

Christian Ritter

Postmigrantische Balkanbilder

Ästhetische Praxis und
digitale Kommunikation
im jugendkulturellen Alltag

»»» Kulturwissenschaftliche
Technikforschung



Kulturwissenschaftliche Technikforschung,
herausgegeben von Thomas Hengartner

Band 8

Christian Ritter

Postmigrantische Balkanbilder

**Ästhetische Praxis und digitale Kommunikation
im jugendkulturellen Alltag**

CHRONOS

Publiziert mit Unterstützung des Schweizerischen Nationalfonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung.

Dissertation zur Erlangung des akademischen Grades eines Doktors der Philosophie (Dr. phil.). Kunsthochschule für Medien Köln, Bereich Kunst- und Medienwissenschaften. Erstgutachter: Prof. Dr. Hans Ulrich Reck, Kunsthochschule für Medien Köln. Zweitgutachter: Prof. Dr. Thomas Hengartner, Collegium Helveticum von ETH Zürich, Universität Zürich und Zürcher Hochschule der Künste. Verteidigt am 28. 11. 2016.

Die in der Publikation verwendeten Quellen wurden im Rahmen einer wissenschaftlichen Studie erhoben. Ihre Veröffentlichung erfolgt zu ausschliesslich wissenschaftlichen Zwecken.



Kunsthochschule
für Medien Köln
Academy of
Media Arts Cologne



Informationen zum Verlagsprogramm:
www.chronos-verlag.ch

Umschlagfoto: www.facebook.com/albaner.albania

© 2018 Chronos Verlag, Zürich
Print: ISBN 978-3-0340-1416-8
E-Book (PDF): DOI 10.33057/chronos.1416

Inhalt

Einleitung	7
Einstieg ins Thema	7
Theoretische Rahmung	10
Forschungsfeld und Untersuchungsgegenstand	25
Methodische Überlegungen	30
Aufbau des Buches	35
1 Ethnizität als Stellvertretercode	37
Balkanmigration und die postmigrantische Schweiz	37
Problematisierung und Diskursivierung des Balkans	40
Ethnizität als Stellvertretercode	45
Anrufung und Umdeutung ethnischer Identität	46
2 Intermedialität im postmigrantischen Alltag	53
Translokale Kommunikation als postmigrantische Erfahrung	53
«Ich schaue eigentlich in beide Richtungen»:	
Transkulturelle Medienrezeption als Ressource	58
Zirkulierende Symbole im jugendkulturellen Alltag	63
Intermedialität und Transkulturalität	71
3 Aneignung nationaler Symbole	77
«Textual poaching» im digitalen Zeitalter	77
Kontext: Nationale Symbole im Alltag	81
Objekte materieller Kultur	82
Das Echo der jugoslawischen Desintegration	88
Populärkulturelle Überformung	91
«Schweizer Stars jubeln auf Albanisch»: Nationale Symbole in der Öffentlichkeit	98
Jugendkulturelle Überformung	105
Ästhetik der Militanz	112
«Shine Ya Light»:	
Populär- und alltagskulturelle Codierungen albanischer Identität	118

4	Flagge, Körper, Bild	125
	Fotografische Selbstdarstellung und digitalisierte Kommunikation	125
	Flaggenselfies	134
	Die Landesflagge küssen	141
	«Nationalstolz» als Differenzen überwindende Praxis?	146
	Augenbilder	149
5	Balkanbilder	157
	Medienamateure zwischen Hegemonie und Widerständigkeit	157
	Kontext: Die Facebook-Seite «Ich liebe den Balkan»	162
	Balkan-Memes	163
	Orientalisierung postmigrantischer Alltagskultur	165
	«50 Shades of Pite»: Esswaren als fotografisches Motiv	169
	Technikerzählungen	173
	Soziale Rollen und Konflikte	176
	«Balkan-Heritage» und Nationalgeschichte	180
	Urlaub versus Alltagsleben	187
	Orte und Grenzen	191
6	«Balkan-Style»	199
	Ethnisierung als jugendkulturelle Praxis	199
	«Balkan-Reality»: Ethnizität und sozialer Status im Nightlife	206
	Do-it-yourself-Glamour	216
	Sex & Crime als transnationales Narrativ	220
	Schluss	233
	Zusammenfassung	234
	Ausblick	237
	Literatur	243
	Quellen	256
	Abbildungen	261
	Dank	265

Einleitung

Dieses Buch befasst sich mit der Konstruktion und Verhandlung von «Ethnizität» im transkulturellen Europa und deren Hinterlegung durch digitalisierte Kommunikations- und Kameratechnik. Im Zentrum stehen die (inter)medialen und interaktiven Praktiken des «doing ethnicity»¹ von Jugendlichen und jungen Erwachsenen, deren Eltern aus den Nachfolgestaaten des ehemaligen Jugoslawiens ins deutschsprachige Europa ausgewandert sind. Aufgrund der besonderen demografischen Situation sowie der gesellschaftspolitischen Debatten um «kulturelle Identität»² von Personen aus den westlichen Balkanstaaten hat die Studie die Schweiz als Ausgangspunkt, sie ist aber nicht auf diese beschränkt. Vielmehr wird den «Flugbahnen» der «global zirkulierenden Artefakte, Sinnangebote und Identitätsentwürfe»³ gefolgt, die sich zwischen verschiedenen sozialen, diskursiven, technisch-medialen wie auch räumlichen und geografischen Kontexten bewegen und diese miteinander verbinden. Die Untersuchung erfolgt aus der Perspektive kulturwissenschaftlicher Alltags- und Medienforschung und ist situiert an der Schnittstelle von Empirischer Kulturwissenschaft/Europäischer Ethnologie und Medienwissenschaft. Die Arbeit soll einen Beitrag leisten zu einem besseren Verständnis des Zusammenhangs von Digitalität, Transkulturalität und visueller Kultur im postmigrantischen Alltag. Darüber hinaus geht es darum, exemplarische Aspekte des soziotechnischen und soziokulturellen Wandels in ihrer alltagskulturellen Dimension zu beschreiben und zu verstehen.

Einstieg ins Thema

Wie die digitalisierte Kommunikations- und Kameratechnik an der jugendkulturellen Konstruktion von Ethnizität beteiligt ist, verdeutlicht ein erstes Beispiel aus der ethnografischen Recherche. Es handelt sich um ein Bild, das in der Frühphase der Studie im Jahr 2010 auf der Social-Networking-Site

1 Zum Begriff «doing ethnicity» vgl. S. 48 f.

2 «Identität» wird in der vorliegenden Publikation als ein diskursiver Begriff verstanden, dessen Prozesshaftigkeit selbst Gegenstand der Analyse ist. Dies betrifft insbesondere hegemoniale Vorstellungen einer kulturellen, ethnischen oder nationalen Identität. Für eine bessere Lesbarkeit wird darauf verzichtet, die Begriffe durchgängig durch Anführungsstriche auszuzeichnen.

3 Gisela Welz: Moving Targets. Feldforschung unter Mobilitätsdruck, in: Zeitschrift für Volkskunde, 94 (1998), S. 117–194, hier S. 189.

Netlog erhoben wurde.⁴ Auf der Fotografie ist eine junge Frau zu sehen, die vor einer Wand mit aufgemalten Landesflaggen steht. Sie reckt den Kopf, um die mazedonische Flagge zu küssen (Abb. 1).

Das Bild wurde auf dem Onlineprofil einer in der Schweiz lebenden Userin mit Nickname «x_BlinG_BlinG» veröffentlicht.⁵ Die persönlichen Angaben auf der Seite bestätigen die Annahme, dass die junge Frau einen mazedonischen Hintergrund hat. Was auf dem Bild zu sehen ist, ist eine symbolische und performative Bezugnahme auf das Herkunftsland ihrer Eltern. Mit ihrem Kuss bezieht sich die junge Frau implizit auf eine politische Ikonografie, durch welche die ritualisierte Bezeugung von Landestreue (Fahneneid) zum Ausdruck gebracht wird.⁶ Dass das jugendkulturelle doing ethnicity auf kulturellen Praktiken und sozialen Konventionen abhebt, die auch ausserhalb des Internets und bereits in vordigitalen Zeiten Bestand hatten, ist kennzeichnend für den Umgang mit digitalisierter Kommunikations- undameratechnik. Typisch ist aber auch, dass diese unter den veränderten technischen und sozialen Bedingungen nicht einfach weitergeführt, sondern in ihrer Ästhetik und Bedeutung überformt werden. Auch dies lässt sich am Beispiel von «x_BlinG_BlinG» zeigen: Wird der Maus-Cursor innerhalb des Bildes auf die mazedonische Flagge bewegt, erscheint im Browser ein Feld mit einem mehrzeiligen Text (Abb. 2).

Passend zum fotografischen Motiv handelt der Text von der Liebe der Mazedonier zu ihrem Land, welcher «mit der schönsten Flagge über mir» Ausdruck verliehen wird:

Wir Mazedonier bringen die Strassen zum beben indem wir unsere Fahne heben! Unser Stolz? Unzerbrechlich. Unsere Schönheit? Unwiderstehlich! Wir sind Mazedonier, deswegen auch unsterblich! Von Norden nach Süden, von Osten nach Westen, wir Mazedonier sind weltweit die Besten! Mein Land & mein Stolz & meine Heimat Makedonija. Makedonija, ich stehe hinter dir mit der schönsten Flagge über mir! <3⁷

4 Die Plattform erfreute sich um die 2010er-Jahre insbesondere bei sehr jungen UserInnen grosser Beliebtheit. 2014 ist die Seite in das soziale Netzwerk TWOO übergegangen. Vgl. Ulla Autenrieth, Andreas Bänziger, Wiebke Rohde, Jan Schmidt: Gebrauch und Bedeutung von Social Networking Sites im Alltag junger Menschen. Ein Ländervergleich zwischen Deutschland und der Schweiz, in: Klaus Neumann-Braun, Ulla Autenrieth (Hg.): Freundschaft und Gemeinschaft im Social Web. Bildbezogenes Handeln und Peergroup-Kommunikation auf Facebook & Co. Baden-Baden 2011, S. 31–54, hier S. 40.

5 x_BlinG_BlinG, www.netlog.com (2009).

6 Zum Kuss der Landesflagge ausführlich S. 141 f. in diesem Buch.

7 Der Text stammt nicht von «x_BlinG_BlinG», sondern findet mit verschiedenen Ländernamen kombiniert auch in anderen Profilen und ethnoorientierten Websites Verwendung, zum Beispiel auf der Facebook-Seite «Frauen aus Kroatien». Vgl. Frauen aus Kroatien, www.facebook.com (2012).

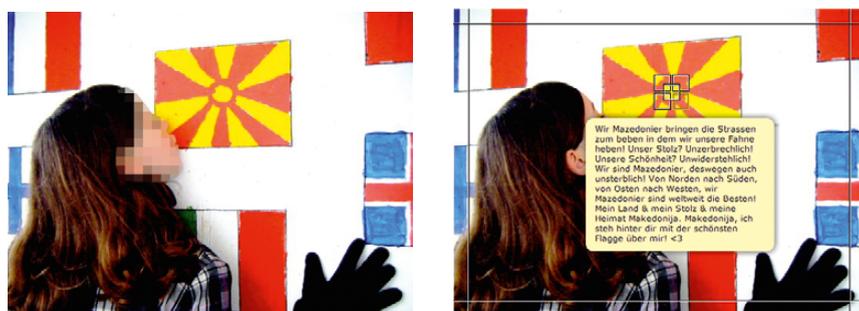


Abb. 1, 2: Nationale Ikonografie im jugendkulturellen Alltag: Erweiterte Bedeutung durch die Kombination von Bild und Text.

Um die Bildebene mit der Textebene zu kombinieren, nutzt die junge Frau die (in die Website integrierte) Möglichkeit, ausgewählte Bereiche des Bildes zu markieren und mit zusätzlichen Informationen zu versehen. In der Kombination von Bild und Text entsteht so eine intermediale Erzählung, durch welche die junge Frau ihren mazedonischen Hintergrund mit positiven Attributen wie Stolz und Schönheit belegt. Von der digitalen Fotografie über die Veröffentlichung des Bildes im Social Web bis zu dessen sprachlicher und textueller Rahmung durch den zugefügten Text nutzt «x_BlinG_BlinG» die Optionen der konvergenten Medientechnik, um ihre soziale Positionierung als Frau und Migrantin, speziell als «Migrantin aus einem Balkanstaat», positiv zu besetzen: Der Umgang mit digitaler Technik wird zur Ressource für die Auseinandersetzung mit sozialen Rollen und Erwartungen.

Die am Beispiel von «x_BlinG_BlinG» exemplarisch skizzierten Themen sollen im Folgenden und auf der Basis weiterer Beobachtungen und empirischer Daten beschrieben und interpretiert werden. Die Untersuchung orientiert sich dafür an folgenden Fragen:

- Welche Formen der jugendkulturellen Aneignung, Konstruktion sowie Verhandlung von Ethnizität lassen sich im Social Web beobachten und wie lassen sich die damit verbundenen (inter)medialen Praktiken und Artefakte beschreiben?
- Welche Potenziale zur Entwicklung von sozialer Ermächtigung beziehen die AkteurInnen aus dem Umgang mit digitalisierter Kommunikations- undameratechnik?
- Wie werden unterschiedliche Diskurse, Symbole und Narrative aus den unterschiedlichen diskursiven Feldern der Jugendkulturen, der

nationalen Diskurse und der globalisierten Populärkultur im digitalen doing ethnicity aufeinander bezogen?

- Inwiefern werden bestehende soziokulturelle Praktiken und symbolische Formen unter den Bedingungen digitaler Medientechnik weitergeführt oder überformt?
- Welche normativen Vorstellungen von Ethnizität, kultureller Identität und Gender werden dabei angeeignet, modifiziert und unterminiert – aber auch reproduziert und aktualisiert?

Der für die Diskussion dieser Fragen grundlegende Zusammenhang von digitalisierter Kommunikation und der (visuellen) Konstruktion und Verhandlung von Ethnizität wird dabei vor dem Hintergrund einer seit den 1970er-Jahren sich intensivierenden Ästhetisierung der Gesellschaft interpretiert. In deren Verlauf hat die Produktion und Rezeption ästhetischer Ereignisse in beinahe sämtlichen Bereichen des Lebens an Relevanz gewonnen und betrifft unmittelbar auch die jugend- und alltagskulturellen Kontexte, die im Mittelpunkt der vorliegenden Untersuchung stehen.⁸

Theoretische Rahmung

Die Studie stützt sich auf vier korrelierende, wenn auch auf unterschiedlichen Ebenen angesiedelte Themenkomplexe, die zugleich den begrifflichen und theoretischen Rahmen abstecken: erstens die transkulturelle Verfassung westeuropäischer Lebenswelten, zweitens das Social Web als Handlungsraum für die jugendkulturelle Kommunikation und Identitätskonstruktion, drittens den Zusammenhang von Bild, Identität und Medientechnik sowie viertens die ästhetische Durchdringung des Alltags respektive die mit ästhetischem Handeln und kreativer Praxis verbundenen Implikationen im Alltag.

