

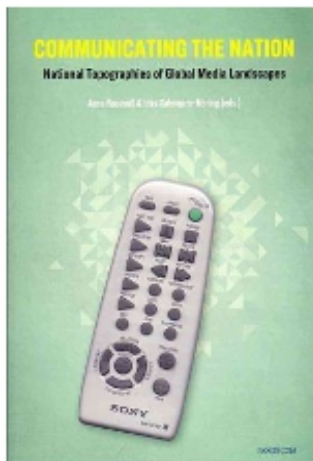
rezensionen:kommunikation:medie n

Rezensionen aus den Bereichen Kommunikation und Medien

Medien der Nation

Redaktion · Samstag den 2. Februar 2013

Rezensiert von *Christoph Raetzsch*



Zu Ironie der Geschichte gehört, dass nach ihrem von Francis Fukuyama postulierten Ende (1992) die Nation als geschichtlicher Akteur wichtiger denn je geworden ist. Obwohl Fukuyama mehr Schelte als Lob für seine Thesen erntete, bleibt doch festzuhalten, dass nationale Identität in Zeiten globalisierter Güter- und Risikoverteilung der ständigen Mobilisierung bedarf. Die Nation kann sich, mit wenigen Ausnahmen, vielerorts nicht mehr auf jene naturalisierte Selbstverständlichkeit berufen, mit der sie aus den Umwälzungen des 18. und 19. Jahrhunderts als neue soziale und politische Organisationsform hervortrat (vgl. Vormann 2012). Ausgehend von Benedict Andersons Studie *Imagined Communities* (1983) ist sowohl in der Politikwissenschaft als auch in der Journalismusforschung die

Rolle der (Massen-) Medien für die Konstitution nationaler Identitäten fester Bestandteil der Forschungsliteratur geworden. Allerdings tritt mit der zunehmenden globalen Präsenz medial vermittelter Nationenbilder nicht nur eine Erosion, sondern auch eine Erstarkung jener partikularen Identitäten hervor, die wiederum durch mediale Strategien entweder befördert oder revidiert werden.

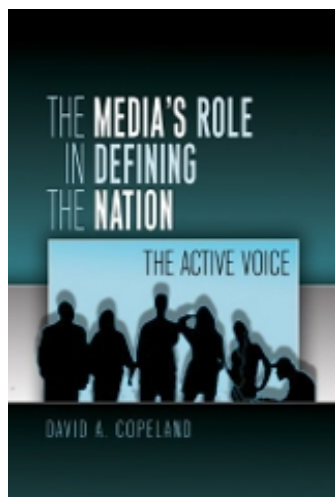
Mit den oft widersprüchlichen Vereinnahmungen der Nation für die Schaffung und Abgrenzung von Identitäten im globalen Kontext setzt sich ein sehr gelungener Sammelband auseinander, der von Anna Roosvall und Inka Salovaara-Moring beim Göteborger Nordicom-Zentrum herausgegeben wurde. Unter dem treffenden Titel *Communicating the Nation* heben die Autoren hervor, wie in individualistischen Gesellschaften jene gemeinschaftsstiftende Funktion der Nation stets durch kommunikative Rituale, Erinnerungen und Identitätszuschreibungen hergestellt werden muss. Dabei kann als ein Ergebnis bereits vorweggenommen werden, dass die Nation, wenn auch nur als Diskurs, wichtiger denn je für die Vergewisserung einer Position geworden ist, die in ihrer scheinbaren Stabilität die Ungewissheiten der globalisierten Risikogesellschaft auffängt. Der Band versucht damit die Nation als “wesentliche soziale Kategorie” (9) aufzufassen, die bislang in Betrachtungen der globalisierten Mediengesellschaft oft übergangen wird.

Für die Schaffung nationaler Identitäten in globalisierten Zusammenhängen sind dabei insbesondere Nostalgie und Erinnerung von großer Bedeutung, mobilisieren sie doch genau jene

Affekte von Zusammengehörigkeit, die sich in der individualistischen Gesellschaft nicht mehr so selbstverständlich finden lassen (vgl. den Beitrag von Chouliaraki, 59-77). Britta Timm Knudsen stellt dies exemplarisch an der dänischen TV-Saga *Krøniken* ("Bessere Zeiten") dar, die als "post-national celebration of the nation in a nostalgic mode" (54) die Gründungszeit des dänischen Wohlfahrtsstaates als Kontrast zur globalisierten Gegenwart inszeniert. Einen ähnlichen Befund liefert Ivan Zassoursky in seinem Beitrag zur medialen Erneuerung der "imperialen Pracht" im post-kommunistischen Russland der Gegenwart. Inka Salovaara-Moring analysiert wie die Zeit des Kommunismus in den früheren Ostblockstaaten journalistisch als "topographies of stolen time" (106f.) und "topographies of stolen space" (110f.) bewertet wurde, und so die Suche nach vor-kommunistischen Gesellschafts- und Öffentlichkeitsbildern motivierte.

