

# Editorial

## Der Süden im Bilde

Wie in keiner anderen Epoche sind im Kontext der aktuellen Globalisierungsprozesse Erfahrungen, Wissen, Weltbilder massenmedial und kulturindustriell vermittelt. Bilder strukturieren in einem Ausmaß Wirklichkeit, dass nach dem *linguistic turn* bereits von einem *visual turn* in den Geistes- und Sozialwissenschaften gesprochen wird. Konstruktion und Wahrnehmung (globaler) Weltbilder und Inszenierung (identitäts-)politischer Konflikte sind von postkolonialen Machtstrukturen durchzogen. Der Zugang zu Mitteln der Kulturproduktion und -distribution regelt nicht nur Partizipations- und Gestaltungspotenziale sozialer Gruppen; die aktuellen medientechnologischen Umbrüche verändern zudem Vorstellungen von öffentlichem Raum und identitären Gemeinschaften. Es kommt zur fortschreitenden Transnationalisierung, der Ausbildung von globalen *consumer identities* und kosmopolitischen Identitäten. Neben globalen Zusammenhängen ist auch die Erfahrung urbaner lokaler Räume zunehmend medial vermittelt.

Die Produktion dieser Bilder ist größtenteils warenförmig. Die Ressource Kultur wird von multinationalen Medienkonzernen, aber auch von findigen kleinen, lokalen Produzenten vermarktet. Es kommt zu einem Paradox: Einerseits ist die Produktion von Nachrichten, Filmen und Musik weltweit bei immer weniger Konzernen in den USA, Westeuropa und Japan konzentriert, die sowohl die technische Seite wie die Inhalte kontrollieren. Nur einige Kulturindustrien der Peripherie haben regionale und Nischenmärkte besetzen können, wie Indiens Bollywood, Nigerias Nollywood und die Telenovelas aus Mexiko, Brasilien und Kolumbien. Andererseits eröffnen die neuen digitalen Medien und Distributionskanäle, allen voran das Internet, neue Möglichkeiten: Viele kleine Gruppen und Einzelpersonen können, eigene, oft auch banale Inhalte ebenso wie Gegeninformationen schnell weltweit verbreiten und globale Netzwerke von Gleichgesinnten aufbauen oder mit preiswerten Videokameras und Schnittcomputern hergestellte *no-* und *low-budget*-Produktionen über das Internet und DVD-Straßenhändler verbreiten. Sie gelangen sogar auf internationale Filmfestivals.

Neben der weiterhin tiefen *digital divide* steht so eine Ausweitung medialer Produktions- und Partizipationsmöglichkeiten. Im Internet gibt es über Plattformen wie *Youtube* einen Boom autoethnographischer Repräsentationen, die mit relativ geringem technologischem Aufwand auch von Akteuren aus der „Dritten Welt“ genutzt werden. Doch sind Gratisdienste wie *Youtube* im

Besitz von Großkonzernen. Nichtkommerzielle Alternativen wie *Indymedia* werden marginalisiert.

Wo sich wie in Indien, Argentinien, Mexiko oder Brasilien eine regionale Kulturproduktion gehalten hat, orientiert sich diese zunehmend auf globale Zusammenhänge. In der Musikindustrie begann in den 1980er Jahren unter dem Stichwort „world music“ ein Paradigmenwechsel in der weltweiten Vermarktung lokaler Traditionen. Während Folklore noch versprach, die Zuhörenden mit exotischen Klängen authentisch in fremde Kulturen zu entführen, bringt *world music* lokale Tonfolgen in das Format marktgängiger Musikgenres, die universell verankert und von westlichen Hörgewohnheiten geprägt sind. Dies setzt sich beim Film fort: War in der Hochzeit des „Neuen Lateinamerikanischen Kinos“ (1960er bis 1980er Jahre) Film überwiegend ein Mittel der Reflexion und Agitation in lokalen und regionalen sozialen Kämpfen, so setzen lateinamerikanische Produzenten seit den 1990er Jahren zunehmend auf internationale Koproduktionen, die durch die Verbindung von Genrekino und Lokalkolorit weltweit einen Markt finden. Auch „Bollywood“ ist im Westen längst zu einer Marke für exotische Kitsch-Musical-Filme geworden, die weit über die Herkunftsregion hinaus Verbreitung finden. Quer durch Regionen und Kulturen werden Erfahrungen lokal assimiliert und in neue Sinnzusammenhänge gestellt – etwa in der Resonanz stark hinduistisch geprägter Bollywood-Love-Stories im muslimischen Norden Nigerias. Gleichzeitig regen derartige Exportproduktionen vielerorts oft unter Nutzung der Videotechnik zur Entwicklung eines eigenständigen, lokalen Filmschaffens an, das den internationalen Produzenten ernsthaft Konkurrenz macht.

