

# Global Media Journal

German Edition

Buchrezension

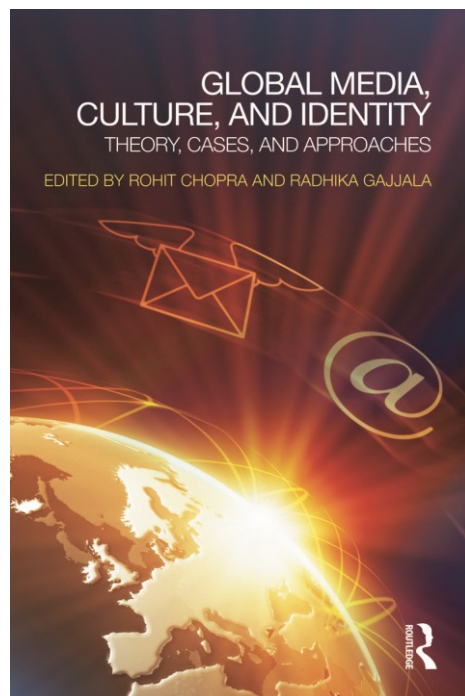
## Global Media, Culture, and Identity. Theory, Cases, and Approaches

**Chopra, Rohit & Gajjala, Radhika (Hrsg.) (2011): Global Media, Culture, and Identity. Theory, Cases, and Approaches. New York/Abingdon: Routledge, 258 Seiten, ISBN: 978-0-415-87790-9 (hbk); 978-0-415-87791-6 (pbk).**

Nadja-Christina Schneider

**To cite this article:** Schneider, Nadja-Christina (2012). Chopra, Rohit & Gajjala, Radhika (Hrsg.) (2011): Global Media, Culture, and Identity. Theory, Cases, and Approaches. *Global Media Journal – German Edition*, 2(2).

Obwohl in den vergangenen Jahren bereits zahlreiche Sammelbände zum Themenkomplex Medien, Kultur und Identität erschienen sind, kann gerade mit Blick auf die Länder des so genannten Globalen Südens noch längst nicht die Rede davon sein, dass die Vielzahl der daraus ableitbaren Forschungsfragen erschöpfend theoretisiert oder empirisch untersucht worden seien. Dies gilt nach wie vor auch mit Blick auf „emerging countries“ wie Indien und China, die jedoch aufgrund ihrer schnell wachsenden Medienmärkte zunehmend in den Fokus akademischer Diskussionen rücken. Insbesondere trifft es aber auf kleinere Nationalstaaten und geografische Regionen zu, die keine derart rasanten Wachstumsdynamiken wie die beiden größten Flächenstaaten in Asien aufweisen können und die dennoch keinesfalls von den globalen Dynamiken einer zunehmend medienvermittelten Kommunikation „abgekoppelt“ sind.



Wie Rohit Chopra in seinem einleitenden Kapitel zu diesem Band schreibt, soll dieser als eine Handreichung zur Erforschung der vielfältigen Wechselbeziehungen zwischen globalen Medien und kulturellen Identitäten fungieren. Dabei ist er sich der Problematik voll bewusst, dass jeder der Begriffe – Kultur, Medien, Identität und Globalität (Chopra verwendet im Buch den Begriff „the global“) – schon für sich allein genommen klärungsbedürftig ist und in der akademischen wie außerakademischen Diskussion in den vergangenen Jahren vielleicht auch etwas überstrapaziert wurde (v. a. Identität). Es ist jedoch weniger das Ziel dieses Bandes, diese als Einzelkategorien zu definieren und anzuwenden, sondern aus ihrer reflexiven Verbindung und aus der Konzeption von multidirektionalen globalen Flows der Medienkommunikation eher einen Analyserahmen bereit zu stellen, innerhalb dessen eine Vielzahl von unterschiedlichen Fragestellungen und Herangehensweisen in sehr diversen Kontexten möglich werden. Dieser weist selbstverständlich über disziplinäre Grenzen hinaus und entsprechend wichtig ist es Chopra auch, dass nicht ausschließlich Vertreter\_innen aus den Medien- und Kommunikationswissenschaften in diesem Band versammelt sind, sondern beispielsweise auch aus den Architekturwissenschaften, den Cultural Studies sowie den Science and Technology Studies. Auch ist der Fokus nicht nur auf die Zeitgeschichte und aktuelle Gegenwart gerichtet, sondern die medienhistorische Perspektive ist ebenfalls in mehreren Beiträgen vertreten.