Dass Nationen mithin nicht nur auf politischer sondern auch auf ökonomischer Ebene im Wettbewerb stehen, stellen Anu Kantola am Beispiel Finnlands und Göran Bolin/Per Ståhlberg am Beispiel Estlands und Indiens heraus. Bolin und Ståhlberg konzentrieren sich dabei auf die Gestaltung der Nation als Marke, die im globalisierten Wettbewerb als renditebringende Umgebung unternehmerischer Innovation positioniert wird. Für Werbeagenturen sind nationale Eigenschaften letztlich nur Distinktionsmerkmale, die die Nation als Ware global unterscheidbar machen soll: "The consultancies that create nation brands are not particularly interested in building social solidarity. Their aim is not to produce communities but rather commodities. Nationalists were obsessed with 'us', whereas the brand consultancies are more concerned with convincing 'the other'" (95).

Das Wechselspiel zwischen der Konstruktion nationaler Gemeinschaft in den Medien und der Bezugnahme der Medien auf nationale Idiome tritt insbesondere in Krisenzeiten in den Vordergrund. Seien es die gegenwärtigen nationalstaatlichen Konflikte zur Zukunft der Eurozone oder die Antwort der Vereinigten Staaten auf die Anschläge des 11. September 2001: Die Reduzierung komplexer Vorgänge auf nationalstaatliche Akteure macht Krisen kompatibel zu den schematischen Darstellungsformen der Massenmedien. So stellt Toby Miller in seinem Beitrag dar, wie Computerspiele, TV-Serien und Filme vom Pentagon als Mittel der Propaganda – oder 'soft power' – benutzt werden, um populäre Unterstützung für eine Außenpolitik militärischer Stärke zu gewinnen. Insbesondere nach dem 11. September wurden Hollywood Filme, TV-Serien wie *24* oder Computerspiele wie *America's Army* gezielt eingesetzt, um die Kriege im Irak und in Afghanistan im Namen der Freiheit national zu rechtfertigen. Andrew Calabrese kritisiert, dass der US-amerikanische Journalismus zur Rechtfertigung des 'War on Terror' ebenso seinen Teil beigetragen hat, indem er die von der Regierung postulierte Agenda eines Feldzuges im Namen der Freiheit oft kritiklos übernahm.



Diese Instrumentalisierung des Journalismus für Propagandazwecke hätte dem Autor von *The Media's Role in Defining the Nation* eigentlich ein warnendes Beispiel sein müssen. Jene "aktive Stimme", die David A. Copeland dem US-amerikanischen Journalismus versucht historisch nachzuweisen, war in jenem Moment seltsam homogen und meist zu leise um ihrem demokratischen Auftrag gerecht zu werden. Erschienen als fünfter Band der von Copeland herausgegebenen Serie *Mediating American History*, versucht der Autor ausgehend von der Kolonialzeit eine kurze Pressegeschichte zu entwerfen, die die Presse als Instrument der gesellschaftlichen Willensbildung und nationalen Selbstvergewisserung in den Fokus nimmt. Dabei ist eine Abhandlung herausgekommen, in der nochmals dokumentiert wird,

welche prominenten Akteure der Politik und Presse es mit welchen Themen schafften, nationale Aufmerksamkeit zu erlangen (vgl. Mott 1962; Emery/Emery 1954).

Es verwundert nicht, dass Copeland der Kolonialzeit eine so wichtige Bedeutung zumisst, formulierte doch die junge Nation ihren Protest gegen die Besteuerung von Druckpapier auf Handzetteln und Pamphleten, und machte so aus einer journalistischen Unternehmung einen Akt politischer Emanzipation (vgl. Starr 2004). Zum damaligen Zeitpunkt war es tatsächlich jene “active voice of the people” (viii), die die Politik bestimmte. Im Zuge der Berichterstattung zum ‘War on Terror’ mehr als zweihundert Jahre später erhoben aber nun Blogger und Netzaktivisten ihre Stimme — gegen die Meinungshomogenität der Medien! Zwar streift Copeland die auf Empathie gerichtete Berichterstattung zum 11. September 2001 und dem Hurrikan Katrina, lässt aber die durchaus zweifelhafte Komplizenschaft der Medien mit der nationalen Agenda der Bush-Regierung fast gänzlich unbeachtet. Gerade aber dieser Sachverhalt stellt die These des Buches auf den Kopf. Statt nachzuvollziehen, welche Themen und Akteure durch die Jahrhunderte den nationalen Diskurs prägten, müsste Copeland hier eine gänzlich andere Genealogie politisch einflussreichen Journalismus’ finden.