Transkulturalität

Der erste Themenkomplex bezieht sich auf den transkulturellen Charakter postmigrantischer Lebenswelten in der Schweiz, aber auch im benachbarten Ausland. Die Pluralität und Ambivalenz von unterschiedlichen Bezugswelten ist dabei charakteristisch für die gegenwärtigen Lebenswelten im westlichen Europa. Die kulturellen Formationen der Gegenwart, so Wolfgang Welsch, sind ebenso intern gekennzeichnet durch die «Pluralisierung möglicher Identitäten» wie sie extern «grenzüberschreitende Konturen» auf-

⁸ Vgl. Andreas Reckwitz: Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung. Berlin 2012, S. 20.

weisen – sie sind von grundsätzlich transkulturellem Charakter.⁹ Damit würden sie sich von essenzialistischen Vorstellungen unterscheiden, wonach jede Handlung und jedes Objekt unverwechselbarer Bestandteil einer von einem «Volk» produzierten und getragenen «Kultur» sei.¹⁰ Welsch begründet sein Konzept der Transkulturalität mit vier Thesen:¹¹ *Erstens* würden moderne Gesellschaften unterschiedliche Lebensformen und «Kulturen» umfassen, und dies nicht erst aufgrund von Immigrationsprozessen, sondern zuvor schon infolge selbst produzierter Differenzierungen. Die ethnische Multikulturalität macht denn auch nur einen Teil der Multikulturalität moderner Gesellschaften aus. Entsprechend scheidet der traditionelle Kulturbegriff bereits an der inneren Komplexität moderner «Kulturen». *Zweitens* führt die äussere Vernetzung «der Kulturen» dazu, dass binnenkulturelle Lebensformen nicht mehr an den Grenzen der Nationen enden, sondern diese überschreiten. *Drittens* zwingt der Versuch, die Substanz einer «Kultur» zu bestimmen, zur Behauptung einer homogenen ethnischen Fundierung. Ein ethnisch fundierter Kulturbegriff muss dafür von seinen VertreterInnen immer gegen die «historische Evidenz von Mischungen» durchgesetzt werden, was zumeist nur unter Einbezug ideologisch wirksamer Mittel möglich ist. *Viertens* macht das dem klassischen Kulturbegriff immanente «unheilvolle Doppel von innerem Einheitszwang und äusserer Abschottung» diesen nicht nur untauglich, um die Verfasstheit kultureller Formationen zu beschreiben, sondern auch normativ «gefährlich und untragbar».

Ausgehend von einem praxeologischen Kulturbegriff, der «Kultur» als «in action»¹² und formiert durch die «vielfältigen Praktiken *inmitten* und *zwischen* Akteuren, Territorien und Orten, in denen Ordnungen gelebt, repräsentiert und in Beziehung gesetzt werden», versteht,¹³ können auf Nationalstaatlichkeit und ethnische Zugehörigkeit gründende Vorstellungen von «Kultur» und «Identität» nicht mehr sein als Formeln für die von Benedict Anderson beschriebenen «imagined communities».¹⁴ Dies trifft allerdings nicht nur auf ethnisch fundierte Konzeptionen von Kultur zu, sondern

9 Wolfgang Welsch: Transkulturalität: Die veränderte Verfasstheit heutiger Kulturen, in: VIA REGIA. Blätter für internationale kulturelle Kommunikation, 20 (1994).

10 Ebd.

11 Ebd.

12 Karl H. Hörning, Julia Reuter: Doing Culture: Kultur als Praxis, in: dies. (Hg.): Doing Culture. Neue Positionen zum Verhältnis von Kultur und sozialer Praxis. Bielefeld 2004, S. 10–15, hier S. 9.

13 Julia Reuter: Postkoloniales Doing Culture. Oder: Kultur als translokale Praxis, in: Karl H. Hörning, Julia Reuter (Hg.): Doing Culture. Neue Positionen zum Verhältnis von Kultur und sozialer Praxis. Bielefeld 2004, S. 239–255, hier S. 239.

14 Zur Nation als vorgestellte Gemeinschaft vgl. Benedict Anderson: Die Erfindung der Nation. Zur Karriere eines erfolgreichen Konzepts. Frankfurt am Main, New York 2005.

auf alle Zuschreibungen und (Selbst-)Bezeichnungen, die das Kulturelle als eine Form von Vergemeinschaftung beschreiben. Auch Welschs Verwendung des Kulturbegriffs bleibt trotz seiner Kritik am Essenzialismus seltsam nahe einer Vorstellung, die «Kultur» zwar als hybrid und offen beschreibt, die aber davon ausgeht, dass sich kulturelle Formationen nicht nur benennen, sondern letztlich auch differenzieren lassen. Im Unterschied dazu wird «Kultur» hier im Anschluss an Raymond Williams als eine umfassende, alltägliche Lebensweise («a whole way of life»)¹⁵ verstanden, in welchem sich milieuspezifische Erfahrungen und Vorlieben der AkteurInnen widerspiegeln. Erweitert wird dieser Zugang durch spätere Positionen der Birminghamer Cultural Studies, die «Kultur» in Anlehnung an strukturalistische Ansätze stärker als ein von Konflikten und Widersprüchen durchzogenes Feld verstehen. Autoren wie Stuart Hall argumentieren dabei explizit gegen territoriale, «nationalkulturelle» und ethnische Kulturkonzepte, indem sie ihre Analysen auf die Machtverhältnisse und ideologischen Mechanismen ausrichten, über welche sich hegemoniale Vorstellungen von «Kultur» konstituieren. Dies betrifft im Speziellen auch die symbolischen Kämpfe im Zusammenhang mit Migration, Ethnizität und Jugendkultur.

Mit der Verbreitung und Veralltäglichung digitaler Kommunikationstechnik und den Möglichkeiten der translokalen und transnationalen Vernetzung sowie der stetig wachsenden Reichweite globalisierter Lifestyle- und Konsumangebote hat sich der transkulturelle Charakter der Alltagskulturen seit Mitte der 1990er-Jahre weiter verstärkt. Zugleich hat es den Anschein, dass Nation, «Volk» und Religion als imaginäre Vergemeinschaftungsformen nicht nur in politischen Diskursen, sondern auch im Alltag einen stetigen Zuwachs an Bedeutung erfahren.¹⁶ Wie Stuart Hall zeigt, können Reaktionen auf kulturelle Entgrenzung aber nicht nur zur Stärkung lokaler Identitäten seitens hegemonialer ethnischer Gruppen führen, die sich durch die Präsenz anderer «Kulturen» bedroht sehen, sondern auch zu einer «strategischen Rückkehr zu defensiveren Identitäten» seitens ethnischer Minderheiten.¹⁷ Hall nennt drei Effekte, die diese «strategische Rückkehr» begleiten: die Reidentifikation mit der eigenen «Herkunftskultur», die Konstruktion stärkerer Gegenidentitäten durch die symbolische Identifikation der zweiten Generation mit ihren «Ursprüngen» und ihrer «Herkunft» sowie das Wiederaufleben eines kulturellen

15 Raymond Williams: Culture is Ordinary, in: Ben Highmore (Hg.): The Everyday Life Reader. London, New York 2002, S. 91–100.

16 Zur gesellschaftlichen Formation von Ethnizität vgl. [Kapitel 1](#).

17 Stuart Hall: Kulturelle Identität und Globalisierung, in: Karl H. Hörning, Rainer Winter (Hg.): Widerspenstige Kulturen. Cultural Studies als Herausforderung. Frankfurt am Main 1999, S. 393–441, hier S. 433.

Traditionalismus, von religiöser Orthodoxie und eines politischen Separatismus.¹⁸ Jugendliche, deren Eltern aus den Ländern und Regionen des ehemaligen Jugoslawiens in die Schweiz eingewandert sind, betrifft diese Wechselwirkung zwischen Transkulturalität einerseits und einer Rückwendung zu essenzielistischen Kulturkonzepten andererseits gleich doppelt: Während ihre Lebenswelten oft von transkulturellem Charakter sind, werden ihnen durch die kulturalisierenden und rassistischen Diskurse ihres Wohnlands, aber auch durch die nationalistischen Diskurse der Balkanstaaten nationale, ethnische und religiöse Identitäten zugewiesen und als dominante Kategorie behauptet.¹⁹

Das Social Web als Handlungsraum

Der zweite Themenkomplex betrifft das Social Web als Handlungsraum jugendkultureller Kommunikation. Für die medienweltliche Ethnografie von Bedeutung sind insbesondere die mit der Digitalisierung der Kommunikation einhergehenden Möglichkeiten a) der translokalen Kommunikation, b) der Herstellung und Distribution eigener Medieninhalte sowie c) der intermedialen Kombinierbarkeit ästhetischer Zeichen durch digitale Codierung im Umgang mit Social-Web-Applikationen und Bildbearbeitungssoftware.²⁰ Die Hinterlegung der Kommunikation durch digitale Technik wird dabei nicht als Metaprozess im Sinne von «Digitalisierung» oder «Mediatisierung» verstanden,²¹ sondern als eingebettet in ein Setting korrelierender gesellschaftlicher, ökonomischer und technischer Entwicklungen, die sowohl On- und Offlineumgebungen, analoge und digitalisierte Kommunikation als auch unterschiedliche historische Epochen umfassen. Diese Interpretation des soziotechnischen Wandels nimmt dabei auf das von Klaus Schönberger zur Analyse digitaler ICT-Kommunikation vorgestellte Konzept der Persistenz und Rekombination

18 Ebd.

19 Zur Gewichtung ethnischer und religiöser Selbstzuschreibung unter in der Schweiz lebenden AlbanerInnen und BosniakInnen vgl. Samuel Behloul: Zwischen Balkan-Hypothek und Balkan-Bonus. Identitätsbildung der muslimisch-jugoslawischen Diaspora in der Schweiz, in: Martina Baleva, Boris Prevšić (Hg.): «Den Balkan gibt es nicht». Erbschaften im südöstlichen Europa. Köln, Weimar, Wien 2016, S. 191–207.

20 Zur Intermedialität und Transkulturalität im Social Web vgl. [Kapitel 2](#).

21 Zuweilen wird der Begriff Digitalisierung synonym für Friedrich Krotz' Theorie der Mediatisierung der Kommunikation verwendet. Krotz versteht Mediatisierung als einen Metaprozess analog zu und verbunden mit Metaprozessen wie Individualisierung, Globalisierung und Kommerzialisierung. Vgl. Friedrich Krotz: Die Mediatisierung des kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien. Opladen 2001.

Bezug.²² Der Begriff Persistenz besagt demnach, dass die digitalisierte Kommunikation oder die Internetnutzung nicht automatisch gemäss den sozio-technischen Vorgaben der Medien oder aufgrund hegemonialer gesellschaftlicher Kontexte, Diskurse und Erzählungen über netzbasierte Kommunikation stattfindet, sondern entlang ausserhalb des Internets bereits bestehender sozialer Strukturen (zum Beispiel Bildung, kulturelles Kapital oder Gender) und der damit verbundenen sozialen Praxen.²³ Der Begriff Rekombination hebt wiederum auf die Praktiken ab, die im Umgang mit digitaler ICT- und Kamertechnik weiterentwickelt oder neu zusammengesetzt, das heisst rekombiniert werden – bis hin zu einer Erweiterung oder Verbesserung der Handlungsmöglichkeiten.²⁴ Der Zusammenhang von Tradition und Innovation, von Altem und Neuem, von Beharrung und Auflösung wird dabei nicht als Dichotomie oder als dialektisches Wechselspiel aufgefasst, sondern als ein prinzipiell offener und kombinatorischer Prozess.²⁵

In seinen Anfängen war das World Wide Web (WWW) allerdings noch weit von seiner heutigen Funktion als Inkubator visueller Alltagskultur entfernt. Als die Europäische Organisation für Kernforschung (CERN) am 30. April 1993 die Technologie des WWW als Public-Domain-Software für den öffentlichen Gebrauch freigab, war das WWW ein textlastiges, mehr auf Information als auf Interaktion ausgelegtes Medium.²⁶ Ebenfalls bereits 1993 lancierte jedoch eine Forschergruppe des National Center for Supercomputing Applications (NCSA) der Universität von Illinois mit dem Hypermedia-Browser Mosaic eine Möglichkeit, nicht mehr nur Text-, sondern auch Bilddokumente innerhalb eines selbst aufbauenden Seitendesigns darzustellen, was aus technischer Hinsicht ein zentraler «point de départ» der visuellen Kultur der Gegenwart darstellt. Das öffentliche WWW, die Entwicklung mobiler und schnittstellenfähiger Kamertechnik und nicht zuletzt die Her-

22 Um die digitale Informations- und Kommunikationstechnik des Internets zu bezeichnen, wird im Folgenden die in der Schweiz gängige englische Abkürzung ICT für «information and communication technology» verwendet.

23 Klaus Schönberger: Persistenz und Rekombination. Digitale Kommunikation und sozio-kultureller Wandel, in: Zeitschrift für Volkskunde, 111/2 (2015), S. 201–213, hier S. 207. Vgl. auch Christian Ritter, Klaus Schönberger: «Sweeping the Globe»: Appropriating Global Media Content Through Camera Phone Videos in Everyday Life, in: Cultural Analysis, 15/2 (2017), S. 58–81.

24 Schönberger 2015, S. 208.

25 Ebd., S. 207.

26 Tim Berners-Lee, der verantwortliche Entwickler der Hypertext Markup Language (HTML), bezeichnete damals das WWW als eine Initiative zur Beschaffung von Informationen und Dokumenten: «The WorldWideWeb (W3) is a wide-area hypermedia information retrieval initiative aiming to give universal access to a large universe of documents.» Vgl. World Wide Web, <http://info.cern.ch> (1989).

ausbildung neuer User-Feedback- und Geschäftsmodelle haben dazu geführt, dass seit Mitte der 1990er-Jahre eine steigende Zahl von AkteurInnen als ProduzentInnen eigener Medieninhalte sichtbar (und hörbar) geworden ist, denen dies aufgrund ihrer sozialen Positionen bis dahin nur eingeschränkt möglich war. Dazu zählen auch Jugendliche, welche die Möglichkeiten digitaler ICT- und Kameratechnik nutzen, um Bilder (und Videos) aufzunehmen, zu archivieren, anzuschauen, zu verschicken und im Internet zu veröffentlichen.²⁷ Alle diese Tätigkeiten stellen soziale Handlungen dar, die in Praktiken der Dokumentation, Kommunikation und Interaktion eingebettet sind. Sie ermöglichen es den Jugendlichen, alltägliche Erfahrungen innerhalb ihrer sozialen Gruppe verhandelbar zu machen, Identitäten zu entwerfen und zu AutorInnen ihrer eigenen (audio)visuellen Narration zu werden.²⁸

Mittels unterschiedlicher Modelle wie «Prosumer»²⁹ oder «Produser»³⁰ wurde versucht, das veränderte Verhältnis von Produzenten und Rezipienten in der digitalisierten ICT-Kommunikation zu akzentuieren. Im Jahr 2005 publizierte der Verleger Tim O'Reilly das Businesspaper «What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software»,³¹ das bis heute als Stichwortgeber für die Beschäftigung mit dem WWW gilt. Mittlerweile ist das Kunstwort «Web 2.0» eine verbreitete Metapher für die Interaktivität internetbasierender Anwendungen, für die Beschreibbarkeit des Internets und die damit verbundenen Möglichkeiten der Herstellung von

27 Das Vorhandensein der technischen Möglichkeiten der Veröffentlichung von Content allein bedeutet allerdings nicht, dass diese von den Jugendlichen auch genutzt werden. Hinzu kommt, dass nicht alle User das Selbstbewusstsein, den Habitus und die Notwendigkeit für ein derartiges Handeln besitzen oder qua Technik erwerben, wie dies die bisweilen naive Rede von den «digital natives» suggeriert. Dies zeigt sich auch darin, dass das Veröffentlichen (audio)visueller Inhalte zwar eine verbreitete Praxis darstellt, jedoch längst nicht von allen UserInnen praktiziert wird. Gemäss der Schweizer JAMES-Studie 2016 sind das Uploaden von Fotos und Videos zwar die am häufigsten genannten Formen der Produktion von Content im Social Web. Allerdings werden Fotos und Videos «nur» von elf Prozent der Befragten im Alter von zwölf bis neunzehn Jahren täglich oder mehrmals pro Woche hochgeladen. Vgl. Gregor Waller, Isabel Willemsse, Sarah Genner, Lilian Suter, Daniel Süss: JAMES – Jugend, Aktivitäten, Medien – Erhebung Schweiz. Zürich 2016, S. 38. Das Anschauen von Fotos wiederum stellt die häufigste Tätigkeit innerhalb sozialer Netzwerke dar und wird von 93 Prozent der in der JAMES-Studie befragten Jugendlichen praktiziert. Vgl. ebd., S. 52.

