

Winfried Fluck
AMERIKANISIERUNG UND MODERNISIERUNG

Der weitreichende kulturelle Amerikanisierungsprozeß, der nach dem Zweiten Weltkrieg einsetzte und inzwischen globale Ausmaße erreicht hat, scheint unaufhaltsam. Er ist jedoch keineswegs so monolithisch und allumfassend wie von Kritikern wie Benjamin Barber behauptet. Wo seine Konsequenzen nicht nur in pauschaler kulturkritischer Manier beschworen, sondern konkreter studiert worden sind, ist daher eine Tendenz erkennbar, Schreckensszenarios einer feindlichen Übernahme zunehmend durch Modelle der Hybridisierung und Kreolisierung zu ersetzen.¹ In ihrer globalen Ausbreitung trifft die amerikanische Kultur ja keineswegs auf eine tabula rasa-Situation. Sie kollidiert mit bereits vorhandenen Wahrnehmungsmustern, Traditionen und kulturellen Werten. Das Resultat ist ein fortlaufender Verhandlungs- und Vermittlungsprozeß, der zu immer neuen Mischformen und Kompromißbildungen führt. Die Rede von der kulturellen Amerikanisierung beschreibt somit eine kulturgeschichtliche Tendenz, nicht eine gegebene Realität kultureller Homogenisierung und Standardisierung. Dieser Hinweis erscheint notwendig, um der Diskussion des kulturellen Amerikanisierungsprozesses ihr melodramatisch-paranoides Grundmuster zu nehmen, in dem feindliche Mächte – wie etwa in dem Science fiction Film *The Invasion of the Body Snatchers* – unmerklich unseren Körper und unseren Geist übernehmen (Fluck 1997).

Eine Invasionsrhetorik verfehlt die Komplexität gegenwärtiger kultureller Kontakte und Austauschprozesse. Und dennoch sollten notwendige Differenzierungen nicht dazu führen, das Phänomen der Amerikanisierung aus der Welt zu reden. Es gibt in der gegenwärtigen Phase der Globalisierung eine unübersehbare Entwicklungstendenz, durch die sich kulturelle Formen und Praktiken der Struktur nach – nicht notwendigerweise im Inhalt – immer mehr angleichen. Das gilt insbesondere für den Bereich der sogenannten Massenkultur und Massenmedien: Selbst wenn Filme, Fernsehserien oder Pop Musik in Hongkong, Wien oder Berlin produziert werden, so orientieren sie sich heute in der Regel dennoch an

amerikanischen Modellen. Die Frage nach den nationalen Besitzverhältnissen wird dabei fast sekundär. Obwohl beispielsweise gegenwärtig keiner der führenden deutschen Sender des Privatfernsehens von amerikanischen Medienkonzernen beherrscht wird und von einem dominanten Programmanteil amerikanischen Materials nicht gesprochen werden kann, so folgt man doch in der Programmstruktur und den Eigenproduktionen amerikanischen Modellen. Letztlich ist die Frage der kulturellen Amerikanisierung heute nicht mehr eine der Dominanz amerikanischer Medienkonzerne, sondern eine der zunehmenden Vorherrschaft bestimmter, zuerst in den USA entwickelter kultureller Formen.

Der Siegeszug amerikanischer Populärkultur (im folgenden als Oberbegriff für das benutzt, was oft auch als Massenkultur, Massenmedien oder Konsumkultur bezeichnet wird) kann als die wohl offensichtlichste und nachhaltigste Manifestation kultureller Amerikanisierung angesehen werden. Und zwar in einem solchen Maße, daß das Wort Amerikanisierung oft synonym verwandt wird für die Beschreibung des Vordringens amerikanischer Populärkultur bis in die letzten Winkel der Erde. Keine Nationalkultur, wie selbstbewußt und traditionsbewußt sie auch immer sein mag, hat diesem Vordringen etwas entgegenzusetzen. Das mag man beklagen. Produktiver als das kulturkritische Lamento ist jedoch der Versuch, dieses Phänomen zunächst einmal zu erklären, denn nur, wenn die Gründe für eine Entwicklung verstanden werden, lassen sich auch deren Stellenwert und mögliche Folgen sachgerecht erörtern.

In europäischen Debatten ist die Diskussion lange Zeit von zwei Denksätzen geprägt worden. Der eine betont die befreiende antiautoritäre Kraft amerikanischer Populärkultur, der andere spricht von kulturellem Imperialismus. Beide Erklärungsansätze bleiben unbefriedigend. Wie Kaspar Maase in seinem Buch über die Rezeption amerikanischer Populärkultur im Nachkriegsdeutschland der 50er Jahre überzeugend herausgearbeitet hat, kann bestimmten Formen jugendorientierter Populärkultur (wie beispielsweise der populären Musik) in ihrer anti-autoritären Sprengkraft sehr wohl eine enthierarchisierende, demokratisierende Funktion zukommen (Maase 1992). Doch nur bestimmte Formen populärer Kultur besitzen diese Dimension, die zudem mit gesellschaftlichen Folgekosten verbunden ist, die nicht unbedingt gut sind für eine Demokratie. So haben die gezielten Provokationen, wie sie die amerikanisch inspirierte Populärkul-

tur kultiviert hat, zu immer ungenierteren, graphischen Gewaltdarstellungen geführt. Zudem gilt, daß bestimmte Formen populärer Kultur zwar auf der Textebene subversiv sein mögen, daß aber ihre verkaufsträchtige Subversivität wirtschaftlich gesehen gerade den umgekehrten Effekt einer Konsolidierung des Status Quo haben kann. Die Fernsehserie *The Simpsons* beispielsweise ist erfrischend antiautoritär, aber sie trägt mit ihrer Popularität auch dazu bei, das Medienimperium von Rupert Murdoch zu festigen. Damit hilft sie, die immer umfassendere Kommerzialisierung der amerikanischen Öffentlichkeit zu zementieren, in der öffentlich-rechtliche Medien in einem für den europäischen Zuschauer deprimierenden Schauspiel buchstäblich auf Knien um Zuschauerspends betteln müssen, um finanziell ein weiteres Quartal überleben zu können. Mit anderen Worten, so sehr man die antiautoritäre Dimension amerikanischer Populärkultur begrüßen mag, so naiv wäre es, den institutionellen Kontext zu ignorieren, in dem diese Formen Wirkung entfalten. So gesehen erscheint die Frage durchaus angebracht, wieweit man dieser Form kultureller Amerikanisierung das Feld überlassen soll und nicht doch durch Quoten oder Subventionen dazu beitragen sollte, kommerziell nicht konkurrenzfähige Alternativen zu bewahren. Es ist eine Sache, jemand als Gast im eigenen Hause zu begrüßen, und eine andere, darauf zu achten, daß dieser Gast nicht das ganze Haus übernimmt. Man mag amerikanische Modelle populärer Kultur durchaus als Bereicherung des kulturellen Ausdrucksspektrums begreifen und kann dennoch Quoten oder andere Formen staatlicher Regulierung begrüßen, um ein bestimmtes Maß an kultureller Vielfalt zu bewahren.