Spätestens seit Ende des 19. Jahrhunderts war die nationale Verbreitung von Ideen, seien sie politisch brisant oder kulturell stilbildend, an die Schaffung marktgängiger, populärer Medienformen gebunden. Für das Einwanderungsland USA war Medienkonsum dabei stets auch sozialisierende Instanz, in der politische Ideen nicht allein um ihres universellen Anspruches willen populär wurden, sondern weil die Art ihrer Darstellung selbst stets auf Gewinn von Popularität ausgerichtet war. Diesen Zusammenhang lässt Copeland gänzlich unbeachtet. In seiner Auswahl von Beispielen bleibt er sehr konventionell und orientiert sich an den einschlägigen Ereignissen der amerikanischen Pressegeschichte, wie dem Bürgerkrieg, den [Muckrakers](#) und dem investigativem Journalismus der 1970er Jahre. Die sehr ausführliche Darstellung des Pressewesens der Gründungszeit lässt dabei auf ein beeindruckendes Quellenstudium schließen und bietet sicher für den Journalismushistoriker noch einige interessante Fundstücke.

In weiten Teilen liest sich *The Media’s Role in Defining the Nation* allerdings wie eine Ehrenrettung für eine Profession, die bereits Ende der 1990er Jahre am “Ende einer Ära” angekommen war (Wilhoit/Weaver 1996). Copeland versucht aus der Pluralisierung der Medien in der Gegenwart heraus, retrospektiv den Journalismus als wichtige demokratische Instanz zu verteidigen. Allerdings bleiben seine Beispiele und Argumentation vor allem für die Neuzeit so sporadisch, dass Copeland die radikale Neubewertung journalistischer Arbeit in der Netzwerkgesellschaft schlicht ignoriert.

Das Buch empfiehlt sich als eine profunde und dabei konzise historische Einführung in die Pressegeschichte der USA, die aufgrund ihrer überschaubaren Kapitellänge und vielen Anmerkungen auch dem Anfänger viele Anknüpfungspunkte für das vertiefende Studium bietet. Allerdings schafft es Copeland nicht, sein Anliegen im Kontext z. B. des ‘citizen journalism’ zu verorten, in dem bereits eine durchaus plausible Genealogie alternativer Medienformen vom Pamphlet zu Blogs und anderen Nischenmedien existiert (vgl. Barlow 2008). Seine Bezugnahme auf die Nation scheint eine schwache Geste in Richtung einer vergangenen Tradition zu sein.

Literatur

- Anderson, B. R.: *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Revised ed., London [Verso] 2006 [Orig. 1983]

- Barlow, A.: *Blogging America. The New Public Sphere*. Westport, CN. [Praeger] 2008
- Emery, E.; M. C. Emery: *The Press and America. An Interpretative History of Journalism*. New York [Prentice Hall] 1954
- Fukuyama, F.: *The End of History and the Last Man*. New York [Free Press] 1992
- Mott, F. L.: *American Journalism. A History: 1690-1960*. New York [MacMillan] 1962
- Starr, P.: *The Creation of the Media. Political Origins of Modern Communications*. New York [Basic Books] 2004
- Vormann, B.: *Zwischen 'Alter' und 'Neuer Welt'. Nationenbildung im transatlantischen Raum*. Heidelberg [Synchron] 2012
- Weaver, D. H.; G. C. Wilhoit: *The American Journalist in the 1990s. U.S. News People at the End of an Era*. Mahwah, N.J. [Erlbaum] 1996

Links:

- Verlagsinformationen zu *Communicating the Nation*
- [Webpräsenz von Anna Roosvall an der Örebro University](#)
- [Webpräsenz von Inka Salovaara-Moring](#)
- Verlagsinformationen zu *The Media's Role in Defining the Nation*
- [Webpräsenz von David A. Copeland an der Elon University](#)
- [Private Homepage von Dr. Christoph Raetzsch](#)

Dieser Beitrag wurde publiziert am Samstag den 2. Februar 2013 um 12:38
in der Kategorie: [Sammelrezension](#).

Kommentare können über den [Kommentar \(RSS\)](#) Feed verfolgt werden.
Kommentare und Pings sind momentan geschlossen.