Bilderproduktion ist auch politisch, wie sich in den Transformationsprozessen in Venezuela, Ecuador und Bolivien zeigt. So wird die Auseinandersetzung zwischen der Opposition und Präsident Hugo Chavez in Venezuela größtenteils über das Fernsehen ausgetragen, von wöchentlichen Sendungen des Präsidenten bis zum Einsatz des Fernsehens während des gescheiterten Putsches 2002. Hier ordnet sich die Kontroverse um die Vergabe einer bisher privaten Sendelizenz an einen öffentlich-rechtlichen Sender ein.

Auch im Transformationsprozess in Bolivien spielen die Medien eine zentrale Rolle. So verband UNDP Bolivien eine wissenschaftliche Studie zur Politikberatung („Der Zustand des Staates“) mit einer aufwändigen kulturpolitischen Kampagne, u.a. mit Fernsehserie, Radioprogramm und Dokumentarfilm. *Olaf Kaltmeier* und *Sebastian Thies* untersuchen vergleichend die Studie und den Dokumentarfilm. Film wie Studie stellen als bolivianische Identität einen konsensuellen, multi-kulturellen Gemeinsinn vor. So präsentieren sie sich als nationale Produkte bolivianischer AutorInnen. Doch bleibt so unerklärlich, wie der vermeintliche Gemeinsinn neben dem alltäglichen Rassismus besteht oder dass weder indigene Intellektuelle zu Wort kommen noch Konzepte der indigenen

Philosophie aufgegriffen werden. Der Verdacht liegt nahe, dass hier eine weiße/mestizische intellektuelle Mittelklasse versucht, ihren schwindenden Einfluss gegenüber dem politischen Projekt von Evo Morales und der MAS-Partei zu stärken. Der Vergleich zeigt die medienspezifischen Differenzen zwischen Studie und Dokumentation sowie die Übersetzungsprozesse auf, die dem Film einen offeneren und widersprüchlicheren Charakter verleihen als der Studie.

Ungeachtet der Bedeutung medialer Vermittlung für moderne Kriegsführung sind Kriege keine „Medienkriege“, sondern vernichten nach wie vor höchst real Menschen und deren Lebensgrundlagen. Doch nicht nur ins Kriegsgeschehen selbst, auch in die „Nachbereitung“ von Kriegen wird zunehmend mit Filmen eingegriffen. *Marie-Hélène Gutberlet* untersucht dies am Fall des Genozids in Ruanda. Für das Massaker spielten übers Radio verbreitete Hetzreden eine wesentliche Rolle, während die ins Ausland dringenden Bilder und Berichte vom Genozid den Westen nicht zu einem Eingreifen bewegten. Dieser Genozid ist seither nicht nur ein traumatisch besetztes Thema in Ruanda selbst, sondern steht weltweit für das Versagen der internationalen Staatengemeinschaft. Gutberlet versteht ihn daher als transnationales Medienereignis, das sich nicht als internes afrikanisches Problem abtun lässt. Dennoch schreiben sich die internationalen Produktions- und Distributionsverhältnisse ebenso wie die verschiedenen Perspektiven und der postkoloniale Blick in die Filme aus Afrika, Europa und Nordamerika ein. Filmproduktion ist in diesem Kontext nicht nur eine Frage handwerklichen Könnens, sondern auch der ethischen Positionierung und kann im idealen Fall nicht nur zur Bearbeitung der Traumata beitragen, sondern auch zu einer Kritik der kolonialen und postkolonialen Hegemonialstrukturen. Es geht daher auch um die Einsatzweise von „Transmittern“ wie Fotografien, Radiosendungen, Zeitzeugen usw.