Im Gegensatz zur Subversionseuphorie vieler »Pop«-Kritiker, kann man den Vertretern der »Kulturimperialismus«-These keineswegs Naivität über den kommerziellen Kontext amerikanischer Populärkultur nachsagen. Naiv ist jedoch ihre Wirkungstheorie. Denn die Kulturimperialismus-These muß entweder von einer völligen Selbstentfremdung des Konsumenten ausgehen, der aufgrund psychischer Deformation gegen die eigenen Interessen handelt, oder von einer anscheinend unbegrenzten Manipulationsmacht der Kulturindustrie. Die kulturelle Amerikanisierung der Welt wäre dann das Resultat der wachsenden Marktdominanz amerikanischer Medienkonzerne, die in der Lage zu sein scheinen, dem Publikum ihren Willen fast nach Belieben aufzuzwingen. Dagegen ließe sich in kommerzieller Hinsicht gewiß einwenden, daß diese Konzerne – wie die Bei-

spiele Sony, Seagram, Murdoch oder Bertelsmann zeigen – im Zeitalter der Globalisierung längst nicht mehr ausschließlich im amerikanischen Besitz sind. Doch wäre damit das Problem lediglich verschoben. Handelt es sich bei jener populären Kultur nach amerikanischen Mustern, die im Zentrum des weltweiten kulturellen Amerikanisierungsprozesses steht, lediglich um eine Pseudo-Kultur, deren Siegeszug allein durch Marktdominanz und Publikumsmanipulation erklärbar ist? Auch wenn amerikanische und zunehmend auch internationale Medienkonzerne den Markt dominieren, so muß es doch einen Grund für die enorme Resonanz geben, die ihre Produkte haben. Es wäre das Ende jedweder Hoffnung auf die Möglichkeit politischen Wandels, wenn Kulturkonsumenten in der ganzen Welt nichts als Wachs in den Händen gewiefter Marketing-Experten wären. Plausibler ist die Annahme, daß es bestimmte Elemente sozialer, psychischer und ästhetischer Gratifikation gibt, die die Basis dieser Resonanz bilden und damit auch die Basis für ihre kommerzielle Nutzung. Worin bestehen diese Elemente? Was ist die Basis für die weltweite Popularität amerikanischer Populärkultur? Meine These ist, daß die Entstehung der Populärkultur nach amerikanischem Muster im Kontext eines andauernden gesellschaftlichen und kulturellen Modernisierungsprozesses gesehen werden muß – wobei Modernisierung hier nicht im Sinne ökonomischer Modernisierungstheorien verstanden wird, sondern als Bezug auf eine kulturelle Befreiungs- und Enthierarchisierungslogik der Moderne und ein damit verbundenes individuelles Selbstermächtigungsversprechen. Das kulturelle Äquivalent sozialer und wirtschaftlicher Modernisierung kann in einem »rastlosen Individualismus« (Berman 1983) gesehen werden und einem von ihm angetriebenen Individualisierungsprozeß. Der Begriff Individualisierung ist dabei nicht im philosophischen Sinn gebraucht, als Entwicklung zur personellen Autonomie und Selbstbewußtheit, sondern bezeichnet im Tocqueville'schen Sinn eine Tendenz zur sozialen Ausdifferenzierung, die dadurch entsteht, daß der Einzelne aus den tradierten Sinngebungsmustern und sozialen Abhängigkeitsverhältnissen aristokratischer Gesellschaften herausgelöst wird. Wohl kaum jemand wird die zentrale Rolle bestreiten, die Modernisierung und Individualisierung in der Entwicklung westlicher Gesellschaften gespielt haben. Doch werden andererseits nur wenige bereit sein, ausgerechnet die moderne Populärkultur als eine Manifestation dieser Prozesse anzusehen. Kulturkritische Bezeichnungen wie Massenkultur oder Kulturindustrie leben ja gerade

vom emphatischen Kontrast zwischen Standardisierung und Individualisierung. Wie aber kann eine Form standardisierter, kommerzialisierter Kultur im Zusammenhang mit neuzeitlichen Individualisierungsprozessen gesehen werden? Der interpretatorische Bezugsrahmen, der dieses Paradoxon aufzulösen vermag, ist der der Kulturgeschichte, genauer der einer Anbindung des heutigen kulturellen Amerikanisierungsprozesses an eine kulturgeschichtliche Entwicklung in den westlichen Gesellschaften, die mit der Ablösung kultureller Formen von aristokratischen Repräsentationsansprüchen beginnt.

Für eine Teilnahme am Kulturleben waren in aristokratischen Gesellschaften in der Regel zwei Voraussetzungen zwingend: Zum einen mußte man, institutionell gesehen, das Privileg des sozialen Zugangs zur Kultur besitzen. Dazu hatte man in vor-demokratischen Gesellschaften Kriterien sozialer Qualifikation zu erfüllen, die den Zugang beispielsweise zu einem höfischen Konzert regelten. Oder man mußte die finanziellen Mittel besitzen, um sich Kultur leisten zu können. Bücher waren bis ins 18. Jahrhundert hinein vergleichsweise teuer, so daß ihr Besitz, mit Ausnahme religiöser Texte, weitgehend auf eine Oberschicht von Besitzenden und gebildeten Ständen beschränkt blieb. Zum anderen bedurfte es, aus rezeptionsästhetischer Sicht, bestimmter Bildungsvoraussetzungen bzw. einer relativ hohen Kompetenz, um aus einem kulturellen Objekt Sinn machen zu können. Bis etwa 1800 erforderte die Lektüre vieler Bücher beispielsweise ein oft nicht geringes Maß an Latein- oder Griechischkenntnissen, so wie es auch lange Zeit fast unmöglich war, die abendländische Malerei ohne Kenntnisse der klassischen Ikonographie angemessen zu verstehen.