28 Vgl. Ute Holfelder, Christian Ritter: Filmen im Alltag. Handyfilme in der Perspektive einer medienweltlichen Ethnografie, in: kommunikation@gesellschaft, 14 (2013), S. 1–27.

29 Kevin Kelly: *We Are the Web*, in: *Wired Magazine*, 13 (2005), www.wired.com.

30 Axel Bruns: *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond. From Production to Produsage*. New York 2008.

31 Tim O'Reilly: *What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software* (2005), www.oreilly.com.

Informationen. Trotz seiner Strahlkraft leidet der Begriff Web 2.0 nicht nur an terminologischer Unschärfe, auch seine kommerzielle Grundierung macht ihn wissenschaftlich nur eingeschränkt verwendbar. Eine Alternative dazu bietet der Begriff Social Web. Mit diesem können diejenigen Bereiche des WWW bezeichnet werden, bei denen es nicht um Formate und Programmarchitekturen geht, sondern um

webbasierte Anwendungen, die für Menschen den Informationsaustausch, den Beziehungsaufbau und deren Pflege, die Kommunikation und die kollaborative Zusammenarbeit in einem gesellschaftlichen oder gemeinschaftlichen Kontext unterstützen, sowie die Daten, die dabei entstehen, und die Beziehungen zwischen Menschen, die diese anwenden.³²

Angesprochen ist damit eine medienhistorische Zäsur durch die Entwicklung des WWW, das sich durch die Einführung offener Schnittstellen von einem «Medium der Verlautbarung und Veröffentlichung» zusehends zu einem Medium der Interaktion gewandelt hat.³³ Dabei ist das Social Web ohne die technische und mediale Konvergenz der an der Kommunikation beteiligten Geräte und Artefakte in der heutigen Form und gesellschaftlichen Erstreckung kaum denkbar. Dies betrifft nicht nur technische oder mediale Konvergenz, sondern auch die kulturelle, soziale und ökonomische Dimension technisch-medialer Entgrenzung. Angesichts der für das WWW der Gegenwart charakteristischen Zirkulation von Inhalten durch gänzlich unterschiedliche, koexistierende mediale, soziale und auch institutionelle Kontexte spricht Henry Jenkins von einer eigentlichen «convergence culture»:

32 Anja Ebersbach, Markus Glaser, Richard Heigl: Social Web, Konstanz 2011, S. 35. Der Begriff Social Web ist an HIPPners Konzept der Social Software angelehnt, womit die auf dem Internet aufgesetzten Programme oder Webseiten gemeint sind, die an der Ausführung zwischenmenschlicher Interaktion beteiligt sind: durch die Publikation und Verteilung von Informationen, die Kommunikation zwischen Internetnutzern sowie durch den Aufbau und die Verwaltung von Beziehungen. Vgl. Hajo Hippner: Bedeutung, Anwendungen und Einsatzpotentiale von Social Software in: Knut Hildebrand, Josephine Hoffmann (Hg.): Social Software. Heidelberg 2006, S. 8. Im Unterschied zu Hippner bezeichnen Ebersbach et al. mit ihrem Begriff ausschließlich über Browser vermittelte Anwendungen, um das Feld von Anwendungen wie zum Beispiel Instant-Messaging-Systemen abzugrenzen. Ebd., S. 34. Angesichts der heutigen Verbreitung von Smartphone-Apps, die direkten Zugriff auf Webinhalte ermöglichen, werden hier mit «Social Web» auch Apps von Diensten wie Facebook, YouTube oder Instagram gefasst.

33 Stefan Münker: Emergenz digitaler Öffentlichkeiten. Die sozialen Medien im Web 2.0. Frankfurt am Main 2009, S. 16.

Convergence: A word that describes technological, industrial, cultural and social changes in the ways media circulates within our culture. [...] Perhaps most broadly, media convergence refers to a situation in which multiple media systems coexist and where media content flows fluidly across them.³⁴

Mit Blick auf die digitale Konstruktion von Ethnizität und die damit verbundenen Praktiken der Produktion und Transformation von Bildern, Symbolen und Bedeutungen interessiert dabei immer auch, wie sich die technisch-mediale Strukturiertheit des Social Web in Prozessen der Subjektskonstitution entfaltet respektive welche soziotechnischen «Enablingpotenziale» sich im Zusammenspiel von Technik und Ästhetik ergeben.³⁵

Technik, Bild und Identität

Ein dritter Themenkomplex soll dabei helfen, die technisch-mediale Seite digitalisierter Kommunikation hinsichtlich des Zusammenhangs von Technik, Bild und Identität theoretisch zu fassen. Sowohl der Technik- wie der Medienbegriff haben in den vergangenen Jahrzehnten verbreitet Einzug in die Kulturwissenschaften gefunden, die sich für die «Medialität und Technizität von Kultur» und die «Durchdringung der Lebensgestaltung durch Medien und Technik in Geschichte und Gegenwart» interessieren.³⁶ Das Technische wird dabei nicht als Begleiterscheinung von Kommunikation registriert, sondern als «Reflexionshorizont und Bedingung lebensweltlicher, sozialer und ästhetischer Verhältnisse» in den Blick genommen.³⁷ Was dabei als die technische Seite der Medien oder die mediale Seite der Technik verstanden wird, ist eine offene Debatte, die je nach Fach und Vorlieben zu unterschiedlichen Konzeptionen des Technik-Medien-Verhältnisses führt.³⁸ Die vorlie-

34 Henry Jenkins: *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York 2006, S. 282.

35 Vgl. Schönberger 2015, S. 205.

36 Thomas Hengartner: *Medien und Alltag. Volkskundlich-kulturwissenschaftliche Technik- und Medienforschung: Fragen – Positionen – Ansätze*, in: *Rundfunk und Geschichte*, 35/1–2 (2009), S. 33–38, hier S. 38. Umfassend zur Technikforschung in der Volkskunde und ihrer Nachfolgedisziplinen Stefan Beck: *Umgang mit Technik. Kulturelle Praxen und kulturwissenschaftliche Forschungskonzepte*. Berlin 1997.

37 Thomas Hengartner: «Technik – Kultur – Alltag». *Technikforschung als Alltagsforschung*, in: *Schweizerisches Archiv für Volkskunde*, 106 (2012), S. 117–139, hier S. 118.

38 Einen Überblick über verschiedene Definitionen des Medienbegriffs ermöglichen unter anderem Werner Faulstich: *Grundwissen Medien*, Paderborn 1998; Knut Hickethier: *Einführung in die Medienwissenschaft*. Stuttgart, Weimar 2003; Dieter Mersch: *Medientheorien zur Einführung*. Hamburg 2009.

gende Studie orientiert sich am Konzept des Semiotikers Roland Posner, der unter Medien grundsätzlich ein «System von Mitteln für die Produktion, Distribution und Rezeption von Zeichen» versteht.³⁹ Posner unterscheidet zwischen einer biologischen, einer physikalischen, einer technologischen, einer soziologischen, einer kulturbezogenen und einer codebezogenen Konzeption des Medienbegriffs.⁴⁰ Für die vorliegende Untersuchung von Bedeutung sind primär ein als technologisch, ein als codebezogen sowie ein als kulturbezogen spezifizierter Medienbegriff:

- Der *technologische Medienbegriff* geht von den technischen Mitteln aus, die an der Herstellung von Zeichenprozessen beteiligt sind und welche die «physische Verbindung zwischen dem Produktionsorgan des Senders und dem Rezeptionsorgan des Empfängers» herstellen.⁴¹
- Der *codebezogene Medienbegriff* betrifft die Regeln, die den Umgang mit Zeichen organisieren, also die Bedeutungsdimension des Technisch-Medialen. Mit diesen Regeln ordnen soziale Akteure den zu vermittelnden Botschaften Zeichen und umgekehrt den Zeichen Botschaften zu. Diese Zeichen sind grundsätzlich arbiträr, ihr Gebrauch stützt sich auf Konventionen ab, Sinn und Bedeutung sind nur «als intendierter Sinn und als konventionalisierte Bedeutung» vorgesehen.⁴²
- Der *kulturbezogene Medienbegriff* richtet sich nach der Funktion der übermittelten Botschaft im Sinne von Genre und Textsorte.

Entscheidend ist, Posners semiotische Typologisierung über die analytische Unterscheidung hinaus in ihrem Zusammenspiel zu denken und hinsichtlich ihrer Potenziale für die Analyse soziokultureller Praktiken zu entwickeln. Gerade die wechselseitige Beziehung von Technik und Ästhetik verdeutlicht, dass die materielle und funktionale Dimension des Technischen und Medialen dem Sozialen nicht äusserlich ist, sondern dieses konstituiert.⁴³ Medien determinieren ihren Gebrauch nicht, sie «entstehen erst durch ihren Gebrauch»⁴⁴ – durch die Praktiken also, mit denen Nutzer die ihnen «technisch zur Verfügung gestellten Optionen *situativ* nach *eigenen* Kalkülen gebrauchen

39 Roland Posner: Zur Systematik der Beschreibung verbaler und nonverbaler Kommunikation. Semiotik als Propädeutik der Medienanalyse, in: Hans-Georg Bosshardt (Hg.): Perspektiven auf Sprache. Interdisziplinäre Beiträge zum Gedenken an Hans Hörmann. Berlin, New York 1986, S. 293–297, hier S. 293.

40 Ebd., S. 294–296.

41 Ebd., S. 296.

42 Sybille Krämer: Das Medium als Spur und als Apparat, in: dies.: Medien, Computer, Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien. Frankfurt am Main 1998, S. 73–94, hier S. 78.

43 Vgl. unter anderem Beck 1997, S. 224.

44 Munker 2009, S. 24.

und brauchen».⁴⁵ Stefan Münker spricht diesbezüglich von einem «Spiel mit den offenen technischen Möglichkeiten», in dem unvorhergesehene Funktionen entstehen können, die zu neuen oder veränderten sozialen Praktiken führen.⁴⁶ Mit Hermann Bausinger gesprochen sind technische Medien also keine «Installationen [...], die man einschaltet, um sie in einem abgegrenzten Zeitrahmen für klar definierte Zwecke zu nutzen», sondern integriert in den Vollzug und Ablauf alltäglicher Zusammenhänge.⁴⁷ In ihrer technischen Hinterlegung sind Medien immer als relational zu betrachten und nicht als «blosse Objekte oder gar Artefakte [...], an denen und mit denen sich soziale Praxis vollzieht oder über diese vermittelt ist».⁴⁸ Medien, so Udo Göttlich, sind nicht lediglich als Kreuzungspunkte im Sinne der Vermittlung von Kommunikation zu denken, sondern als «Durchgangspunkte» der Entstehung sozialer und kultureller Praktiken.⁴⁹

Die Wechselseitigkeit von Technik, Ästhetik und Sozialem ist konstitutiv für die digitalisierte Kommunikation der Gegenwart. Das Social Web ist Teil eines Geflechts aus sozialen Akteuren, Geräten und Institutionen, welche die Art und Weise regeln, wie Personen miteinander kommunizieren. Dies betrifft etwa die technischen und juristischen Bedingungen der Kommunikation, aber auch die zwischen den UserInnen ausgehandelten Modi und Formalitäten der Interaktion. Ein wesentlicher Teil der für die digitalisierte Kommunikation konstitutiven Mechanismen realisiert sich allerdings im Verborgenen durch die «unbewussten und verborgenen Mechanismen» der an der Kommunikation beteiligten Apparate und Infrastrukturen.⁵⁰ Ausgehend von seiner Analyse des Fernsehens spricht der Medienwissenschaftler Knut Hickethier von einem «Mediendispositiv»:⁵¹

45 Beck 1997, S. 224.

46 Münker 2009, S. 25.

47 Hermann Bausinger: Vom Jagdrecht auf Moorhühner. Anmerkungen zur kulturwissenschaftlichen Medienforschung, in: Zeitschrift für Volkskunde, 97 (2001), S. 1–14, hier S. 2.

48 Udo Göttlich: Der Alltag der Mediatisierung. Eine Skizze zu den praxistheoretischen Herausforderungen der Mediatisierung des kommunikativen Handelns, in: Maren Hartmann, Andreas Hepp (Hg.): Die Mediatisierung der Alltagswelt. Wiesbaden 2010, S. 23–34, hier S. 29.

49 Ebd.

50 Hickethier 2003, S. 199.

51 Breit Eingang in kulturmedienwissenschaftliche Arbeiten hat der Dispositivbegriff von Michel Foucault gefunden. Im Unterschied zu den Konzepten der Apparatustheorien ist jedoch dieser deutlich offenere Begriff stärker auf den Zusammenhang unterschiedlicher diskursiver Elemente ausgerichtet als auf mediale und technische Anordnungen. Vgl. dazu unter anderem Michel Foucault: Das Spiel des Michel Foucault (Gespräch), in: ders.: Schriften in vier Bänden. Dits et Ecrits, Bd. 3: 1976–1979, hg. von Daniel Defert, François Ewald. Frankfurt am Main 2003, S. 391–429.