Transnational agierende NGOs haben einen „mediengerechten“ Aktionismus etabliert, um eigenen Themen massenwirksam Geltung zu verschaffen. *Anne Jung* nimmt den Versuch auf, mit dem Film *BLOOD DIAMOND* das blutige, Kriege anheizende Geschäft mit Rohdiamanten aus Krisenregionen in das öffentliche Bewusstsein gut betuchter KonsumentInnen zu rücken. Handlung und Figurendarstellung entsprechen Hollywood-Konventionen; dennoch ist den FilmautorInnen eine durchaus differenzierte Darstellung gelungen. Die Interessen der Kampagne gegen „Blutdiamanten“ und der Produzenten und SchauspielerInnen an kommerziellem Erfolg wie an einem moralischen Ertrag flossen dabei zusammen. Dennoch hatte die Wirkung des Films enge Grenzen: Nach langer Vorlaufzeit kam er erst auf den Markt, als das Thema bereits nicht mehr im Zentrum öffentlicher Aufmerksamkeit stand und Verträge über einen Ethik-Code des Diamantenhandels abgeschlossen waren.

Im Spannungsfeld der globalen Bilderproduktion und deren lokaler Aneignung geschieht die Verbreitung von Bildern von Osama Bin Laden in Nigeria,

die *Matthias Krings* untersucht. Das weltweit medial inszenierte Bild von Bin Laden als muslimischer Erzfeind des christlichen Abendlandes und Gegenspieler George W. Bushs verwandelt ersteren für viele Muslime in eine Ikone des guten, nicht korrupten muslimischen Herrschers; dieses Gegenbild wird im lokalen Kontext aufgegriffen: Lokale Medienproduzenten laden aus dem Internet Bilder und Schlagzeilen, aus denen sie Text-Bild-Tableaus erstellen und zum Verkauf anbieten. Die im muslimischen Norden des Landes zirkulierenden Osama-Bilder schaffen ein Gefühl der Zugehörigkeit zur weltweiten Gemeinschaft der Muslime und richten sich sowohl gegen die eigene korrupte muslimische Elite als auch gegen die vermeintliche Bedrohung der Sitten und gegen die Dominanz durch die Christen aus dem Süden Nigerias. Nur so lässt sich die erstaunliche Ikonisierung Bin Ladens erklären, die für Nordnigeria nichts weniger als eine radikale Transformation der visuellen Öffentlichkeit in Richtung auf „Facialisierung“ bedeutet.

Bei aller Bruchstückhaftigkeit machen, so hoffen wir, die Beiträge in ihrer Gesamtheit die Vielfalt visueller Praxen deutlich und veranschaulichen das Erkenntnispotential genauen Hinsehens im Umgang mit Bildern.

In einem kurzen Diskussionsbeitrag untersucht *Peter Wahl* die Bedeutung der aktuellen Finanzkrise für die „Dritte Welt“. Gerade arme Länder, obwohl nicht direkt in die Mechanismen des Finanzkapitalismus involviert, erweisen sich als besonders verwundbar. Auch Schwellenländer trifft die Krise schwer. Wahl erläutert die Mechanismen, über die sich die Krise auf die „Dritte Welt“ überträgt.

Da wir den Erscheinungsrhythmus der Ausgaben geändert haben, eröffnen wir den 29. Jahrgang mit einem Einzelheft. Es folgen im Sommer eine Doppelausgabe über „Sozialpolitik global“ (Nr. 114/115) sowie im Herbst eine Einzelausgabe über „Besatzungsregime“ (Nr. 116). Die *Calls for Papers* für diese Hefte ebenso wie für die erste Ausgabe des 30. Jahrgangs „Fußball peripher“ finden sich wie immer auf unserer Homepage.

Leider mussten wir den Ladenpreis der Ausgaben den gestiegenen Kosten anpassen: Einzelhefte kosten nun 10,50 €, Doppelhefte 21,00 €; der Preis des Abonnements bleibt unverändert bei 30,10 € (Preise jeweils zzgl. Versandkosten).

Für unsere weitgehend ehrenamtliche Arbeit sind wir auch weiterhin auf die Beiträge der Mitglieder der *Wissenschaftlichen Vereinigung für Entwicklungstheorie und Entwicklungspolitik (WVEE) e. V.*, die die *PERIPHERIE* herausgibt, und auf Spenden angewiesen. Wir freuen uns daher über neue Vereinsmitglieder ebenso wie über einmalige Spenden. Um die Resonanz der so wichtigen Kritik aktueller Tendenzen in der internationalen Politik zu verbessern, sind wir auch für neue AbonnentInnen sehr dankbar. Alle WVEE-Mitglieder und LeserInnen sind daher herzlich eingeladen, unsere Zeitschrift noch bekannter zu machen.