Mit dem Sammelbegriff »populäre Kultur« wird im Grunde nichts anderes bezeichnet als die Entstehung einer Kultur, die diese Zugangsvoraussetzungen aufkündigt. Das Medium, dem das zuerst gelang, war der Roman, der trotz seiner späteren Nobilitierung durch die literarische Moderne als erstes Massenmedium der westlichen Kulturgeschichte angesehen werden kann. Dazu trug jener »Durchbruch« in der Entwicklung neuer Drucktechnologien bei, der auch die Herausbildung erster Formen der Massenpresse ermöglichte. Diese Entwicklung hatte mehrere kulturelle Konsequenzen. Zum einen wurde ein Markt geschaffen, der die Zugangsmöglichkeiten zur Literatur beträchtlich erweiterte. Dazu kam eine Herabsetzung der Bildungsvoraussetzungen und der notwendigen kulturellen Kompetenz. Um einen sentimentalischen Roman angemessen rezipieren

zu können, bedarf es keiner Kenntnisse des Versmaßes oder der klassischen Theorie der Tragödie. Seine sprachliche Unelaboriertheit, seine poetologische »Prinzipienlosigkeit« und seine oft kritisierte »Formlosigkeit« machten die neue Prosagattung auch für Schichten lesbar, die in der Regel keine klassische Ausbildung genossen hatten. In der Suche nach möglichst weitgehender Verständlichkeit waren der Sprache allerdings Grenzen gesetzt. Im Vergleich damit haben Bild und Musik offensichtliche Vorteile. Mit dem Massenmedium Film entstand eine – im Hinblick auf das Kriterium der Verständlichkeit – »universelle« Sprache, die nationale und ethnische Verständnissgrenzen ohne große Schwierigkeiten überwand. Aber während das Bild immer noch eine gewisse Lesefähigkeit zumindest in dem Sinn erfordert, daß der Betrachter in der Lage sein muß, einen visuellen Code zu entziffern, vermag die Musik diese Zugangsvoraussetzungen weiter zu reduzieren. Film und Fernsehen, vor allem aber die verschiedenen Formen populärer Musik, sind daher zu den Motoren des weltweiten kulturellen Amerikanisierungsprozesses geworden.

In welchem Zusammenhang steht dieser Prozeß einer ständigen Reduktion sozialer Zugangskriterien und kultureller Verständnisvoraussetzungen mit dem Phänomen der »Amerikanisierung«? Im Prinzip fand der Kanipf um kulturelle Zugangsbedingungen in allen westlichen Gesellschaften gleichermaßen statt und nahm letztendlich überall denselben Verlauf. In der amerikanischen Gesellschaft existierten jedoch aufgrund historischer Faktoren bestimmte soziale und kulturelle Bedingungen, die diesem Prozeß besondere Dynamik und besonderen Einfluß verliehen. Aufgrund der multi-ethnischen und multikulturellen Zusammensetzung der amerikanischen Gesellschaft, insbesondere in den Jahren der Entstehung der modernen Unterhaltungskultur um 1900, stand die amerikanische Populärkultur von Anfang an vor der Herausforderung eines Marktes, der den heutigen globalen Markt sozusagen im kleinen vorwegnahm. Diese Konstellation führte frühzeitig zur Optimierung möglichst allgemeinverständlicher, nicht-verbaler, performativer, vorrangig visueller und auditiver Ausdrucksformen. Bevor es zu einer »Amerikanisierung« anderer Gesellschaften und Kulturen kommen konnte, mußte diese also erst einmal im eigenen Lande stattfinden. Oder anders ausgedrückt: Der kulturelle Transformationsprozeß, der heute oft mit dem Begriff Amerikanisierung umschrieben wird, beginnt nicht erst mit dem Kulturexport der neuen Weltmacht USA

nach dem Zweiten Weltkrieg, sondern mit der Entstehung der modernen Massenkultur um 1900 und erfaßte zunächst vor allem die amerikanische Kultur selbst. Die damit verbundene Suche nach kulturellen Ausdrucksformen, die über nationale und ethnische Traditionen hinausgehen und sehr verschiedene soziale und ethnische Gruppen in neuen Publikumsgruppierungen zusammenzubringen vermögen, profitierte dabei in den USA vom Nebeneinander einer Reihe von kulturellen Traditionen und Subkulturen, die – wie beispielsweise in der Verbindung von afro- und angloamerikanischer Kultur – zu Mischformen führte, welche europäischen Versionen an Innovationskraft und Vitalität überlegen waren.

Man muß somit zwei Bedeutungen des Begriffs »Amerikanisierung« auseinanderhalten. Die erste beschränkt sich auf die Frage, in welchem nationalen Besitz Produktion und Vertrieb sind, und wird im Zeitalter der Globalisierung zunehmend sekundär. »Hollywood«, auch heute noch Inbegriff amerikanischer Marktdominanz, umfaßt inzwischen »fremde« Firmen wie Sony oder Seagram; amerikanische Bestseller und Plattenfirmen verdienen Profit für Bertelsmann und private Fernsehstationen für den Australier Rupert Murdoch. Der Begriff Amerikanisierung kann sich aber auch auf die zunehmende Dominanz eines bestimmten Typus »moderner« Kultur beziehen und verweist dann auf die Tatsache, daß die erste konsequent »moderne« Nation, die USA, aufgrund einer bestimmten historischen Konstellation zum Träger und Motor der Entwicklung dieser Manifestation der kulturellen Moderne geworden sind.

In welcher Hinsicht läßt sich gerade in diesem Zusammenhang von einer Kultur der Moderne sprechen? Das erscheint fast aberwitzig im Hinblick auf das Selbstverständnis der literarischen Moderne, die sich durch formale Innovation und den selbstaufgelegten Zwang zum fortwährenden Konventionsbruch definiert. In der westlichen Kulturgeschichte ist es die Hochkultur, die dieses Projekt in Schüben des immer radikaleren Experiments vorangetrieben hat. Unter dem Begriff Modernismus wird daher in der Kunstgeschichte und Literaturgeschichtsschreibung jene experimentelle Kunst verstanden, der es um die Verfremdung tradierter Wahrnehmungsweisen und Darstellungsformen geht. Die populäre Kultur hat an diesem Prozeß der »Modernisierung« unserer Wahrnehmung und Darstellungsmöglichkeiten bestenfalls auf der Ebene technologischer Innovation teilgenommen, d.h. auf der medialen Ebene. Aber die medialen Erweite-

rungen des kulturellen Ausdrucksspektrums haben ihre eigenen weitreichenden kulturellen Konsequenzen. Sie haben nicht nur die sozialen Zugangsbedingungen und kulturellen Verständnis Voraussetzungen verändert, sondern auch das expressive Potential ständig erweitert und intensiviert. Dieser Prozeß ist von mir an anderer Stelle ausführlicher beschrieben worden (Fluck 1998, »Amerikanisierung«). Hier kann die Entwicklung nur kurz umrissen werden.