Mediendispositive konstruieren eine grössere Ordnung, in der mediale Kommunikation zu sehen ist, primär vom Spannungsverhältnis «Technik-Subjekt» her. Sie gehen vom Einzelnen und seiner Rezeption aus und untersuchen aus der Perspektive des Subjekts, wie Machtinstanzen auf die mediale Wahrnehmung des Einzelnen einwirken. Es ist diesem Sinne ein medienkritisches Konzept, das versucht, die unbewussten und verborgenen Mechanismen der Medienkommunikation sichtbar zu machen und damit auf inhärente Beeinflussungsstrukturen hinzuweisen.⁵²

Hickethiers Zugang liegt ein Mensch-Technik-Verhältnis zugrunde, in welchem Medientechnik nicht als blosser Transporteur von Bedeutungen gesehen wird, sondern selbst Wahrnehmungseffekte produziert, unabhängig von den dargestellten Inhalten.⁵³ Für die Analyse digitaler Praktiken der Kommunikation *mit* und *über* Bilder bedeutet dies, weder nur auf die ästhetischen Artefakte *oder* die technischen Geräte und Infrastrukturen *oder* auf deren Gebrauch zu fokussieren – sondern auf deren wechselseitige Beziehung innerhalb der technisch-medialen Assemblagen. Analytisch kann dabei unterschieden werden hinsichtlich einer technischen, einer ästhetischen und einer sozialen Dimension:

- Die *technische Dimension* umfasst die an der Kommunikation beteiligten Geräte und Infrastrukturen. Diese werden im Folgenden als *Medientechnik* bezeichnet. Dazu zählen Endgeräte (Smartphones, PCs und Kompaktkameras), Hardwarekomponenten (Objektive, Bildschirme, Kabel, Speicherkarten, Server etc.), Software (Programme, Apps, Betriebssysteme etc.) sowie Dateien und Codes.
- Die *ästhetische Dimension* bezieht sich zum einen auf Inhalt und Erscheinung der als Dateien gespeicherten Bilder und Videos, die hier als *Medienformate* gefasst werden. Zum anderen betrifft die ästhetische Dimension die Codierung der sicht- und hörbaren *Medieninhalte*. Codiert werden diese einerseits durch die technischen Bedingungen ihrer Produktion und Darstellung (zum Beispiel die Auflösung der Kamera), zum anderen durch die akteursseitige Gestaltung der Inhalte durch inszenatorische Entscheidungen oder technisch-ästhetische Modifikation.
- Die *soziale Dimension* betrifft die Praktiken, mit denen die UserInnen die technischen und ästhetischen Aspekte digitaler ICT- und Kamertechnik miteinander in Verbindung bringen, sodass eine kommunikative Situation entsteht. Unterschieden werden kann dabei zwischen der Produktion, der Distribution und der Rezeption von Medieninhalten.⁵⁴

52 Hickethier 2003, S. 199.

53 Ebd., S. 189.

54 Für eine genauere Konzeption des Internets als Mediendispositiv vgl. Florian Hartling: Der digitale Autor. Autorschaft im Zeitalter des Internets. Bielefeld 2009.

Der sozialen Dimension der Medien, insbesondere den kulturellen, psychischen, mentalen und habituellen Dispositionen der Akteure spricht auch Hickethier eine zentrale Rolle zu. So würden im Mediendispositiv nicht nur technische Bedingungen, gesellschaftliche Ordnungsvorstellungen, normativ-kulturelle Faktoren und mentale Entsprechungen auf der Seite der Zuschauer zusammenwirken, sondern habitualisierte Rezeptionsweisen und verinnerlichte Formen des Umgangs mit Medien zum Tragen kommen.⁵⁵ Anders als das Fernsehen zeichnet sich das «Internetdispositiv» durch die Besonderheit aus, dass die sozialen AkteurInnen nicht nur als RezipientInnen, sondern ebenso als ProduzentInnen von Medieninhalten agieren können. Im Unterschied zu Medienformaten wie Büchern, Filmen, Musikstücken, Videospielen oder Fernsehserien, so Ramón Reichert, sind im Internetdispositiv wahrnehmungstheoretische, apparative, technische, soziale und politische Aspekte in unabgeschlossenen Prozessen der konstanten Modifikation, Weiterentwicklung, Anpassung und Verknüpfung miteinander verschränkt.⁵⁶ Dazu gehört auch, dass nichtprofessionelle MedienproduzentInnen die systematische Offenheit des Dispositivs nutzen können, um mit konvergenten Endgeräten wie Smartphones, Kompaktkameras und PCs Medieninhalte zu produzieren und in das Dispositiv einzuspeisen. Als BildproduzentInnen wirken die UserInnen konstitutiv mit an der visuellen Netzkultur, während sie zugleich die Möglichkeiten digitaler ICT- und Kameratechnik nutzen, um eigene Identitätswürfe zu konstruieren und für die Kommunikation innerhalb ihrer Peergroups anschlussfähig zu machen.

Der für die soziale Ebene des Dispositivs evidente Zusammenhang von technischem Bild, Imagination und Identifikation setzt auch Aktivität seitens der AkteurInnen voraus:⁵⁷ Zum einen obliegt es den einzelnen Personen, wie und mit welcher Intensität sie die digitalen Bildwelten des Social Web antizipieren und ob (und in welchem Umfang) sie als BildproduzentInnen agieren. Zum anderen bedingen auch interiorisierte Prozesse der Identifikation eine aktive Teilhabe des Subjekts. Aus entwicklungspsychologischer Sicht argumentiert Jean Piaget, dass das Handeln, das aus einem visuellen (äusseren) Bild ein geistiges Bild, eine «image mentale»,⁵⁸ konstruiert, nicht allein die spezifischen Fähigkeiten der Wahrnehmung, sondern der Wahrneh-

55 Knut Hickethier: Film- und Fernsehanalyse. Stuttgart, Weimar 1996, S. 21.

56 Ramón Reichert: Amateure im Netz. Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web 2.0. Bielefeld 2008, S. 22.

57 Identifikation wird hierbei mit Stuart Hall als temporärer Zustand an der Kreuzung des Psychischen mit dem Diskursiven verstanden, dazu genauer S. 47 f. in diesem Buch.

58 Vgl. Jean Piaget: Nachahmung, Spiel und Traum. Die Entwicklung der Symbolfunktion beim Kinde. Stuttgart 1975, sowie Jean Piaget, Bärbel Inhelder: Die Entwicklung des inneren Bildes beim Kind. Frankfurt am Main 1979.

mungsaktivität bedingt. Piaget versteht das innere Bild als Produkt einer interiorisierten Nachahmung, das nicht einfach die mimetische Verlängerung des Gesehenen ist, sondern eine aktive Konstruktion, eine «Skizze einer möglichen Nachahmung».⁵⁹

Aus nochmals anderer Perspektive betont Stuart Hall die aktive Rolle des Subjekts für die Konstitution von Identität. Hall gebraucht den Begriff Identität, um auf den Punkt zu verweisen, an dem sich das Subjekt in den Lauf der Diskurse verkettet. Identitäten, so Hall, seien Punkte temporärer Verbindungen mit Subjektspositionen, die aus diskursiven Praktiken hervorgehen. Hall bezieht sich dabei auf Stephen Heaths filmwissenschaftliches Konzept der «Vernähung», mit dem dieser beschreibt, wie sich das Subjekt mit den Bedeutungsstrukturen des Films verbindet.⁶⁰ Repräsentation, so Hall, ist dabei nie durchgreifend, sondern wird immer auch als Prozess konstruiert, der

59 Piaget 1975, S. 94. Genauer zu Piagets Theorie im bildwissenschaftlichen Kontext Hans Ulrich Reck: *Eigensinn der Bilder. Bildtheorie oder Kunstphilosophie?* München 2007a, S. 39 f. Piagets Untersuchungen zu Bild und Identität sind auch darum von Bedeutung, weil sie breit klinisch abgestützt sind. Dadurch unterscheidet sich Piagets Arbeit von den in den Geistes- und Kulturwissenschaften verbreiteten psychoanalytischen Konzepten von Jacques Lacan. Unbestritten hat Lacans strukturalistischer Zugang zur Psychoanalyse der Kulturanalyse fruchtbare Impulse gegeben, etwa den Cultural Studies oder den Apparatustheorien. Aus der Perspektive empirischer Alltagskulturforschung ist es allerdings sinnvoll, diese strukturalistischen Zugänge so weit empirisch zu unterfüttern, dass der Zusammenhang von Bild, Identifikation und Identität auf konkrete Praktiken und gesellschaftliche Verhältnisse zurückgebunden werden kann. Umso mehr mag es erstaunen, dass die schmale klinische Fundierung der Lacan'schen Theorien in kulturwissenschaftlichen Arbeiten kaum thematisiert wird. Diesbezügliche Kritik kommt eher aus therapeutischen Diskursen. So kritisieren die Psychoanalytiker Helmut Thomä und Horst Kächele, dass es von Lacan selbst keine klinischen Studien gebe und insbesondere empirische Untersuchungen linguistischer Art fehlen würden, obwohl solche bei Lacans Themen durchaus naheliegen würden. Vgl. Helmut Thomä, Horst Kächele: *Lehrbuch der psychoanalytischen Therapie*, Bd. 2: Praxis. Berlin, Heidelberg 1988, S. 20.

60 Stuart Hall: Wer braucht «Identität»? in: ders.: *Ideologie, Identität, Repräsentation* (Ausgewählte Schriften, Bd. 4), hg. von Juha Koivisto, Andreas Merkmens. Hamburg 2008a, S. 167–187, hier S. 173. Vgl. Stephen Heath: *Questions of Cinema*. Bloomington 1981, S. 106. Heaths Zugang referiert auf das Konzept der Naht (suture), das Jean-Pierre Oudart und Daniel Dayan benutzen, um die Vernähung der ZuschauerInnen mit dem filmischen Text des narrativen Kinos durch die filmische Technik von Schuss-Gegenschuss zu beschreiben. Mit «suture» bezeichnet ursprünglich Jacques Lacan den Augenblick des Sehens, der die Verbindungsstelle zwischen dem Imaginären und dem Symbolischen bildet. Aufgegriffen und bekannt gemacht wurde der Begriff von Jacques-Alain Miller, der damit die Beziehung des Subjekts zur «Kette seines Diskurses» bezeichnet. Vgl. Jean-Pierre Oudart: *Cinema and Suture Elements*, in: *Screen*, 18/4 (1977/78), S. 35–47; Daniel Dayan: *The Tutor-Code of Classical Cinema*, in: *Film Quarterly*, 28/1 (1974), S. 22–31; Jacques-Alain Miller: *Suture (Elements of the logic of the signifier)*, in: *Screen*, 18/4 (1977/78), S. 24–34, hier S. 25.

einen «Mangel» und eine Spaltung ausdrückt und «auf dem Feld des Andern» entsteht.⁶¹ Das wirkungsvolle Vernähen zwischen Subjekt und Subjektsposition erfordere darum nicht nur die «Anrufung» des Subjekts, sondern auch, dass dieses in die Position investiere.⁶²

Ästhetisierung des Alltags

Der vierte für die vorliegende Studie zentrale Themenkomplex bezieht sich auf die ästhetische Durchdringung des Alltags. Diese steht in enger Beziehung zu der zunehmenden technisch-medialen Hinterlegung der Kommunikation ab Mitte des 20. Jahrhunderts, erst durch Kommunikationstechnologien wie Fernsehen und Video, später durch digitale Technik.⁶³ Es würde allerdings zu kurz greifen, die von Autoren wie Reckwitz diagnostizierte Ästhetisierung der Lebenswelten allein durch die Signifikanz (audio)visueller Medien und den Stellenwert symbolischer Operationen im Alltag zu charakterisieren. Unbestritten haben die zunehmenden Möglichkeiten der Produktion, Distribution und Rezeption von Bild, Ton und Text durch elektronische Medientechnik entschieden dazu beigetragen, das Ästhetische als soziale und ökonomische Größe im Alltag zu etablieren. Dies verdeutlicht die globale Bedeutung von Foto- und Videosharing-Plattformen wie Instagram und YouTube, die, obwohl in ihrer Nutzung kostenlos, milliardenschwere Unternehmen sind.⁶⁴ Medienhistorisch betrachtet sind technische Neuerungen aber nie nur Wegbereiter sozialer oder ökonomischer Veränderungen: Mit Hartmut Winkler gesprochen antworten sie auf gesellschaftliche «Wunschkonstellationen», welche die Medienentwicklung zu einem konkreten Zeitpunkt bestimmen.⁶⁵ Als eine solche kann auch der «Druck» in Richtung einer umfassenden Entfaltung des «Kreativitätsdispositivs» gezählt werden, insofern dieses zwar in vordigitalen Epochen gründet, dessen gegenwärtige Stellung ohne die Entwicklung digitaler Kommunikationsmedien jedoch nicht denkbar ist.⁶⁶ Seit den 1970er-Jahren, so Andreas Reckwitz, sind die Ideen

61 Hall 2008a, S. 173.

62 Ebd.

63 Vgl. Irmela Schneider: Medialisierung und Ästhetisierung des Alltags – Einige Überlegungen, in: Gerhard Rupp (Hg.): *Ästhetik im Prozess*. Opladen 1998, S. 143–178.

64 Analysten der Citygroup schätzten den Wert der zur Facebook Inc. gehörenden Plattform Instagram Ende 2014 auf 35 Milliarden Dollar. Vgl. [Instagram Worth \\$35 Billion, Facebook Stock \\$91, Citi Says, www.forbes.com \(2014\)](#).

65 Hartmut Winkler: *Docuverse. Zur Medientheorie der Computer*. München 2002, S. 16 f.

66 In eine ähnliche Richtung weist Charlie Gere's Argumentation, wonach sich die Strukturen der Digitalität aus kulturellen Formationen entwickelt haben, die (zum Beispiel in den künstlerischen Avantgarden von Dada und Punk) bereits vor der Entwicklung digitaler Medientechnik bestanden. Vgl. Charlie Gere: *Digital Culture*, London 2008, S. 17.

und (ästhetischen) Praktiken ehemaliger Gegenbewegungen und Subkulturen in Hegemonie umgeschlagen, womit auch das «Kreativitätsideal der scheinbar hoffnungslos randständigen ästhetisch-künstlerischen Gegenbewegungen» immer mehr in die «dominanten Segmente der Gegenwartskultur, in ihre Arbeits-, Konsum- und Beziehungsformen» eingesickert sei.⁶⁷ Reckwitz spricht von einem eigentlichen Kreativitätsdispositiv, das sich als Reaktion auf die systematische Verknappung legitimer Affekte durch die rationalen Steuerungs-, Koordinations- und Planungsmechanismen der Moderne herausgebildet habe.⁶⁸

Seine Wirksamkeit bezieht das Kreativitätsdispositiv aus der «widersprüchlichen Dopplung von Kreativitätswunsch und Kreativitätsimperativ, von subjektivem Begehren und sozialer Erwartung».⁶⁹ Der Kreativitätsimperativ beschreibt die gesellschaftliche und ökonomische Forderung nach kreativer Leistung und den dazu notwendigen Wissensformen und Fähigkeiten. So sind beruflicher Erfolg und gesellschaftlicher Status unter den Bedingungen des Postfordismus nicht mehr nur an traditionelle Leistungsmerkmale gebunden, sondern immer mehr an immaterielle und ästhetische Formen von Arbeit geknüpft.⁷⁰ Damit einher geht auch eine zunehmende Entgrenzung der Segmente von Arbeit und Freizeit, insofern kreative Fähigkeiten und ästhetisches Wissen gleichermaßen in der privaten Kommunikation wie im beruflichen Alltag von Bedeutung sind. Entsprechend ist auch der Wunsch, kreativ zu sein, nicht mehr den AkteurInnen aus dem Kunstfeld oder den «creative industries» vorbehalten, sondern entspricht einem breiten gesamtgesellschaftlichen Bedürfnis. Dies manifestiert sich kaum wo so deutlich wie in den unzähligen Fotografien und Videos auf den virtuellen Pinnwänden von Pinterest und Instagram, mittels deren kreative AmateurInnen sich ihrer selbst erworbenen Fähigkeiten als FotografInnen und GestalterInnen versichern und in der Öffentlichkeit zur Darstellung bringen. Abgeleitet von den psychologischen Selbstbefreiungsdiskursen der 1970er-Jahre wird dabei eine Vorstellung von Kreativität als ein sämtlichen Subjekten immanentes Potenzial behauptet, wobei das Erbringen kreativer Leistung soziale Inklusion über die Grenzen der Milieus hinweg sichern kann, während die ungenügende Realisierung kreativer Potenziale

67 Vgl. Reckwitz 2012, S. 14.

68 Reckwitz deutet die Affektkultur des Kreativitätsdispositivs als Reaktion auf den Mangel an legitimen Affekten und Gefühlen in der gesellschaftlichen, bürgerlichen, insbesondere aber der organisierten Moderne. Vgl. ebd., S. 315 f., vgl. auch S. 216 f. in diesem Buch.