Das Buch gliedert sich in drei Teile, die jeweils zwischen vier und sechs Beiträge zu sehr unterschiedlichen Fragestellungen und Themen umfassen. Teil I ist den „Geographies and Currents of Global Media and Identity“ gewidmet. Ausgehend von dem Ansatz einer durch die Medientechnologien bedingten und fortlaufenden Deterritorialisierung diskutiert Michael Jenson in seinem Artikel „The Global Nomad: Navigating Mediated Space at a Global Scale“ die Frage, welche Folgen die beschleunigte Raum-Zeit-Verdichtung für bestehende Raumkonzeptionen und „reale“ Wirklichkeiten hat. In einer recht deterministischen Sichtweise auf die Wirkweise von Medientechnologien – in der Menschen als Akteure weitgehend unberücksichtigt zu bleiben scheinen – geht er davon aus, dass diese zu einer „Erodierung“ und zu einem unwiederbringlichen „Verlust“ des emotionalen und intellektuellen Bezugs zu physischen Orten führen, während sich die Zahl der „scapes“ und „spaces“, die den Alltag von Menschen zunehmend prägen, ständig erhöht. Einzig durch die Entwicklung von „stereoskopischen“ Wahrnehmungsfähigkeiten im Sinne Paul Virilios sei es möglich, die Globalisierung als eine „universale Kraft“ (S. 55) zu bewältigen und gleichzeitig die Verbindung zu Werten, Traditionen und „cultural dictates“ (sic) zu bewahren, die an spezifische Räume und Orte gebunden seien. Zu fragen wäre hier zum einen, ob wir nicht schon längst weltweit deutliche Reterritorialisierungstendenzen feststellen können, beispielsweise mit Blick auf den ursprünglich stark translokal ausgerichteten indischen Online-Heiratsmarkt, der nun zunehmend in Indien selbst lokalisiert und regional ausdifferenziert wird, wie Fritzi-Marie Titzmann in ihrer Forschung aufzeigt.[i] Oder etwa im Hinblick auf den „regional turn“ in neuen Bewegungen wie der globalen Ur-

ban Gardening-Bewegung oder dem wachsenden Bewusstsein für regional produzierte Produkte oder touristische Reiseziele in der unmittelbaren regionalen Umgebung. Schließlich stellt sich auch angesichts der hohen Zahl von Menschen, die aus politischen und ökonomischen Gründen oder aufgrund von klimatischen Veränderungen gar nicht an „ihrem Ort“ verbleiben können, sondern gezwungenermaßen mobil sind, die Frage, ob sie im Zuge ihrer Mobilität nicht vielleicht sogar noch weit mehr als eine „stereoskopische Vision“ von binär konzipierten „realen“ und „virtuellen“ Orten und Räumen entwickeln. Hier erweist sich Jensens Beitrag also als hilfreich und anregend, um konkrete Forschungsfragen für empirische Untersuchungen zu entwickeln, die sich dann jedoch eher aus einer akteursbezogenen Perspektive mit der relevanten Frage befassen, wie Menschen mit der radikalen Veränderung von Räumen und Raumkonzeptionen umgehen.

Mit sechs Beiträgen stellt der zweite Teil „Entanglements of the Global, Regional, National, and Local“, den umfangreichsten Teil des Bandes dar. Nayantara Sheoran stellt in ihrem Beitrag die Anzeigenkampagne der in Indien unter den Namen i-pill vermarkteten „Pille danach“ vor und zeigt daran auf, wie das vormals staatlich verwaltete Projekt der Geburtenkontrolle und -regulierung nun im Kontext der postliberalen Konsumorientierung von den privatwirtschaftlichen Akteuren der pharmazeutischen Industrie kommodifiziert und marktwirtschaftlich beworben wird. In der Inszenierung der Anzeigenkampagne kann sich die weibliche Konsumentin vergewissert fühlen, durch diese individuelle Aneignung als „vernünftig“ planende und entscheidende „Bürgerin“ ihres Landes gehandelt zu haben: „A subject of the state and object of the gaze; her new identity requires that she be the ‚mother India‘ that takes responsibility for the birth control project, but within the strictures sanctioned by the patriarchal state“ (Sheoran, S. 97).

Durch den Fokus auf das globale Zeitalter der digitalen Vermittlung weist der dritte Teil („Digital Mediations in the Global Era“) ein größere Kohärenz auf als die beiden anderen Teile des Buches bzw. die Konturen des fokussierten Forschungsfeldes werden hier leichter erkennbar. Der Band liefert jedoch insgesamt einen interessanten Überblick über theoretische Diskussionen, methodische Herangehensweisen und zeigt insbesondere mit Blick auf die Regionen Ost- und Südasiens sehr relevante Forschungsperspektiven auf. Damit lässt sich zwar noch keine Antwort auf die Frage finden, inwieweit nun Länder wie Indien oder China tatsächlich zu einer „Neuorientierung“ des globalen Medienforschungsparadigmas beitragen, wie es Daya Thussu in seinem Nachwort zu diesem Buch beschreibt, und worin dieser Einfluss genau zum Ausdruck kommt. Die geografische Ausweitung der empirischen Forschungsaktivitäten allein wird noch keine Reformulierung eurozentrischer Theorien und Konzepte nach sich ziehen, wie Rakha Shome im Rahmen einer Konferenz in Erfurt im vergangenen Jahr (2011)[ii] treffend festgestellt hat. In jedem Fall können Sammelbände wie dieser jedoch dazu beitragen, dass das von Thussu anvisierte, transnationale und transdisziplinäre Gespräch über die Frage, wie wir zu einem umfassenderen und nuancierteren Verständnis dessen, was „globale Medien“ sein können und wie wir sie in der

Transitionsphase hin zu einer „multipolaren Welt“ erforschen können, entscheidend an Fahrt gewinnt.

[i] Fritzi-Marie Titzmann (2011): Medialisation and Social Change – The Indian Online Matrimonial Market as a New Field of Research, in: Schneider, Nadja-Christina/Bettina Gräf (Hrsg.): Social Dynamics 2.0: Researching Change in Times of Media Convergence. Berlin: Frank & Timme, S. 49–66.

[ii] Beyond “Center” and “Periphery”: (De-)Westernization in International and Intercultural Communication. Conference of the International and Intercultural Communication section of the German Communication Association Erfurt, Germany, October 27–29, 2011.