Bis zum Siegeszug des Romans waren Bücher für den allgemeinen Gebrauch zu teuer. Der Umgang mit einem relativ kleinen Korpus von Büchern war intensiv und noch nicht extensiv, wie im Fall des wachsenden Lesehungers, der durch den Roman geschaffen wurde. Mit dem Roman wurde Literatur für ein Mittelschichtpublikum geschaffen, mit der *dime novel*, einem zum Groschenheft abgemagerten »Schumpfrohan«, wird der Leserkreis auf die Unterschicht und dort insbesondere auf adolozente Leser ausgeweitet. Mit der Entstehung der neuen Unterhaltungskultur um 1900, zu der unter anderem das Vaudeville-Theater, der Vergnügungspark (amusement park), das durch die Domestizierung schwarzer Plantagentänze ausgelöste Tanzfieber und der Stummfilm gehören, werden die kulturellen Verständnis Voraussetzungen weiter reduziert und der Publikumskreis entsprechend erweitert. Selbst für die Lektüre eines Groschenheftes bilden Lesefähigkeit und die Kenntnis der englischen Sprache noch die Voraussetzung. Für die Gesangs- und Tanznummern des Vaudeville, die unmittelbaren physischen Attraktionen des Lunaparks oder den Konsum eines Stummfilms ist die Fähigkeit zu lesen nicht mehr länger entscheidende Voraussetzung. In den USA konnte der Stummfilm auf diese Weise in der Periode zwischen 1890 und 1920 zu einer wichtigen Akkulturationsinstanz für Immigranten aus Süd- und Osteuropa werden.

Mit der Erfindung des Radios und des Fernsehens wird die Frage des Zugangs wiederum auf eine neue Ebene gestellt. Um einen Film zu sehen, mußte man bis zur Erfindung des Fernsehens immer noch in ein Kino gehen, an dessen Zeit- und Spielplan man dementsprechend gebunden blieb. Um Radio zu hören oder fernzusehen, braucht man nun nur noch einen Knopf am Heimapparat zu drücken. Das kann zu jeder Zeit des Tages und in Übereinstimmung mit dem eigenen Tagesablauf und seinen Bedürfnissen geschehen. Zugleich wird es möglich, direkt an weit entfernten Ereignissen teilzunehmen, ohne sich aus dem Haus bewegen zu müssen. Ein Farmer in Iowa kann einer Direktübertragung der Metropolitan Opera

in New York zuhören oder einem Baseballspiel in San Francisco, im privatfinanzierten Rundfunksystem der USA zudem ohne nennenswerte eigene finanzielle Kosten. Und während das Fernsehen immer noch ein Minimum an visueller Kompetenz erfordert, bedarf es für die Rezeption populärer Musik im Radio oder auf Schallplatte kaum noch eigener Anstrengung und Konzentration. Die Musik kommt auf einer halb bewußten, somatischen Ebene wie von selbst zum Hörer und verrichtet (fast) alle Arbeit für ihn.

Diese ständige Reduktion der Rezeptionsvoraussetzungen scheint eine lange Zeit die dominante kulturkritische Sicht der Massenkultur zu bestätigen, in der die zunehmende Passivität des Konsumenten beklagt und als Basis für eine wachsende Manipulationsmacht der Medien angesehen wird. Doch ist die Reduktion keineswegs Selbstzweck oder lediglich Resultat einer Suche nach dem kleinsten gemeinsamen geschmacklichen Nenner. Sie hat ihren Antriebsmotor darin, daß sie neue Möglichkeiten imaginärer Selbstermächtigung auf Seiten des Rezipienten ermöglicht. Man nähert sich hier der paradoxen Art und Weise, in der der kulturgeschichtliche Prozeß zum Individualisierungsprozeß westlicher Gesellschaften beigetragen hat. Denn gerade jene Elemente, die populäre Kultur als ernstzunehmende, »kreative« Form kulturellen Ausdrucks zu disqualifizieren scheinen – die Standardisierung der Darstellungsmittel und die mediale Wirkungsbasis, die zu quasi-»industriellen« Herstellungsformen führt –, können Prozessen imaginärer Selbstermächtigung und des imaginären Selbstentwurfs völlig neue, ständig optimierte Möglichkeiten eröffnen.

Dieser Prozeß setzt bereits mit dem Buchdruck ein, der zwar einerseits die Gemeinschaftlichkeit oralen Erzählens auflöst, aber andererseits vom Leser auch neue mentale Aktivitäten verlangt, die seine Kontrolle über das kulturelle Material – und damit auch dessen Brauchbarkeit für Zwecke imaginärer Selbstermächtigung – erhöht. Selbst im öffentlichen Raum eines Salons oder Wohnzimmers kann der Leser im Prinzip mit einem Buch »allein« sein, weil dieses nur durch die eigene Vorstellungstätigkeit Gestalt zu gewinnen vermag. Die Kontrolle über den Rezeptionsprozeß erhöht sich, wenn das Buch in einen separaten Raum mitgenommen werden kann, zum Beispiel in das eigene Zimmer, wo es zu jeder Tages- und Nachtzeit und, falls notwendig, auch »heimlich« gelesen werden kann. Die gedankliche Übersetzungsleistung, die der »abstrakte« Buchdruck verlangt, gibt dabei der individuellen Vorstellungstätigkeit verstärkten Entfal-

tungsraum. Der Leser kann die Charaktere mit Merkmalen eigener Wahl ausstatten, er kann die Lektüre jederzeit unterbrechen, um sich bestimmten Szenen, Gesten oder Sätzen noch einmal zuzuwenden, um sich Aspekte auszumalen, die der Roman offen läßt, oder sogar die Geschichte nach eigenem Wunsch fortzuschreiben. Die Selbstbestimmtheit des Rezeptionsprozesses, die durch das Massenmedium Roman möglich wird, erlaubt es, einen eigenen Lektürerhythmus zu etablieren, an beliebiger Stelle anzuhalten und vor- oder zurückzublättern. Da das gedruckte Wort der Realisierung in der Vorstellungswelt des Lesers bedarf, eröffnet sich ein individueller Interpretationsspielraum. Der Kontrollgewinn, der damit insbesondere für ansonsten noch »unmündige« junge Leserinnen und Leser verbunden sein kann, ist enorm und macht einen wesentlichen Teil der Attraktivität der neuen literarischen Form aus.

Obwohl der Roman unsere Vorstellungstätigkeit aktiviert, kann er sie auch immer wieder im Stich lassen. Zudem arbeitet die Länge des Lektüreprozesses konkreten und stabil bleibenden Vorstellungen entgegen. Dementsprechend bleibt unsere Vorstellung beispielsweise von einer Person in gewisser Weise »offen«. Wie sehr wir uns auch bemühen mögen, unsere Vorstellung von Effi Briest oder Anna Karenina dürfte sich selten zu einem festen Bild fügen. Dagegen liefert der Film ein Bild für dieses Vorstellungsobjekt und schränkt damit unsere Vorstellungstätigkeit einerseits ein; mit der verstärkten Anschaulichkeit (und der Attraktivität) des Anschauungsobjekts ist andererseits aber auch die Möglichkeit gegeben, Gefühle und diffuse Wünsche zumindest kurzfristig in sehr viel intensiverer Weise zu aktivieren und mit dem Vorstellungsobjekt zu verbinden, als das ein Roman vermag. Als populäres Medium hat daher der Film dem Roman den Rang abgelaufen.