69 Andreas Reckwitz: Die Erfindung der Kreativität, in: Kulturpolitische Mitteilungen, 141/2 (2013), S. 23–34, hier S. 23.

70 Vgl. auch Michael Hardt, Antonio Negri: Empire. Die neue Weltordnung. Frankfurt am Main, New York 2003, S. 285.

umgekehrt zur sozialen Marginalisierung führt: Der Mangel an Kreativität wird zum Mangel an Persönlichkeit und zum Mangel an Individualität und Authentizität.⁷¹ Hans Ulrich Reck spricht von einer eigentlichen «Auratisierung von Fähigkeiten».⁷² Dabei sei es jedoch gerade ein Merkmal des Kreativitätsdiskurses und dessen Wertschöpfungslogik, dass er (anders als die Kunst) ohne Überschreitungen oder Transzendierungen der Persönlichkeit auskomme.⁷³ Die Kreativität ist nicht dem Experiment verpflichtet, sondern einer ästhetischen Ökonomie, in der selbst Zeichen und Symbole mehr «Erregungsinstrumente der Sinne und Affekte» als bloße Bedeutungsträger sind.⁷⁴

Die kulturwissenschaftliche Kontextualisierung alltagsästhetischer Selbstauszeichnung muss denn auch über eine primäre Kritik an gesellschaftlichen Ästhetisierungsprozessen hinausführen, insofern sich diese gewöhnlich weniger für die soziokulturellen Implikationen des Wandels als für dessen Effekte interessiert – bis hin zur Behauptung eines «Homo aestheticus» als «neue Leitfigur»⁷⁵ oder der angeblichen Ephemerisierung der Aufmerksamkeit durch globale Bilderfluten.⁷⁶ Um den digitalen Wandel in seiner alltagskulturellen Dimension zu verstehen, sind solche verengenden Perspektiven jedoch wenig zielführend, zumal damit weder den sozialen Anrufungen noch den eigensinnigen Potenzialen Rechnung getragen wird, die sich bezüglich der von Reckwitz beschriebenen Dopplung von kreativem Imperativ und Kreativitätswunsch beobachten lassen. Gerade auch vor diesem Hintergrund müssen die Widersprüche und Ambivalenzen interpretiert werden, die sich aus der medialen Überformung und Recodierung populärkultureller Inhalte und nationaler Diskurse ergeben.

Forschungsfeld und Untersuchungsgegenstand

Im Zentrum der vorliegenden Studie stehen die (inter)medialen Praktiken und ästhetischen Artefakte von Jugendlichen und jungen Erwachsenen, die im deutschsprachigen Europa leben und aufgewachsen sind und welche sich selbst als von serbischer, kosovarischer, kroatischer, bosnisch-herzegowinischer, montenegrinischer oder mazedonischer Herkunft bezeichnen. «Jugend» wird dabei nicht als einheitliche Lebensphase verstanden, da unter-

71 Reckwitz 2012, S. 347.

72 Hans Ulrich Reck: Index Kreativität. Köln 2007b, S. 158.

73 Ebd., S. 158.

74 Reckwitz 2012, S. 194.

75 Wolfgang Welsch: Das Ästhetische – eine Schlüsselkategorie unserer Zeit?, in: ders. (Hg.): Die Aktualität des Ästhetischen. München 1993, S. 13–47, hier S. 20–22.

76 Vgl. Douglas Rushkoff: Present Shock. Wenn alles jetzt passiert. Freiburg 2014.

schiedliche gesellschaftliche Strukturen, insbesondere die Strukturen der sozialen Ungleichheit (Klassen, Schichten, Milieus), in Verbindung mit den Vorgaben des Bildungssystems und mit gesellschaftlichen Geschlechternormen dazu führen, dass die Jugendphase sehr unterschiedlich ausgeprägt sein und verlaufen kann.⁷⁷ Das Feld der sozialen AkteurInnen wird demnach nicht primär durch deren Alter bestimmt,⁷⁸ sondern aufgrund

- geteilter jugendkultureller Präferenzen und Lebensstile,
- biografischer Bezüge zu den jugoslawischen Nachfolgestaaten sowie der in diesem Zusammenhang gemachten Erfahrungen von Zuschreibung und Diskriminierung,
- eines Wohnorts im deutschsprachigen Europa, mit Schwergewicht auf der Schweiz,
- von Deutsch als primärer Kommunikationssprache im Social Web.⁷⁹

Die Betonung soziokultureller, biografischer und lebensweltlicher Bedingungen unterscheidet das Feld von einer primär demografischen Strukturierung aufgrund des Alters, der Nationalität oder des «Migrationshintergrunds» der AkteurInnen. Zwar ist der Begriff Migrationshintergrund in den Sozialwissenschaften, den Erziehungs- und Bildungswissenschaften und auch in der Kulturanthropologie geläufig, um auf Personen hinzuweisen, deren Eltern im Ausland geboren sind.⁸⁰ Als Alternative zu dieser demografisch orientierten Perspektive hat in den vergangenen Jahren in kulturanthropologischen Kontexten der Begriff des Postmigrantischen an Bedeutung gewonnen. Der von der Theatermacherin Shermin Langhoff um die Jahrtausendwende eingeführte und in der kritischen Migrationsforschung (weiter)entwickelte Begriff fokussiert auf die Lebensweisen und Verortungsstrategien von MigrantInnen und deren Nachkommen, die immer auch als konstitutiv für gesellschaftliche

77 Vgl. Albert Scherr: *Jugendsoziologie. Einführung in Grundlagen und Theorien*. Wiesbaden 2009, S. 24.

78 Allerdings hat sich gezeigt, dass sich der Grossteil der AkteurInnen, insofern dies verifizierbar war, im Altersspektrum zwischen 15 bis 20 Jahren bewegt.

79 Der Fokus der Forschung liegt auf der deutschsprachigen Kommunikation respektive auf Onlineprofilen, Facebook-Seiten und Internetforen, die in deutscher Sprache administriert sind. Zur Analyse von in serbischer, kroatischer, mazedonischer, montenegrinischer, bosnischer oder albanischer Sprache verfassten Textbotschaften konnte sich der Verfasser auf die Expertise von muttersprachlichen Lesern verlassen.

80 Der Begriff wird auch von Bundesstellen wie Statistik Schweiz oder dem deutschen Statistischen Bundesamt verwendet, die damit weitgehend den Census-Empfehlungen der United Nations Economic Commission for Europe entsprechen, vgl. United Nations Economic Commission for Europe: *Conference of European Statisticians Recommendations for the 2010 Censuses of Population and Housing*. New York, Genf 2006, S. 84.

Wirklichkeiten verstanden werden.⁸¹ Angeführt wird damit eine an Michel Foucaults Genealogiekonzept und postkoloniale Theorien angelehnte Perspektive, in deren Fokus die «Verschränkungen, Überschneidungen und Übergänge» stehen und die es ermöglicht, «lebensnahe Zugänge zur Wirklichkeit» von MigrantInnen zweiter und dritter Generation zu eröffnen.⁸² Kijan Espahangizi folgend, liegt die gesellschaftsanalytische Qualität einer postmigrantischen Perspektive darin, dass «das Migrantische» gerade nicht an Personen oder Bevölkerungsgruppen festgemacht wird,⁸³ sondern an den lebensweltlichen Realitäten, in denen die politischen, soziokulturellen und sozioökonomischen Verhältnisse zum Ausdruck kommen, mit denen MigrantInnen und ihre Kinder konfrontiert sind.⁸⁴ Diese Verhältnisse spiegeln sich in den (alltäglichen) Praktiken, Diskursen und Ikonografien, die im Zentrum dieses Buches stehen. Das Konzept des Postmigrantischen ist für die vorliegende Untersuchung auch darum ein geeigneter Analyserahmen, weil es eine Sicht auf alltagskulturelle Praktiken nahelegt, die quer zu gesellschaftspolitischen Diskursen und sozialwissenschaftlichen Zugängen liegt, in denen Jugendliche mit migrationsbezogenen Biografien kulturalistisch als zwischen zwei Kulturen lebend angerufen werden. Rosa Reitsamer und Rainer Prokop weisen zu Recht darauf hin, dass die Rede von den zwei Kulturen die Vorstellung einer «zerrissenen Generation» impliziert, deren Angehörige orientierungslos und zwischen gegensätzlichen «Kulturen» gefangen seien.⁸⁵

Ein anderer begrifflicher Vorschlag, der stärker die mediale Seite (post) migrantischer Lebenswelten in den Vordergrund rückt und aus diesem Grund erwähnt werden soll, ist der von Andreas Hepp eingeführte Begriff «mediale Migranten». Hepp betont damit, dass das Leben von Personen mit Migrationshintergrund nicht anders als das anderer Mitteleuropäer geprägt ist durch

81 Erol Yildiz, Marc Hill: Einleitung, in: dies. (Hg.): Nach der Migration. Postmigrantische Perspektiven jenseits der Parallelgesellschaft. Bielefeld 2014, S. 11. Zur Diskussion des Begriffs vgl. unter anderem Erol Yildiz: Postmigrantische Perspektiven, in: Aysun Doğmuş, Yasemin Karakaşoğlu, Paul Mecheril (Hg.): Pädagogisches Können in der Migrationsgesellschaft. Wiesbaden 2016, S. 71–84; Naika Foroutan: Postmigrantische Gesellschaften, in: Heinz Ulrich Brinkmann, Martina Sauer (Hg.): Einwanderungsgesellschaft Deutschland. Entwicklung und Stand der Integration. Wiesbaden 2016, S. 227–254.

82 Ebd., S. 12.

83 Kijan Espahangizi: *Das #Postmigrantische ist kein Kind der Akademie* (2016), www.geschichtedergegenwart.ch.

84 Vgl. Vassilis Tsianos, Juliane Karakayali: Rassismus und Repräsentationspolitik in der postmigrantischen Gesellschaft, in: Aus Politik und Zeitgeschichte, 64 (2014), S. 33–39.

85 Rosa Reitsamer, Rainer Prokop: Postmigrantischer HipHop in Österreich. Hybridität. Sprache. Männlichkeit, in: Erol Yildiz, Marc Hill (Hg.): Nach der Migration. Postmigrantische Perspektiven jenseits der Parallelgesellschaft. Bielefeld 2014, S. 251–270, hier S. 251.

eine umfassende Medialisierung der Alltagswelten.⁸⁶ Dies betrifft auch die Vorstellung einer (gemeinsamen) Herkunft, deren Konstruktion geprägt ist von «Medienbildern».⁸⁷ Vermittelt sind diese Bilder einerseits über den medialisieren Austausch mit Akteuren aus den «Herkunftsändern» und den Konsum von «Herkunftsmedien», andererseits durch die Kommunikation mit anderen MigrantInnen, aber auch durch alltagsweltliche Erfahrungen und Zuschreibungen, die von Medienbildern geprägt sind. Angesichts der von Thomas Hengartner konstatierten «Durchdringung der Lebensgestaltung durch Medien und Technik»⁸⁸ wäre jedoch zu fragen, inwiefern eine begriffliche Betonung der «*medialen* Migranten» die analytische Perspektive erweitert respektive ob Migration im europäischen Kontext nicht per se ein Phänomen darstellt, das von einem ausgeprägten Umgang mit Medien und Medientechnik begleitet wird.

Der Schwerpunkt dieser Studie liegt auf den medialen Praktiken von in der Schweiz wohnhaften jungen Frauen und Männern. Die ethnografische Untersuchung muss jedoch über eine nationalstaatliche Rahmung des Feldes hinausweisen: Nur so kann die Kommunikation in ihrer translokalen Erstreckung und transkulturellen Fundierung angemessen ethnografiert werden.⁸⁹ Die an der Kommunikation beteiligten AkteurInnen, Praktiken, Artefakte, Bedeutungen und Imaginationen werden dabei, mit Gisela Welz gesprochen, als «*moving targets*» in den Blick genommen,⁹⁰ deren ethnografische Begleitung durch unterschiedliche soziale, kulturelle und mediale Kontexte führt. Damit bezieht sich die ethnografische Seite der Untersuchung stärker auf die interdisziplinären Konzepte der Mobility und der Mobile Culture Studies als eine klassische sozial- und kulturwissenschaftliche Migrationsforschung, insofern es hier nicht nur um die grenzüberschreitende Mobilität von Menschen geht, sondern auch um die Mobilität von Kommunikation und Repräsentation.⁹¹ Der Anspruch und

86 Andreas Hepp, Cigdem Bozdog, Laura Suna: *Mediale Migranten. Mediatisierung und die kommunikative Vernetzung der Diaspora*. Wiesbaden 2011, S. 9.

87 Ebd., S. 9.

88 Hengartner 2009, S. 38.

89 In der gegenwärtigen Kulturanthropologie besteht weitgehend Konsens darüber, dass nationalstaatliche Grenzen gerade im Bereich der Migrations- und Mobilitätsforschung keine sinnvolle Rahmung des Forschungsfelds darstellen. Es besteht die Gefahr, dass die künstliche Beschränkung der Forschung auf einen durch nationalstaatliche Grenzen definierten Raum ein Kulturverständnis reproduziert, in dem Nationalstaatlichkeit als ein «Container» (Ulrich Beck) verstanden wird, der die Gesellschaft gegen aussen abschirmt. Ulrich Beck: *Was ist Globalisierung? Irrtümer des Globalismus – Antworten auf Globalisierung*. Frankfurt am Main 1997, S. 49–54.

