medialen Diskursen. Wie wird sich die europäische Medienlandschaft umgestalten? Wird sich das Modell einer »Festung Europa«, das auf einer eindeutigen Unterscheidung zwischen jenen, die »drinnen«, und jenen, die »draußen« sind, beruht, durchsetzen? Und wird die Entwicklung »drinnen« in Richtung einer Homogenisierung unter Federführung der bislang die europäische Politik dominierenden Nationen gehen? Oder in Richtung eines »Europa der Regionen«, das eine Ambivalenz in sich trägt? Verstärkt es ein regional-chauvinistisches Selbstverständnis oder vermag es das abstrakte Konzept Europa mit dem konkreten Leben der Menschen zu verbinden? Oder könnte sich Europa überhaupt in einer anderen Art und Weise konstituieren – als ein Europa der Bürgerinnen und Bürger, d. h. aller, die in diesem Raum leben?

Wie aus unterschiedlicher Perspektive in den Beiträgen dieses Buches ausgeführt, wird Identität nicht als etwas Gegebenes und Unverrückbares angenommen, sondern als Produkt ständiger, von den einzelnen Personen ausgehender Identifikationsprozesse sowie von Zuschreibungen, mit denen Personen und Gruppen versehen und häufig als Andere positioniert werden. Für beide Aspekte sind Medieninhalte von zentraler Bedeutung: Wir identifizieren uns über medial vermittelte Identitätsangebote, wenn wir uns angesprochen fühlen, uns wiedererkennen bzw. uns abgrenzen. Solche Identitätsangebote, die Herz und Verstand ansprechen, beziehen sich auf verschiedene soziale Positionen, Werte und kulturelle Bedeutungen aber auch auf Zugehörigkeiten zu bestimmten Gruppen. Sind das aber nicht genau jene Momente, in denen Medienangebote nicht nur unser Interesse wecken, sondern uns auch berühren und bewegen und so die emotionalen Voraussetzungen für Identifizierungen und Identitätswürfe schaffen? Tragen nicht Medien vor diesem Hintergrund eine zentrale Verantwortung dafür, welche Identitäten in welcher Weise konstruiert und somit gelebt werden können und wie ein Zusammenleben in transnationalen Kontexten gestaltet werden kann?

Brigitta Busch, Brigitte Hipfl, Kevin Robins

Klagenfurt, im Mai 2001