Dabei gibt es noch einmal einen Entwicklungssprung zwischen Stummfilm und Tonfilm. Aus einer Reihe von technischen Gründen bleibt die Illusionsbildung im Stummfilm immer noch vergleichsweise instabil. Zwar lebt der Stummfilm bereits von der »Macht der Bilder«, die sich mit der Einführung der Großaufnahme und der Montage verstärkt, doch wirken sich die noch umständlichen Formen erzählerischer Verknüpfung illusionsstörend aus. Gleiches gilt für die theatralische Form der Präsentation, die ja ihren Grund darin hat, daß Innerlichkeit noch nicht anders zum Ausdruck gebracht werden kann. Der Betrachter des Stummfilms ist noch als »Publikum«, nicht als (verborgener) Zuschauer konzipiert. Erst mit der

Tonspur und dem für den Betrachter unmerklichen Schnitt wird die filmische Illusionsbildung optimiert, weil nunmehr distanzierende Abblenden oder Sprünge in der Bildverknüpfung konsequent vermieden werden. Der Film wird zur »unmittelbaren Erfahrung«, die durch die für die Kinovorstellung typische Rezeptionssituation verstärkt wird: Im Dunkeln sitzend finden wir uns, unter weitgehender optischer Ausblendung anderer Zuschauer, allein übergroßen Bildern gegenüber, motorisch zur Passivität verdammt, in einem Zustand der Regression, fast »körperlos« und daher umso mehr auf die mentale Verarbeitung angewiesen, die die ganze Last der emotionalen Reaktion tragen muß. Damit ist eine ideale Ausgangssituation geschaffen, um das Imaginäre zu stimulieren und ihm konstant neue Nahrung zu geben.²

Obwohl die Bilderflut des Films von unmittelbarer Anschaulichkeit ist, erfordert sie doch auch eine beträchtliche mentale Koordinations- und Integrationsleistung. Das gilt auch für viele, vor allem nichtmusikalische Programme im Rundfunk, obwohl diese Information nicht mehr durch die Koordination visueller Eindrücke »erarbeitet« werden muß, sondern auf Knopfdruck wie von selbst zu einem kommt. Dennoch muß sie kognitiv strukturiert und beispielsweise auf den eigenen Wissensstand bezogen werden. Dagegen schmeichelt sich populäre Musik fast unmerklich ein (wo das passiert, ist umgangssprachlich treffenderweise von einem »Ohrwurm« die Rede). Sie bedarf keiner gedanklichen Bearbeitung und inhaltlichen Zuordnung, weil sie keinen Informationsanspruch besitzt. Statt dessen werden Stimmungsräume geschaffen, die subliminal wirksam sind.

Zwar fehlt es populärer Musik am durchkalkulierten emotionalen Achterbahneffekt des Films, doch wird es dadurch möglich, eine diffuse, verbal nur schwer artikulierbare, aber »irgendwie« eingängige Stimmung aufzubauen. Die charakteristische Form, in der die Musik die Vorstellungstätigkeit aktiviert, ist die der kurzfristigen Evokation eines dekontextualisierten Bildes, einer vagen Befindlichkeit oder eines diffusen Gefühls von Entgrenzung, die allesamt nicht mehr in eine Geschichte integriert sind und als kurze, aber wirkungsvolle Effekte keiner inhaltlichen Rechtfertigung bedürfen. Im Gegensatz beispielsweise zu einem Hitchcock-Thriller muß sich der Zuhörer eine starke ästhetische Erfahrung nicht mehr durch seine intensive Anteilnahme »verdienen«. Sie kommt vielmehr wie von selbst zu ihm. Damit erreicht die Stimulation des Imaginären eine neue Dimension.

Im Gegensatz zum Film bedarf es keiner möglichst ungebrochenen Kontinuität des Bilderflusses mehr, während es im Gegensatz zum Roman aufgrund der starken, unmittelbar sinnlichen Wirkung der Musik auch keiner mentalen Übersetzungsleistung bedarf, so daß sich eine Aneinanderreihung von einzelnen Vorstellungen und Assoziationen ergibt, die durch keinen narrativen Zusammenhang, sondern nur durch eine Stimmung miteinander verbunden sind.

Die Freisetzung imaginärer Assoziationen wird im Musikvideo-Clip noch einmal optimiert, denn dort wird die Möglichkeit kurzfristiger imaginärer Besetzung in der Kombination von immer kürzeren Bildsequenzen, fragmentierten Zeichenfolgen und rhythmisch akzentuierter Musik zum Kern ästhetischer Erfahrung. Diese Kombination folgt keinem anderen Ordnungsprinzip als dem rhythmischer Verknüpfung. Ansonsten herrscht die »freie«, arbiträr anmutende Zeichenfolge eines rein stimmungsmäßig verankerten Assoziationsraums. Die Flut von Assoziationen, die allein durch eine rhythmische Kontinuität zusammengehalten wird und den Strukturierungsversuchen des Zuschauers immer einen Schritt voraus ist, hat die Strukturlosigkeit des Imaginären zum Vorbild, verleiht dieser aber durch die rhythmische Akzentuierung und Beschleunigung der Zeichenfolge eine optimal kalkulierte Wirkungsdimension. Es ist, als hätte sich das Imaginäre verselbständigt. Der Rhythmus verstärkt die Wahrnehmung und Wirkung der Bilder, aber die Bilder fungieren aufgrund ihrer narrativen Diskontinuität vor allem als Stimulans und Fundus für ein eigenes imaginäres Skript. Wo die Bildsuggestion nicht wirkt, ergibt sich die nächste Chance etwa vier Minuten später und für den Fall, daß es funktioniert, stehen unzählige Wiederholungen während eines einzigen Tages bereit, um der aufgrund der relativen Strukturlosigkeit des Assoziationsstroms relativ schnell verblassenden »Bebilderung« des Imaginären wieder auf die Sprünge zu helfen.