90 Vgl. Welz 1998.

91 Johanna Rolshoven: *Mobile Culture Studies – Kulturwissenschaftliche Mobilitätsforschung als Beitrag zu einer bewegungsorientierten Ethnographie der Gegenwart*,

die Herausforderung der ethnografischen Arbeit liegt dabei darin, um die Forderung von Johanna Rolshoven aufzugreifen, «den Bewegungen von Menschen, Dingen, Wissen und Ideen zu folgen», dabei aber auch das «ortsfixierte und fixierende Prinzip» der Wissenschaften einer kritischen Reflexion zu unterziehen.⁹² Vor diesem Hintergrund wird eine Empirie vorgeschlagen, die sich auf folgende Aspekte des medialisierten doing ethnicity konzentriert:

- die *Praktiken* der Produktion, Distribution und Rezeption von Medieninhalten durch digitale ICT- und Kameratechnik inklusive der Aneignung und Modifikation bestehender Inhalte sowie deren sprachlicher Kontextualisierung durch Bildunterschriften oder Kommentare,
- die dabei relevanten visuellen und audiovisuellen *Medienformate* (digitale Bilder und Videos),
- die in diesen dargestellten *Medieninhalte* (fotografisch, filmisch und grafisch dargestellte Situationen, Inszenierungen, Symbole und Orte und die mit diesen verbundenen Bedeutungen),
- die an der Produktion, Distribution und Rezeption der Medieninhalte und -formate beteiligten *technischen Geräte* wie Smartphones und Kameras sowie entsprechende *Softwareapplikationen*,
- die Kommunikationsumgebungen des Social Web, in welchen die *Medienformate* veröffentlicht und verhandelt werden.

Im Zentrum der Empirie stehen die Social-Networking-Sites Netlog und Facebook sowie die Videoplattform YouTube. In die Untersuchung einbezogen werden, sofern zugänglich, persönliche Onlineprofile und Webgalerien wie auch ethnisch orientierte, vornehmlich deutschsprachige Facebook-Seiten, die inhaltlich auf einzelne Balkanstaaten oder auf die Balkanregion fokussieren. Als populäre Plattformen dieser Art nennen lassen sich zum Beispiel die Seiten «Serben bringen Glück, bre» (21 374 Likes),⁹³ «Gefällt mir weil ich Albaner bin» (63 222 Likes)⁹⁴ oder «Ich liebe den Balkan» (51 962 Likes).⁹⁵ Ergänzt wird das zwischen 2010 und 2015 erhobene Korpus durch Interviews und Bilder, die im Rahmen des Forschungsprojekts «Migration Design. Codes, Identitäten, Integrationen» (2008–2010) gewonnen wurden.⁹⁶

in: Sonja Windmüller, Beate Binder, Thomas Hengartner (Hg.): Kultur – Forschung. Zum Profil einer volkskundlichen Kulturwissenschaft. Berlin 2009, S. 91–101, hier S. 92. Zu den Ansätzen der Mobility Cultural-Studies vgl. John Urry: *Sociology Beyond Societies. Mobilities for the Twenty-first Century*. London 2000.

92 Ebd.

93 Serben bringen Glück, bre, www.facebook.com (2013).

94 [Gefällt mir weil ich Albaner bin, www.facebook.com](http://www.facebook.com) (2012).

95 Ich liebe den Balkan, www.facebook.com (2012).

96 Das Projekt wurde gefördert von der Kommission für Technologie und Innovation (KTI) des Bundes und der Jacobs Foundation. Durchgeführt wurde es an der Zürcher

Methodische Überlegungen

Die heterogene Beschaffenheit von Forschungsfeld und Untersuchungsgegenstand erfordert einen adäquaten methodischen Zugang. Medienkonvergenz, Intermedialität und Transkulturalität verweisen auf Prozesse technischer, medialer und kultureller Entgrenzung, die mit auf Einzelphänomene fokussierenden Methoden kaum in ihrer Tiefe und Reichweite gefasst werden können. Demnach wurde mit einer Kombination unterschiedlicher Methoden aus dem Feld der Ethnografie und der Kulturanalyse gearbeitet. Insofern ist die vorliegende Arbeit auch ein Versuch, nicht nur zur Öffnung der akademischen und disziplinären Felder beizutragen, sondern auch (und damit verbunden) zur Öffnung, Kombination und Elaboration methodischer Zugänge. Dies betrifft sowohl die Erhebung wie auch die Analyse und Interpretation der im Social Web beobachteten Artefakte und (inter)medialen Praktiken, die an der Produktion, Distribution und Rezeption von Medienformaten und Medieninhalten beteiligt sind. Mittels ethnografischer und kulturanalytischer Instrumentarien wird versucht, den Wechselwirkungen und Verflechtungen zwischen verschiedenen Medien nachzugehen und zu analysieren, wie

Medien, Medieninhalte, -vorstellungen, -techniken etc. in unseren Alltag, in Arbeit, Beziehungsmanagement und Selbstausdruck, in Wissens-, Vorstellungs- und Denkhorizonte, in die Verhandlungen von Bedeutung und Sinn, in Praxen usw. eingegangen sind und die Art und Weise der Lebensgestaltung mitgestalten.⁹⁷

Dazu orientiert sich die Untersuchung an dem zur empirisch-kulturwissenschaftlichen Erforschung von Handyfilmen entwickelten Konzept der «medienweltlichen Ethnografie».⁹⁸ Mit der Wortzusammensetzung *medienweltlich* wird dabei auf den Lebensweltbegriff angespielt, wie er in der Wissenssoziologie von Alfred Schütz und Thomas Luckmann im Hinblick auf die «Konstruktion sozialer Wirklichkeit» verwendet wird.⁹⁹ Dass der Begriff «*lebensweltlich*» durch «*medienweltlich*» ersetzt wird, wie dies Holfelder und Ritter vorschlagen, meint jedoch nicht, «die Medien» dem «Alltag» gegenüberzustellen und Dichotomisierungen fortzuschreiben. Im Gegenteil wird damit gesagt, dass Medien nicht

Hochschule der Künste (Institut für Theorie) und der Universität Zürich (Institut für Populäre Kulturen, heute Institut für Sozialanthropologie und Empirische Kulturwissenschaft). Vgl. dazu Christian Ritter, Gabriela Muri, Basil Rogger (Hg.): *Magische Ambivalenz. Visualität und Identität im transkulturellen Raum*. Zürich, Berlin 2010.

97 Hengartner 2009, S. 33.

98 Holfelder/Ritter 2013.

99 Vgl. Alfred Schütz, Thomas Luckmann: *Strukturen der Lebenswelt*. Frankfurt am Main 1979; Holfelder/Ritter 2013, S. 2.

einfach als Vehikel sozialer Prozesse in den Alltag eingebunden sind oder vice versa Medien den Alltag abbilden, sondern in einer weitergehenden, komplexen Beziehung miteinander stehen.¹⁰⁰ In den Blick genommen werden dadurch explizit die Wechselwirkung zwischen der technischen, der ästhetischen und der sozialen Dimension der im WWW erhobenen Medienformate, also das Zusammenspiel von technischen Optionen, soziokulturellen Praktiken und ästhetischer Codierung. Die semiotische Dimension der Artefakte wird dabei immer auch bezüglich der Verbindungen analysiert, die sich zwischen diesen und anderen *Medieninhalten*, *Medienformaten* und *Medienumgebungen* sowie darüber hinaus im Zusammenspiel von virtueller Welt und «real life» ergeben.¹⁰¹ Unter der Prämisse, dass eine analytische Teilung in On- und Offline für Vorhaben kulturwissenschaftlicher Medienforschung in vielen Fällen «eher hinderlich» und den «vielfach analog-digital verschlungenen Praxen unangemessen» ist,¹⁰² erfolgt die ethnografische Untersuchung zum einen als Internetethnografie «*in, of and through the virtual*»,¹⁰³ zum anderen auch in lebensweltlichen Offline-Kontexten durch teilnehmende Beobachtung und Interviews. Wie Samuel Wilson und Leighton Peterson in ihren Überlegungen zu einer «Anthropology of Online Communities» ausführen, können die zwischen dem On- und Offline oszillierenden Praktiken der Kommunikation nur in einer gemeinsamen Betrachtung beider Kontexte genügend verstanden werden:

Such an approach involves bringing research back from cyberspace and virtual reality into geographical, social spaces, to address a variety of issues such as the ways in which new participants are socialized into online practices; how gendered and racialized identities are negotiated, reproduced, and indexed in online interactions; and how internet and computing practices are becoming normalized or institutionalized in a variety of contexts.¹⁰⁴

Die digitalen Bilder und Videoclips werden nicht als singuläre Artefakte erhoben, sondern immer mit Blick auf deren Einbindung in die vielgestaltigen Designs der Onlinekommunikation. So wie in der ethnografischen Feldforschung offline verbale Mitteilungen, Gesichtsausdrücke, Stimmlagen,

100 Holfelder/Ritter 2013, S. 2.

101 Ebd., S. 2 f.

102 Sanna Schondelmayer: Alltägliche Onlinepraxen und Offline(t)räume als Forschungsfelder der Europäischen Ethnologie, in: Berliner Blätter. Ethnografische und ethnologische Beiträge, 64 (2013), S. 17–28, S. 17.

103 Christine Hine: Virtual Ethnography. Modes, Varieties, Affordances, in: Nigel Fielding, Raymond Lee, Grant Blank (Hg.): The SAGE Handbook of Online Research Methods. Los Angeles 2008, S. 257–270, hier S. 65.

104 Samuel Wilson, Leighton Peterson: The Anthropology of Online Communities, in: Annual Review of Anthropology, 31/1 (2002), S. 449–467, hier S. 453 f.

Körpersprachen oder Kleidung der AkteurInnen Beachtung finden, sollen auch die Webdesigns, Typografien, Emojis oder Sounds berücksichtigt werden, sofern sich aus diesen für die Interpretation relevante Hinweise ableiten lassen.¹⁰⁵ Gerahmt werden die online erhobenen Daten durch Einzel- und Gruppeninterviews, die mit Schülerinnen aus zwei Zürcher Berufsintegrationsklassen geführt wurden. Die interviewten SchülerInnen hatten zur Hälfte einen biografischen Bezug zu den westlichen Balkanstaaten, die Eltern der restlichen Befragten stammen aus Ghana, Italien, Pakistan, Portugal, der Schweiz und Sri Lanka.¹⁰⁶ Durchgeführt wurden die Gespräche unter Einbezug der sozialwissenschaftlichen Methode der «photo elicitation».¹⁰⁷ Dazu wurden mit den Teilnehmenden einerseits Bilder aus der Internetrecherche besprochen, zum anderen Fotografien, die von den Jugendlichen im Vorfeld mit einer Einwegkamera hergestellt wurden, sowie Fotografien, welche die Fotografin Anne Morgenstern zusammen mit Jugendlichen in deren Freizeit aufgenommen hat. Ergänzend dazu wurden einzelne Jugendliche beim «Surfen» im Social Web gefilmt und in Echtzeit zu ihren Praktiken und Präferenzen befragt.¹⁰⁸

Mit der ethnografischen Erhebung und Interpretation eng verknüpft ist die semiotisch-ikonografische Analyse der erhobenen Daten. Diese fokussiert auf die Bedeutungsebene der Bilder und Videos und verortet diese innerhalb der gegenwärtigen und historischen visuellen Kultur. Berücksichtigt werden dabei jugend- und populärkulturelle wie kunst- und medienhistori-

- 105 Vgl. Angela Garcia, Alecea Standlee, Jennifer Beckhoff, Yan Cui: Ethnographic Approaches to the Internet and Computer-Mediated Communication, in: *Journal of Contemporary Ethnography*, 38/52 (2009), S. 52–84, hier S. 62.
- 106 Mit Blick auf das Spannungsfeld von Transkulturalität, und Ethnizität und unter der Prämisse, dass das Medienhandeln strukturell gerahmt ist durch soziale Praxen, war es wichtig, die Interviews zum doing ethnicity nicht auf AkteurInnen aus den jugoslawischen Nachfolgestaaten zu beschränken.
- 107 Zur «photo elicitation» als sozialwissenschaftlicher Methode vgl. Franceso Lapenta: Some Theoretical and Methodological Views on Photo-Elicitation, in: Eric Margolis, Luc Pauwels (Hg.): *The SAGE Handbook of Visual Research Methods*. London 2011, S. 201–213; Heinz Moser: *Visuelle Forschung – Plädoyer für das Medium Fotografie*, in: *MedienPädagogik*, 1/4 (2005), www.medienpaed.com.
- 108 Für genauere Informationen zum methodischen Design des transdisziplinären Forschungsprojekts «Migration Design» vgl. Christian Ritter: *Migration Design. Research on Aesthetic and Social Practices in the Context of Transcultural Identity Formation*, in: Yana Milev (Hg.): *D. A. A Transdisciplinary Handbook of Design Anthropology*. Bern 2013a, S. 918–926, sowie Ritter, Christian: *Die Mediatisierung der Sozialwelt als Gegenstand ethnografischer und künstlerischer Forschung. Methodische Überlegungen*, in: Ute Holfelder, Klaus Schönberger, Thomas Hengartner, Christoph Schenker (Hg.): *Kunst und Ethnografie – zwischen Kooperation und Ko-Produktion? Anziehung– Abstoßung – Verwicklung: Epistemische und methodologische Perspektiven*. Zürich (in Vorbereitung).

sche Kontexte, die sich zwischen diesen ergebenden inter- und transmedialen Verbindungen sowie deren Einbettung in die sozialen Praxen und gesellschaftlichen Bedingungen der jeweiligen Epochen. In Anlehnung an den Soziologen Ralf Bohnsack wird die Kommunikation im Medium Bild als eingelassen in atheoretische Wissensbestände verstanden, die das habituelle, routinisierte Handeln in wesentlichen Bereichen strukturieren.¹⁰⁹ Dieses verinnerlichte Wissen wird einerseits über bildhafte textliche Darstellungen wie Erzählungen, Beschriebe oder Metaphern vermittelt und eingeübt, andererseits über das ikonische Medium des Bildes. Der sozialwissenschaftlich orientierten Bildforschung geht es dabei um den «Wechsel von der Frage, *was* kulturelle oder gesellschaftliche Phänomene und Tatsachen *sind*, zur Frage, *wie* diese *hergestellt* werden».¹¹⁰ Diese von Erwin Panofsky angeleitete Bewegung von einer ikonografischen zu einer ikonologischen Interpretation eröffnet über die Ebene des Sichtbaren hinaus Zugänge zum «Erfahrungsraum der BildproduzentInnen», zu deren Habitus und Milieus¹¹¹ sowie zu den historischen Bedingungen ihrer jeweiligen Epoche.¹¹²

Der semiotisch-ikonografische Zugang der Untersuchung orientiert sich an Panofskys dreistufigem Interpretationsmodell, erweitert dieses jedoch um den Einbezug von in der Feldforschung und in der Internetrecherche erhobenen Daten.¹¹³ In einem ersten, an der *vorikonografischen Beschreibung* angelehnten Schritt wird bestimmt, welche Bedeutungsträger (Motive, Formen, Farben, Stimmungen) sich identifizieren und beschreiben lassen. Diesem Schritt nachgelagert ist die *ikonografische Analyse*. Sie dient dazu, die konventionelle, kontextabhängige Bedeutung der identifizierten Bildelemente zu erfassen und das ikonografische Thema der Bilder zu benennen. Dafür werden die Bilder unter anderem mit dem kulturellen Wissen der Jugendlichen kontextualisiert, das in den Interviews sowie mittels der im WWW erhobenen Kontextdaten (Bildunterschriften, Kommentare, Diskussionen,

109 Ralf Bohnsack: Zum Verhältnis von Bild- und Textinterpretation in der Sozialforschung, in: Barbara Friebertshäuser, Heide von Felden, Burkhard Schäffer (Hg.): *Bild und Text. Methoden und Methodologien visueller Sozialforschung in der Erziehungswissenschaft*. Opladen, Farmington Hills 2007, S. 21–45, S. 24.