Diese endlos supplementäre Struktur einer immer neuen Rekonfiguration des Imaginären kennzeichnet inzwischen auch das heute dominante Medium der populären Kultur, das Fernsehen.³ Aufgrund der Schwerfälligkeit des Aufnahmeapparats und der geringen Zeilenauflösung des Bildes blieb das Fernsehen dem Film im Hinblick auf seine ästhetischen Möglichkeiten und seine emotionale Wirksamkeit lange Zeit unterlegen und entwickelte keine eigene Ästhetik. Was es von Anfang an gegenüber dem Film auszeichnete und wodurch es diesem einen Wettbewerbsnachteil bescherte,

der der Filmindustrie zunehmend zu schaffen machte, waren vor allem zwei Aspekte: Zum einen empfahl sich das Fernsehen als »Heimkino«; mit der Verlagerung der Vorführapparatur in den eigenen Haushalt wurde eine neue Möglichkeit der »Selbstbedienung« geschaffen. Zum anderen war das Fernsehen primär ein Vorführapparat, der im Gegensatz zum Spielfilm nicht an spezifische Programminhalte gebunden war, sondern ein vielfältiges, zunehmend umfangreicheres Menu präsentierte, aus dem sich die Zuschauer je nach Geschmack bedienen konnten. Diese »Heterogenisierung« des Angebots hat mit jeder technischen Neuerung zugenommen.⁴ Solange es nur wenige Sender gab, herrschte immerhin noch eine Dominanz charakteristischer Programmtypen und -inhalte, so daß die kritische Medientheorie populäre »imperiale« Serien wie *Bonanza* oder *Dallas* zu Schlüsselbeispielen ihrer Kritik am Medium machen konnte. Mit der Ausbreitung des Privatfernsehens sowie des Satelliten- und Kabelfernsehens ist das Spektrum von Programmtypen und zielgruppenspezifischen Programmen jedoch ins bald nicht mehr Überschaubare gewachsen.⁵ Mit der bevorstehenden Digitalisierung wird sich dieses Spektrum noch einmal erweitern und ausdifferenzieren.

Da das Fernsehen mit der neuen Programmvielheit endgültig jedes spezifische Programmprofil verloren hat, fungiert es mittlerweile als eine Art elektronischer Bilderbogen, der unzählige Eindrücke Revue passieren läßt und sich dabei eines kulturellen Archivs von Unterhaltungs- und Dokumentationsmaterial bedient, das in ständig neuer Mischung und Kombination zirkuliert. Dieser »Programmsalat« und die durch ihn generierte Zeichenflut arbeiten gegen eine starke emotionale Bindung an einzelne Inhalte, wie sie für die Filmrezeption charakteristisch ist. Bereits ein einziger Abend selbst noch im öffentlich-rechtlichen Fernsehen ist durch diese Heterogenisierungstendenz gekennzeichnet. Auf die Vorabendserie folgen die Nachrichten, etwas Werbung, dann vielleicht ein Film, ein politisches Journal, eine Sportsendung, noch einmal Nachrichten und zum Abschluß eine Talkshow. Selbst wenn eins der Programme besondere Wirkung auf den Zuschauer haben sollte, so dürfte dieser Effekt am Ende des Abends schon wieder von den folgenden Sendungen überlagert sein. Wo, wie im Privatfernsehen, längere Werbeblocks innerhalb einer Sendung erscheinen, setzt dieser Zerstreueffekt bereits dort ein. Zudem wächst mit zunehmender Programmauswahl die Versuchung, in weniger interessanten Momenten auf einen anderen Kanal umzuschalten, so daß auch die Kontinui-

tät des Sendeablaufs eines Senders bzw. die narrative Kontinuität einer einzelnen Sendung unterbrochen werden. Mit Hilfe der Fernbedienung ist diese Form der Fernsehrezeption inzwischen zur Routine geworden. Der Zuschauer »springt« zwischen den Programmen hin und her und zerstört damit deren Kohärenz. Statt dessen entsteht eine Form des zunehmend segmentierten und fragmentierten Fernsehkonsums mit kurzen Aufmerksamkeitsspannen, wobei das Fernsehen oft mit anderen Aktivitäten verbunden wird.

Je häufiger jedoch die narrative Kontinuität des Fernsehprogramms unterbrochen wird, umso mehr wird sich die Aufmerksamkeit auf einzelne wirkungsstarke Momente richten, die aus ihrem Kontext herausgelöst sind – eine Form der Rezeption, die durch die ständigen Werbeeinblendungen im kommerziellen Fernsehen verstärkt wird, weil die Werbung ähnlich organisiert ist oder weil die Versuchung zum »channel surfing« während dieser Zeit besonders groß ist. Da die Sender dies wissen, bauen sie selbst auf eine Dramaturgie des spektakulären Höhepunkts; da der Zuschauer andererseits diese »Wellendramaturgie« mittlerweile kennt, beginnt er die weniger interessanten Stellen seinerseits auszusparen und nutzt sie zur Suche nach spektakulären und ereignisreichen Alternativen in anderen Programmen. Die damit verbundene Dekontextualisierung des Programm-Materials stärkt das Bewußtsein für dessen Zeichenhaftigkeit und dieses Bewußtsein fördert wiederum ein zerstreut-selektives Durchmustern, denn es geht ja nur noch darum, in der endlosen Zeichenflut einige »starke«, eindruckliche Momente zu finden. Das alles macht das Fernsehen zum »postmodernen« Medium par excellence, in dem ein Zeichenstrom ohne Hierarchisierung und Zentrum in endloser Supplementarität zirkuliert und dem Imaginären des Zuschauers immer neue Anknüpfungspunkte bietet.

Mit der Entwicklung vom gedruckten Wort des Romans über das Bild bis zum Siegeszug der populären Musik in den fünfziger und sechziger Jahren und mit der »zentrumlosen« Heterogenität des Fernsehens sind Formen populärer Kultur entstanden, die sich als außerordentlich brauchbar für die Zwecke imaginärer Selbstinszenierung und Selbstermächtigung erwiesen. Das findet seinen Ausdruck in der zunehmenden Herauslösung expressiver und performativer Elemente aus moralischen, sozialen und schließlich auch erzählerischen Kontexten. Damit werden einzelne Elemente verfügbar für Akte der kurzfristigen Besetzung und des expressiv überhöhten

Selbstaushdrucks. Je weiter die Dekontextualisierung geht, desto größer die Möglichkeit, eigene Wünsche, Stimmungen und Gefühle an das ästhetische Objekt zu binden und damit zumindest kurzzeitig gegenstands- und kulturfähig zu machen. Dementsprechend haben sich in der westlichen Kulturgeschichte seit der Befreiung der Ästhetik aus dem Mimesispostulat im 18. Jahrhundert die expressiven Anteile ständig erhöht, und zwar auf Kosten der Integration dieser Anteile in einen moralischen oder sozialen Kontext – und deren Entsprechung, die »klassische«, Zusammenhang stiftende Handlung. Ähnlich hat in der Geschichte der amerikanischen Populärkultur eine Verselbständigung und Ästhetisierung besonders ausdrucks- und erlebnisstarker Elemente wie Sexualität oder Gewalt stattgefunden, die nicht mehr als soziale Regelverletzung erscheinen, sondern zur expressiven Form individueller Selbstverwirklichung geworden sind. Die Klage, daß die heutige populäre Kultur immer exhibitionistischer und gewalttätiger werde und damit asoziales Verhalten verstärke, hat hier ihren Ausgangspunkt.

In diesem Siegeszug von »mood over morals« (Fluck 1994) kommt der Musik eine zentrale Rolle zu. Als das semantisch offenste Medium bietet sie dem Imaginären besondere Entfaltungsspielräume. Die Entwicklung moralischer, narrativer und semantischer Dekontextualisierung und die damit verbundene Steigerung von Expressivität ist innerhalb der populären Musik selbst durch mehrere Entwicklungsschritte vorangetrieben und beschleunigt worden. Vor allem gilt das für die zunehmende Betonung des Rhythmus auf Kosten von Melodie und Harmonie. Die Melodie des traditionellen Schlagers erzählt noch eine Geschichte und versucht, eine Analogie zwischen Text und Melodieführung herzustellen (oder jedenfalls eine solche zu suggerieren). Mit der Verselbständigung des Rhythmus wird diese, wenn auch bereits reduzierte und zumeist rührend banale »Sinnhaftigkeit« von einer Form des »puren«, unmittelbaren Selbstaushdrucks ohne konzeptionelle Einbindung abgelöst. Diese Steigerung expressiver Möglichkeiten erklärt, warum rhythmisch optimierte Formen populärer Musik der Gegenwart zu der »Jugendkultur« und zum weltweit effektivsten Medium populärer Kultur geworden sind.

»Amerikanisierung« wäre dann jedoch nicht mehr ein Begriff für eine offene oder versteckte kulturelle Vereinnahmung, sondern für einen Prozeß fortschreitender Individualisierung, in dem ein immer selbstverständ-

licher werdender Anspruch auf individuelle Selbstverwirklichung die treibende Kraft darstellt. Dieser Prozeß ist in den USA aus einer Reihe von Gründen am weitesten fortgeschritten und hat in der amerikanischen Populärkultur eine überzeugende Artikulationsform gefunden. Eben das macht die amerikanische Populärkultur für andere Gesellschaften und Kulturen so »brauchbar«. Denn im Grunde wird in all jenen Ländern, in denen sie fast widerstandslos Fuß gefaßt hat (zumeist getragen von einer jungen Generation auf der Flucht vor der Tradition), mit der Amerikanisierung der Kultur der Anschluß an einen kulturellen Entwicklungsprozeß hergestellt, der für das Individuum das Versprechen verstärkter Selbstverwirklichung enthält. In diesem Sinne ist kulturelle Amerikanisierung Teil eines Modernisierungsprozesses, wenn auch in einer ganz unerwarteten Form. Natürlich tun Medienkonzerne ihr Bestes, um aus diesem Prozeß Kapital zu schlagen, aber seine Antriebskraft liegt woanders. »Kulturen sind heute zur Modernität verdammt – nicht nur aufgrund ökonomischer Prozesse und einer Logik wachsender Zweckrationalität, sondern aufgrund des Versprechens der Selbstentwicklung und Selbstverwirklichung.« (Tomlinson 1991, S. 141) Die moderne Populärkultur bildet nicht einen beklagenswerten Gegenpol zu diesem Versprechen, sondern eine unvorhergesehene Form seiner Einlösung.

Wenn nun der Prozeß weltweiter kultureller Amerikanisierung nicht primär als eine Form des kulturellen Imperialismus zu verstehen ist, sondern als unvorhergesehene Einlösung des kulturellen Versprechens der Moderne auf individuelle Selbstverwirklichung, dann liegt die These nahe, daß der gegenwärtige globale Einfluß amerikanischer Populärkultur alle Tendenzen globaler Homogenisierung unterlaufen wird, denn er wird zwangsläufig zu einem Prozeß fortlaufender Binnendifferenzierung führen. Der Prozeß der Globalisierung, der zunächst als endgültiger Durchbruch kultureller Standardisierung erscheinen mag, wird diese Standardisierung zugleich auch ständig unterminieren. Dominant wird nicht eine bestimmte nationale Kultur sein, sondern nur noch jener rastlose Individualismus, der täglich nach neuen Möglichkeiten sucht und sich dabei aus einem wachsenden Zeichenfundus bedient. Oder, um es anders auszudrücken: Wir werden nicht amerikanisiert. Wir »amerikanisieren« uns selbst.

Literatur

- Benjamin Barber, *Jihad vs. McWorld. How Globalism and Tribalism Are Reshaping the World*, New York 1995.
- Marshall Berman, *All That Is Solid Melts Into Air. The Experience of Modernism*, London 1983.
- Hans Borchers/Gabriele Kreutzner/Eva-Maria Warth (Hg.), *Never-Ending Stories. American Soap Operas and the Cultural Production of Meaning*, Trier 1994.
- Joana Breidenbach/Ina Zukrigl, *Tanz der Kulturen. Kulturelle Identität in einer globalisierten Welt*, München 1998.
- Monika Elsner/Hans Ulrich Gumbrecht/Thomas Müller/Peter M. Spangenberg, »Zur Kulturgeschichte der Medien«, in: K. Merten/S.J. Schmidt/S. Weischenberg (Hg.), *Die Wirklichkeit der Medien*, Opladen 1994, S. 163-187.
- Winfried Fluck, »Emergence or Collapse of Cultural Hierarchy? American Popular Culture Seen From Abroad«, in: P. Freese/M. Porsche (Hg.), *Popular Culture in the United States*, Essen 1994, S. 49-74.
- Ders., »Close Encounters of the Third Kind: American Popular Culture and European Intellectuals«, in: *American Studies Warsaw University XV* (1997), S. 7-21; repr.: *Annals of Scholarship* 12 (1998), S. 3f. und S. 235-251.
- Ders., »Amerikanisierung der Kultur. Zur Geschichte der amerikanischen Populärkultur«, in: Harald Wenzel (Hg.), *Die Amerikanisierung des Medienalltags*, Frankfurt/M. 1998, S. 13-52.
- Ulf Hannerz, »The World in Creolisation«, in: *Africa* 57:4 (1987), S. 546-559.
- Kaspar Maase, *BRAVO Amerika. Erkundungen zur Jugendkultur der Bundesrepublik in den fünfziger Jahren*, Hamburg 1992.
- John Tomlinson, *Cultural Imperialism*, Baltimore 1991.