110 Ebd.

111 Ebd., S. 26.

112 Die Nähe von Panofskys historisierendem und ikonografischem Ansatz zu Michel Foucaults Archäologie des Wissens und die Möglichkeit, das Konzept der Archäologie auch auf Bilder zu beziehen, wird von diesem selbst dargelegt in Michel Foucault: *Worte und Bilder*, in: ders.: *Schriften in vier Bänden. Dits et Ecrits*, Bd. 1: 1954–1969, hg. von Daniel Defert, François Ewald. Frankfurt am Main 2001, S. 794–797.

113 Erwin Panofsky: *Studien zur Ikonologie der Renaissance*. Köln 2008, S. 32.

Songtexte etc.) gewonnen wurde.¹¹⁴ Im dritten Schritt geht es im Sinne einer *ikonologischen Interpretation* schliesslich darum, die Bilder in einem übergeordneten Bedeutungshorizont zu verorten und die Bildelemente in ihrer symbolischen Funktion zu verstehen. Eine vergleichende Analyse hilft, Inhalt und Gestaltung der Bilder in Beziehung zu den visuellen Kulturen von Geschichte und Gegenwart zu setzen sowie Kenntnisse über historische und kulturelle Aspekte von Inhalt, Form und Thema der Bilder zu gewinnen. Dazu gehören auch die Bedingungen ihrer Herstellung, Distribution und Wahrnehmung.¹¹⁵ Damit diese Aspekte analytisch erschlossen werden können, werden neben Sekundärliteratur auch Darstellungen aus jugend- und populärkulturellen Kontexten sowie aus der Kunst- und Fotografiegeschichte oder der Amateurkultur herangezogen. Um Rückschlüsse auf die soziokulturelle und sozioökonomische Rahmung der erhobenen Bilder und Videos ziehen zu können, sollen diese vor dem Hintergrund der sozialen Situierung ihrer ProduzentInnen und RezipientInnen interpretiert werden. Dazu werden sie, soweit möglich, mit den on- und offline erhobenen Sozialdaten und Aussagen kontextualisiert, die Aufschluss über Alter, Geschlecht, Bildung sowie den soziokulturellen Hintergrund der jeweiligen AkteurInnen geben.

Nicht alle Aspekte dessen, was das Medium Bild ausmacht, lassen sich in einer ikonografischen respektive ikonologischen Perspektive ausreichend fassen. Zum einen besteht die Gefahr, dass die Bilder von den Forschenden als Illustration oder Repräsentation bestehender Wissensbestände gelesen werden, während ihr performatives Potenzial unberücksichtigt bleibt.¹¹⁶ Dies betrifft insbesondere den Prozess, in welchem aus einem inneren Bild (einem «Image») ein äusseres Bild entsteht. Es ist darum eine Aufgabe der Forschenden, die fragile Verbindung von Vorstellung und Artefakt aufzuspüren und ihren Spuren zu folgen. Zum anderen sehen ikonologisch orientierte Analysen oft darüber hinweg, dass jedes Bild eine an das Trägermedium gekoppelte Zeichenebene besitzt. Digitale Bilder werden mit Geräten hergestellt und durch diese dargestellt, deren Materialität (zum Beispiel des Displays) und

114 Vgl. dazu auch das von Winfried Marotzki und Katja Stoetzer aus biografie- und bildungstheoretischer Perspektive entwickelte Modell zur Bildinterpretation: Winfried Marotzki, Katja Stoetzer: Die Geschichten hinter den Bildern. Annäherungen an eine Methode und Methodologie der Bildinterpretation in biographie- und bildungstheoretischer Absicht, in: Winfried Marotzki, Horst Niesyto (Hg.): Bildinterpretation und Bildverstehen. Methodische Ansätze aus sozialwissenschaftlicher, kunst- und medienpädagogischer Perspektive. Wiesbaden 2006, S. 15–44, hier S. 20 f., sowie aus kulturwissenschaftlich-ethnografischer Perspektive Jutta Buchner-Fuhs: Die Fotobefragung – eine kulturwissenschaftliche Interviewmethode?, in: Zeitschrift für Volkskunde, 93 (1997), S. 189–216.

115 Ebd., S. 20–22.

116 Mieke Bal: *After-Images: Mère folle* (2010), www.nomadikon.net.

technische Leistungsfähigkeit (zum Beispiel Auflösung, Belichtung, Bildstabilität) sich in die Bedeutungsstruktur der Artefakte einschreiben. Sybille Krämer spricht diesbezüglich von «Spuren», insofern die technisch-ästhetische Dimension (die «Materialität») von Medien über die «Strukturen einer konventionalisierten Semantik» hinausweist, die davon ausgehen, ungestört Bedeutungen herzustellen und transportieren zu können.¹¹⁷ Anders als konventionelle Zeichen würden Medien durch ihre Materialität einen «Überschuss» an Sinn» und einen «Mehrwert» an Bedeutung» erzeugen, der von den Zeichenbenutzern weder intendiert noch ihrer Kontrolle unterworfen ist.¹¹⁸ Mit Hans Ulrich Reck ist allerdings darauf hinzuweisen, dass sich auch solche nicht intendierten semiotischen Operationen konventionalisiert und kontextabhängig vollziehen, sich die Materialität der Zeichen und die Dynamik der Medien den Festschreibungen von Intentionen und gesellschaftlichen Konventionen also nicht entziehen können.¹¹⁹ Dies ist etwa der Fall, wenn im Alltag die «schlechte» technische Qualität von Medien (zum Beispiel niedrige Bildauflösung, Unschärfe oder undeutlicher Ton) als besonders authentisch bewertet wird.¹²⁰ Entsprechend sind auch die Forschenden angehalten, die technischen Hinterlegungen der Bilder mitzudenken und hinsichtlich der Bedeutungsdimension des Visuellen (und Auditiven) zu interpretieren.

Aufbau des Buches

Das Buch besteht aus sechs Kapiteln und einem Schlussteil mit Ausblick. Im *ersten Kapitel*, «Ethnizität als Stellvertretercode», wird das Spannungsfeld beschrieben und theoretisiert, in welchem die Konstruktion, Aneignung und Umcodierung des Balkanischen in postmigrantischen Gesellschaften situiert ist. Beleuchtet werden historische ebenso wie gegenwärtige Mechanismen der Zuschreibung von Ethnizität und kultureller Identität, aber auch die Frage, wie diese als soziale Ressourcen narrativ produktiv gemacht werden können. Damit bildet das Kapitel eine Matrix für die Einordnung und Interpretation der in den nachfolgenden Teilen diskutierten Empirie. Das *zweite Kapitel*, «Intermedialität im postmigrantischen Alltag», richtet den Fokus auf den Zusammenhang von Transkulturalität und Intermedialität in der jugendkulturellen Alltagskommunikation. Dabei wird gezeigt, wie Themen und Inhalte aus

117 Krämer 1998, S. 78 f.

118 Ebd., S. 79.

119 Hans Ulrich Reck: Kunst als Medientheorie. Vom Zeichen zur Handlung. München 2003, S. 109.

120 Vgl. dazu am Beispiel des Medienformats Handyfilme Ute Holfelder, Christian Ritter: Handyfilme als Jugendkultur. Konstanz, München 2015.

verschiedenen diskursiven Feldern nicht nur rezipiert, sondern durch die Nutzung digitaler Kameratechnik und Bildbearbeitungssoftware aktiv aufeinander bezogen werden. Im *dritten Kapitel*, «Aneignung nationaler Symbole», wird nachgezeichnet, wie Symbole und Narrative aus den nationalen Diskursen der (elterlichen) Herkunftsländer im Alltag angeeignet und mit jugend- und populärkulturellen Bedeutungen überformt werden. Der Schwerpunkt dieser Analyse liegt zum einen auf den ambivalenten Inszenierungen von Ethnizität als jugendkulturelle Identität und subalterne «Aussenseiterkultur», zum anderen auf der Bedeutung der jugoslawischen Desintegration in den 1990er-Jahren als Horizont postmigrantischer (Selbst-)Narration. Auch das *vierte Kapitel*, «Flagge, Körper, Bild», geht vom Umgang mit nationalen Symbolen zum aus. Die Analyse fokussiert dabei auf die fotografische Praxis, durch welche der Körper als Träger nationaler Symbole performiert und in Szene gesetzt wird. Es wird gezeigt, wie kulturelle Praktiken und ästhetische Konventionen im fotografischen *doing ethnicity* von Bedeutung sind, welche über das Social Web hinaus und auf ganz unterschiedliche, gegenwärtige sowie historische Kontexte der visuellen Kultur verweisen. Im Zentrum des *fünften Kapitels*, «Balkanbilder», steht die fotografische Konstruktion des Balkans aus postmigrantischer Perspektive. Konkret geht es um die Bilder, mittels deren die Jugendlichen ihre (oft konflikthafter) Erfahrungen im Kontakt mit den Alltagskulturen der elterlichen Herkunftsländer verhandeln, aber auch um die kollektive Imagination des Balkans als Ort gemeinsamer Herkunft. Das *sechste Kapitel*, «Balkan-Style», beschäftigt sich mit der intersektionalen Konstruktion des Balkanischen als ein transkultureller Lebensstil und dessen Rahmung durch die visuelle Kultur. In diesem Kapitel wird dargelegt, wie soziale und ethnizierende Zuschreibungen als Aspekte eines jugendkulturellen Stils repräsentiert werden – und wie dabei Stereotype aus den populärkulturellen Diskursen der Balkanregion, aber auch aus der globalen Konsumkultur angeeignet und ins *doing ethnicity* integriert werden. Abgerundet wird das Buch durch einen *Schluss teil*, der die wichtigsten Erkenntnisse aus der Untersuchung zusammenfasst und weiterführende Perspektiven für eine kulturwissenschaftliche Medienforschung skizziert.

1 Ethnizität als Stellvertretercode

Dieses Kapitel thematisiert die offenen und verborgenen Mechanismen, durch welche in der Schweiz lebende Jugendliche und junge Erwachsene als «vom Balkan» repräsentiert werden. Es zeigt, wie Vorstellungen des «Balkanischen» im Alltag angerufen und zugeschrieben, aber auch – als eine Form von Stigmatisierung – angeeignet und übernommen werden.¹²¹ Dazu wirft das Kapitel Schlaglichter auf historische und gegenwärtige Diskurse, mittels deren stereotype Bilder des Balkans und des Balkanischen hervorgebracht und vermittelt werden. Aus kulturtheoretischer Perspektive wird argumentiert, dass sich Zuschreibungen wie Ethnizität, Geschlecht und sozio-ökonomischer Status im Alltag überschneiden, die Jugendlichen daraus aber auch alternative Erzählungen entwickeln und soziale Handlungsmächtigkeit (im Sinne von «agency») erreichen können. «Ethnizität» wird dabei als ein für unterschiedliche soziale Problematiken, Zuschreibungen und Imaginationen offener Code interpretiert, über den symbolische Differenzen vermittelt und verhandelt werden.

Balkanmigration und die postmigrantische Schweiz

Der Schweiz kommt als Schauplatz postmigrantischer Inszenierungen des Balkanischen eine besondere Rolle zu. Dies ist zum einen demografisch begründet, zum anderen durch die Intensität gesellschaftspolitischer Debatten um die «Integration» von Jugendlichen und jungen Erwachsenen aus den Balkanstaaten. Die Geschichte der Migration aus der Balkanregion in die Schweiz reicht bis ins 19. Jahrhundert. Das «Historische Lexikon der Schweiz» berichtet von «vielen Serben», die bereits vor 1878, noch zu Zeiten osmanischer Herrschaft, in der Schweiz gelebt und studiert haben, unter anderem der an der ETH Zürich immatrikulierte spätere Regierungschef des Königreichs Serbien und des Königreichs der Serben, Kroaten und Slowenen, Nikola Pašić.¹²² Vor dem Ersten Weltkrieg hielten sich 1200 Serben in

121 Die Bezeichnungen «balkanisch» respektive «das Balkanische» werden in der vorliegenden Arbeit dezidiert als Konstruktionen betrachtet, denen keine empirische Evidenz zukommt. Sie werden ausschliesslich in ihrer diskursiven Verwendung als Gegenstand der Analyse verwendet. Auf eine durchgehende Auszeichnung der Begriffe in Anführungszeichen wird im Folgenden zugunsten besserer Lesbarkeit verzichtet.

122 Therese Steffen Gerber: Serbien, in: Historisches Lexikon der Schweiz, Bd. 11, Basel 2011, S. 449.

der Schweiz auf, die meisten zu Studienzwecken an den Schweizer Hochschulen.¹²³ Im Jahr 1930 lebten 1081 Jugoslawen in der Schweiz. Deren Zahl stieg als Folge der Internierung jugoslawischer Partisanen bis zum Ende des Zweiten Weltkriegs auf rund 5000, von denen ungefähr 700, der grösste Teil königstreue Tschetniks, nach 1945 in der Schweiz blieben.¹²⁴ In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts nahm die Zahl von EinwanderInnen aus der Sozialistischen Föderativen Republik Jugoslawien massiv zu. Der Mangel an Arbeitskräften in der Schweiz in den 1950er- und 1960er-Jahren schuf Möglichkeiten für eine Vielzahl von ArbeitsmigrantInnen, vor allem aus dem südöstlichen Europa. Während der Zeit des Kalten Krieges befand sich Jugoslawien zwischen den Einflussphären der damaligen Machtblöcke.¹²⁵ Um auf die drohende Abwanderung von (insbesondere hoch qualifizierten) Personen in den Westen zu reagieren, versuchte das sozialistische Jugoslawien die Emigration mit der Durchsetzung strenger Ausreisevorschriften zu verhindern. Ab Mitte der 1960er-Jahre öffnete sich Jugoslawien als einziges sozialistisches Land in Osteuropa für die Auswanderung seiner Staatsbürger, 1967 durch eine entsprechende Gesetzesänderung. Damit sollten berufliche Perspektiven für junge Leute aus ökonomisch rückständigen Gegenden eröffnet und so der trotz fortschreitender Industrialisierung drohenden Arbeitslosigkeit in Jugoslawien entgegengehalten werden. Zugleich erhoffte sich der Staat durch diese Massnahme einen Zufluss von im Ausland erwirtschafteter Devisen.