Anmerkungen

- 1 Siehe beispielsweise die Arbeiten von Ulf Hannerz sowie von Joana Breidenbach und Ina Zukrigl.
- 2 Der Begriff des Imaginären wird hier somit nicht in psychoanalytischer, sondern phänomenologischer Sicht verstanden, d.h. nicht als Quelle einer Illusion von Ganzheitlichkeit konzipiert, sondern als ungerichteter, unstrukturierter Strom von Vorstellungen und Empfindungen, der zur Repräsentanz drängt. Dieses Begehren nach Artikulation und Repräsentanz kann jedoch nie ganz befriedigt werden, weil jede Gestaltgebung auch eine »Sozialisierung« und damit eine diskursive Zurichtung zum Zweck der Mittelbarkeit darstellt. Die daraus resultierende Nichtidentität zwischen Imaginärem und dessen Repräsentation führt dazu, daß das Imaginäre unser Artikulationsbedürfnis immer wieder neu anstachelt. Die Artikulation eines unstillbaren Begehrens ist Teil dieses Ausdrucksbedürfnisses.
- 3 In mehreren Beiträgen des Bandes *Never-Ending Stories. American Soap Operas and the Cultural Production of Meaning* (Borchers/Kreutzner/Warth 1994) wird daher das Genre der Soap Opera in seiner erzählerischen Offenheit und »endlosen Kontinuität« zum paradigmatischen Medium des heutigen Fernsehens. Inzwischen wäre sicher auch die Talk-Show ein ernstzunehmender Kandidat.
- 4 Im Grunde begann sie bereits mit der Einführung eines zweiten Programms: »Ein wichtiger Schritt weg von der Vorstellung der einen Weltwirklichkeit [...] hin zu einer Tendenz der Aufspaltung des Welterlebens war erreicht mit der Einführung eines zweiten, zeitlich parallel sendenden Fernsehprogramms. Seitdem haben sich auch die vom Fernsehen vermittelten Weltbilder vervielfältigt: »die eine Welt«, wie sie sich dem in gespannter Erwartung im Wohnzimmer versammelten Fernsehpublikum der 50er Jahre darbot, ist für den Zuschauer zu Beginn der 90er Jahre, der mit der Fernbedienung zwischen vielen Programmen hin und her springen kann, schon längst zu unzähligen »Weltsplütern« zersprungen.« (Elsner e.a. 1994, S. 187)
- 5 Ein durchschnittliches Kabelangebot in den USA hat gegenwärtig zwischen 50 und 70 Programme, in den Ballungszentren New York und Los Angeles bereits wesentlich mehr.

Transit wird herausgegeben am Institut für die Wissenschaften vom Menschen (IWM) in Wien und erscheint im Verlag Neue Kritik, Frankfurt am Main.

Herausgeber: Krzysztof Michalski (Wien/Boston).

Mitherausgeber dieses Heftes: Janos Matyas Kovacs (Budapest/Wien) und Claus Leggewie (Gießen).

Redaktion: Klaus Nellen (Wien).

Redaktionsassistent: Gudrun Salmhofer.

Redaktionskomitee: Jan Blonski (Krakau), Peter Demetz (New Haven), Timothy Garton Ash (Oxford), Jacqueline Hénard (Paris), Tony Judt (New York), Otto Kallscheuer (Sassari), Cornelia Klinger (Wien), Janos Matyas Kovacs (Budapest/Wien), Jacques Rupnik (Paris), Aleksander Smolar (Warschau/Paris), Josef Wais (Wien, Photographie).

Beirat: Lord Dahrendorf (London), Bronislaw Geremek (Warschau), Elemer Hankiss (Budapest), Petr Pithart (Prag), Fritz Stern (New York).

Redaktionsanschrift: Transit, Institut für die Wissenschaften vom Menschen, Spittelauer Lände 3, A-1090 Wien, Telefon (+431) 31358-0, Fax (+431) 31358-30.

E-mail: transit@iwm.at

Home Page: www.univie.ac.at/iwm/

Unverlangte Einsendungen können nicht in jedem Fall beantwortet werden.

Anzeigenpreisliste wird auf Wunsch zugesandt.

Transit erscheint zweimal im Jahr. Jedes Heft kostet 20,00 DM. Transit kann im Abonnement zu DM 18,00 pro Heft (in BRD und Österreich portofrei) über den Verlag bezogen werden.

Verlagsanschrift: Verlag Neue Kritik, Kettenhofweg 53, D-60325 Frankfurt/Main, Telefon (069) 72 75 76, Fax (069) 72 65 85.

Herausgeber und Redaktion danken der *Europäischen Kulturstiftung*, Amsterdam, für die Unterstützung des IWM-Workshop *Politics of Culture: East and West*, aus dem eine Reihe von Beiträgen in diesem Heft hervorgegangen sind. Unser Dank gilt auch der *Gruppe Wissenschaft* im Magistrat der Stadt Wien, MA 18 *Stadtentwicklung und Stadtplanung*, für die freundliche Förderung von Abonnements in Osteuropa.

CIP-Titelaufnahme der Deutschen Bibliothek

Transit: europäische Revue / hrsg. am Institut für die Wissenschaften vom Menschen (IWM) in Wien. Frankfurt am Main: Verl. Neue Kritik

Erscheint zweimal jährlich. - Aufnahme nach 1 (1990)

ISSN 0938-2062 / ISBN 3-8015-0339-9

Transit is regularly listed in the *International Current Awareness Services*. Selected material is indexed in the *International Bibliography of the Social Sciences*.
1999 für sämtliche Texte und deren Übersetzungen Transit/IWM, für diese Ausgabe Verlag Neue Kritik Frankfurt/Main.

Druck: Druckerei Optima, Ljubljana, Slowenien

Transit 17 (Sommer 1999)

Kultur Politik Globalisierung

Claus Leggewie und AG SPoKK Kulturen der Welt – WeltKultur? Zur Einführung	3
Joana Breidenbach und Ina Zukrigl Im Prisma des Lokalen Die Dynamik der kulturellen Globalisierung	12
Janos Matyas Kovacs Turbulenzen im Vakuum Anmerkungen zur kulturellen Globalisierung in Osteuropa	33
George Schöpflin Globalisierung und Identität Gehört die Zukunft dem Ethnischen?	46
Winfried Fluck Amerikanisierung und Modernisierung	55
Kaspar Maase Diagnose: Amerikanisierung Zur Geschichte eines Deutungsmusters	72
Erik Meyer Techno Sounds und Szenen zwischen Lokalkolorit und Globalkultur	90
Mandana Eibegger Flex Relais. Photographien	97-104
Udo Göttlich und Jörg-Uwe Nieland Politik in der Pop-Arena Neue Formen der Politikvermittlung	110
Pal Nyiri Transnationale Gemeinschaften Die neue chinesische Emigration nach Ungarn	124
Felix Philipp Ingold In Extremis Kulturwandel in Rußland	136