Ende der 1960er-Jahre wurde Jugoslawien zudem zu einem für die Schweiz wichtigen Land für die Rekrutierung von zumeist aus ländlichen Regionen stammenden Saisoniers. Entsprechend nahm die Zahl der Gastarbeiter aus Jugoslawien ab diesem Zeitraum kontinuierlich zu. Ab 1983 erhöhte sich unter den Vorzeichen der jugoslawischen Desintegration auch die Anzahl der Asylgesuche von Personen aus der Volks- beziehungsweise Bundesrepublik Jugoslawien. Ein Grossteil der ab 1992 gestellten Anträge stammte von Albanern aus dem Kosovo.¹²⁶ Als Folge der sogenannten ethnischen Säuberungen durch das Milošević-Regime im Kosovo stieg deren Anzahl in den späten 1990er-Jahren rapide an, sank später jedoch wieder. Ende 2014 lebten in der Schweiz rund zwei Millionen Personen mit ausländischer Staatsange-

123 Ebd.

124 Therese Steffen Gerber: Jugoslawien, in: Historisches Lexikon der Schweiz, Bd. 6, Basel 2007, S. 845–847.

125 Der Abschnitt paraphrasiert im Wesentlichen die Überlegungen von Hans-Peter von Aarburg und Sarah Gretler, vgl. Hans-Peter von Aarburg, Sarah Gretler: *Kosova-Schweiz. Die albanische Arbeits- und Asylmigration zwischen Kosovo und der Schweiz (1964–2000)*. Wien 2008, S. 17 f.

126 Vgl. Steffen Gerber 2007.

hörigkeit (1 998 459). Zusammengenommen bilden davon Personen mit kosovarischer (99 799), serbischer (78 092),¹²⁷ mazedonischer (63 516), bosnisch-herzegowinischer (32 583), kroatischer (29 940), slowenischer (4417) und montenegrinischer (2537) Staatsangehörigkeit mit einem Anteil von rund 15,5 Prozent (310 844) an der ständigen Wohnbevölkerung ausländischer Herkunft die grösste demografische Gruppe, noch vor Personen mit italienischer (306 414), deutscher (298 027) und portugiesischer (267 748) Staatsangehörigkeit.¹²⁸ Nicht ausgewiesen sind in diesen Zahlen diejenigen Personen, die über einen «Migrationshintergrund» verfügen, jedoch im Besitz der Schweizer Staatsangehörigkeit sind. Laut der Strukturhebung der eidgenössischen Volkszählung 2014 verfügen in der für die vorliegende Untersuchung relevanten Kohorte der 15- bis 24-Jährigen rund dreizehn Prozent über einen «Migrationshintergrund», haben also Eltern, die im Ausland geboren sind.¹²⁹

Entgegen ihren heterogenen Migrationsgeschichten, Nationalitäten und sozioökonomischen Hintergründen werden Personen mit (post)jugoslawischer Herkunft in den gesellschaftlichen Diskursen der Schweiz oft pauschalisierend als «vom Balkan» oder, synonym dafür, als «Jugos» angerufen. Während in der jugendkulturellen Konstruktion von Ethnizität das Balkanische ein wichtiger Bezugsrahmen für die Artikulation und Verhandlungen geteilter Erfahrungen und Wertvorstellungen darstellt, wird die Anrufung als «Jugoslawe» grossteils abgelehnt. Zwar wird auch in der jugendkulturellen Selbstnarration das «Jugoslawische» zum Teil synonym für das Balkanische gebraucht, etwa wenn Lebensstilattribute als «Jugo Style» bezeichnet werden, zum Beispiel wenn eine junge Frau mit Usernamen «playgirl30» aus Norddeutschland auf ihrem Onlineprofil schreibt: «... wir sind sexy wir sind geil, das ist unser Jugo Style ...»¹³⁰ Jugoslawien als ethnische Bezeichnung findet jedoch nur wenig Verwendung und wird insbesondere von kroatischen, bosniakischen und albanischen Jugendlichen abgelehnt und als Synonym für «Serbien» interpretiert. Dies veranschaulicht ein auf dem Lifestyleportal *tilate.ch* geschriebener Kommentar zu einem Artikel, der unter dem Titel «Eine Partynacht unter «Jugos»» von einer «Balkanparty» im Zürcher Club Elite berichtet. Ein User namens «stolzer Kroat» beklagt sich darin über die kollektive

127 Inklusive Personen, die noch nicht einem Nachfolgestaat des ehemaligen Serbien und Montenegro zugeteilt werden können.

128 Bundesamt für Statistik: Bilanz der ständigen Wohnbevölkerung nach Staatsangehörigkeit, 2014.

129 Bundesamt für Statistik: Ständige Wohnbevölkerung ab 15 Jahren nach Migrationsstatus, 2014.

130 *Jugo Style*, www.playgirl30.elf24.de.

Bezeichnung der «Balkaner» als «Jugos», gegen die er sich in seinem Alltag wehren muss:

ee sorry, aber ich denke jugoslawien gibt es shon seit mehr als 15 jahren nicht mehr oder? und nur serben können sich als jugos bezeichnen. das ist echt herablassend für uns balkaner ... ich kämpfe jeden tag am arbeitsplatz damit sie mir nicht mehr jugo sagen und dann kommt so ein bericht. sorry aber dieser beitrage ist echt niveaulos.¹³¹

Aber nicht nur im Kontext von Schule, Beruf und Freizeit, auch in den Schweizer Massenmedien finden sich Beispiele für die Rede von «Ex-Jugoslawien» oder «Ex-Jugoslawen», etwa wenn im «Tages-Anzeiger» zu lesen ist, dass im Schuljahr 2012/13 «23 Prozent der ausländischen Schüler in der obligatorischen Stufe aus Ex-Jugoslawien» kamen. Dies obwohl notabene keines dieser Kinder zu Zeiten der Republik Jugoslawien bereits geboren war.¹³²

Problematisierung und Diskursivierung des Balkans

Mit der Zuwanderung aus dem südöstlichen Europa¹³³ hat sich auch das Bild des Balkans und dessen BewohnerInnen in der schweizerischen Gesellschaft verfestigt und an Bedeutung gewonnen. Sichtbar wird dies in den hegemonialen Diskursen von Massenmedien und Politik ebenso wie in der Alltagskultur, und nicht zuletzt auch in den Diskursen der EinwanderInnen und deren Kindern. Die Vorstellung des Balkans als kulturelle und mentale Disposition ist dabei ebenso diffus wie belastet mit historischen Konstruktionen von Kultur. Maria Todorova hat gezeigt, wie sich der Begriff Balkan ab Mitte des 19. Jahrhunderts als Bezeichnung für die Region der Balkanhalbinsel gegenüber anderen Bezeichnungen wie «europäische Türkei» etablierte.¹³⁴ Geografisch wie politisch existieren unterschiedliche Vorstellungen darüber, welche der heutigen Staaten zur Balkanregion zählen. Die Definitionen des Balkans, so Todorova, sind dabei zumeist einer «Struktur geografischer, politischer, historischer, kultureller, ethnischer, religiöser und ökonomischer Kriterien gefolgt», am häufigsten jedoch «einer Kombination von Kriterien».¹³⁵ Todorova nennt Albanien, Bulgarien, Griechenland, Rumänien und die Län-

131 Eine Partynacht unter «Jugos», www.tilllate.com (2012).

132 Wo es die meisten fremdsprachigen Schüler gibt, blog.tagesanzeiger.ch (2015).

133 «Südöstliches Europa» wird hier bewusst als geografische Bezeichnung von dem durch den Nationalsozialismus bestimmten geopolitischen Begriff Südosteuropa abgesetzt, vgl. Maria Todorova: Die Erfindung des Balkans. Europas bequemes Vorurteil. Darmstadt 1999, S. 50 f.

134 Ebd., S. 49.

135 Ebd., S. 52.

der der ehemaligen Republik Jugoslawien mit Ausnahme von Slowenien als die Staaten des Balkans. Einen Sonderfall bildet Kroatien, insofern ein erheblicher Teil der heute von Kroaten bewohnten Gebiete für lange Zeit unter osmanischer Herrschaft stand.¹³⁶

Im alltäglichen Gebrauch wird die Bezeichnung «Balkan» in der Schweiz praktisch ausschliesslich als Bezeichnung für die Länder und Regionen des ehemaligen Jugoslawiens verwendet – oft in herabwürdigender Weise und in Verbindung mit stereotypen Zuschreibungen von Lebensstil, Moral und Mentalität.¹³⁷ In den Aushandlungen symbolischer Positionen und speziell in identitätspolitischen Diskursen werden Imaginationen des Balkans, der «dort» lebenden Menschen, ihrer Werte und Ideen reproduziert und reformuliert, welche das westliche Bild des südöstlichen Europas seit dem 19. Jahrhundert prägen. Frühe Beispiele dieser Art finden sich in Reiseberichten, Literaturen und Presseartikeln, die vom Leben in der Balkanregion berichten. Zu denken ist zum Beispiel an Karl Mays zwischen 1881 und 1888 erschienenen Orientzyklus, in dem Kara Ben Nemsis und seine Gefährten durch die gefährlichen «Schluchten des Balkan» reisen müssen und dabei mit Rache, Mord und List zu kämpfen haben.¹³⁸ Für solche literarischen Konstruktionen des Balkans als «kulturelle Imagination» und als «metaphorische Figur des Anderen Westeuropas»¹³⁹ gibt es zahlreiche Beispiele, auch für deren mediale Reformulierung im Zuge der kriegesischen Desintegration der Republik Jugoslawien zu Beginn der 1990er-Jahre.¹⁴⁰ Besonders wirkungsmächtigen Niederschlag fand die diskursive Zurichtung des Balkans in dem

136 Ebd., S. 54.

137 Dasselbe wie für den Begriff des Balkanischen gilt für die Bezeichnung «Balkan». Als analytische Kategorie wird der Begriff hier ausschliesslich verwendet, um die geographische Region zu bezeichnen, in welcher die von Todorova als Staaten des Balkans bezeichneten Länder liegen (wobei der Schwerpunkt auf den westlichen Balkanstaaten liegt). Wenn vom Balkan in einem kulturellen Sinn die Rede ist, dann immer als eine diskursive Konstruktion, die Gegenstand der Untersuchung ist.

138 Karl May: In den Schluchten des Balkan. Reiseerzählung. Bamberg 2003. Zur Rezeption Karl Mays in der Balkanregion vgl. Boris Prevšić: Karl May und seine Rezeption auf dem Balkan. Im Widerstreit imperialer und nationaler Kräfte, in: Martina Baleva, Boris Prevšić (Hg.): «Den Balkan gibt es nicht». Erbschaften im südöstlichen Europa. Köln, Weimar, Wien 2016, S. 79–92.

139 Tanja Zimmermann: Der Balkan zwischen Ost und West. Mediale Bilder und kulturpolitische Prägungen. Köln, Weimar, Wien 2014, S. 2.

140 Vgl. neben den bereits zitierten Beiträgen von Todorova und Zimmermann auch Maria Todorova: The Balkans: From Discovery to Invention, in: *Slavic Review*, 53/2 (1994), S. 453–482; Slavoj Žižek: The Spectre of Balkan, in: *The Journal of the International Institute*, 6/2 (1999); Vesna Goldsworthy: *Inventing Ruritania. The Imperialism of the Imagination*. New Haven, London 1998; David Norris: *In the Wake of the Balkan Myth. Questions of Identity and Modernity*. Basingstoke 1999.

Begriff Balkanisierung, der Ende des Ersten Weltkriegs benutzt wurde, um die Aufsplitterung geografischer und politischer Einheiten im östlichen und südöstlichen Europa in neue und «auf problematische Weise lebensfähige» Nationalstaaten zu beschreiben.¹⁴¹ Geografisch losgelöst von der europäischen Geschichte findet der Begriff seit der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts breit Anerkennung als Synonym für die «failed states» postkolonialer und postsozialistischer Staatenbildung – ein Konzept, das durch die Kriege in Bosnien und Kroatien in den 1990er-Jahren eine starke Rückbindung an seinen geopolitischen Ursprungskontext erfahren hat. Todorova spricht vom Begriff Balkan als einem «linguistischen Unkraut», das, «seiner ontologischen Basis beraubt», alle Differenzierungen überdeckt und zu einem «abstrakten Dämon» geworden ist.¹⁴² Der aus Slowenien stammende Philosoph Slavoj Žižek konstatiert gar einen balkanspezifischen Rassismus, über welche sich der Westen in Differenz zum Balkan positioniert und von dem drei Formen unterschieden werden können:

First, there is the standard, old-fashioned outright rejection of the (despotic, barbaric, Orthodox, Muslim, corrupted, orientalist ...) Balkan Otherness in the name of properly Christian, democratic, civilized Western values. Then there is the perception of Balkan as the terrain of ethnic savagery and intolerance, of the primitive irrational warrior passions, which stand opposed to the post-nation state liberal-democratic procedure of resolving conflicts through rational compromise, negotiation and mutual respect. Racism is here raised to the second power: it resides in the very way one attributes it to the Other, reserving for oneself the position of the neutral benevolent observer sincerely shocked at the horrors of what goes on down there. Finally, we have the inverted racism that celebrates the exotic authenticity of the Balkan Other, like the perception that Serbs display an exuberant vitality in contrast to an ossified Western Europe.¹⁴³

Aspekte dieser für die Konstruktion des Balkans typischen Formen von Rassismus werden auch in den Diskursen sichtbar, die sich mit der sozialen Position von MigrantInnen aus dem südöstlichen Europa beschäftigen. Dabei wird ein diffuses Wissen abgerufen, das sich weniger auf tatsächliche Erfahrungen bezieht als auf Vorstellungsbilder und Stereotype. Elisabeth Beck-Gernsheim spricht von einer für öffentliche Diskurse über Minderheiten und MigrantInnen typischen «Folklore des Halbwissens», durch welche ethnische Mythen, Klischees und Stereotype produziert und aktualisiert werden.¹⁴⁴ Stereotype

141 Todorova 1999, S. 56 f.

142 Ebd., S. 62.

143 Žižek 1999.

144 Elisabeth Beck-Gernsheim: *Wir und die Anderen. Kopftuch, Zwangsheirat und andere Missverständnisse*. Frankfurt am Main 2007, S. 12 f.

sind unkritische und reduktionistische Verallgemeinerungen, in deren Vollzug einer sozialen Gruppe bestimmte Eigenschaften zugesprochen werden. Aus sprachwissenschaftlicher Perspektive konturiert Uta Quasthoff den Begriff prägend als eine auf soziale Gruppen oder einzelne Personen gerichtete Überzeugung, die in Form eines Urteils in ungerechtfertigt vereinfachender und generalisierender Weise und mit emotional-wertender Tendenz bestimmte Eigenschaften oder Verhaltensweisen zu- oder abspricht.¹⁴⁵ Stereotype können sich typischerweise unabhängig von tatsächlichen Kontakten und Erfahrungen mit den adressierten Akteuren entwickeln – wobei das fehlende Interesse an einer kritischen Auseinandersetzung und Überprüfung der eigenen Vorstellungen, so Herman Bausinger, Stereotype besonders resistent gegenüber Veränderungen macht.¹⁴⁶

In den öffentlichen Diskursen um den Balkan sind es insbesondere junge Männer, die in reduktionistischen, oftmals negativen Repräsentationen von Andersheit angerufen werden. Exemplarisch dafür stehen Wortschöpfungen, die über die Massenmedien vermittelt auch Eingang in den alltäglichen Sprachgebrauch gefunden haben: Von «Balkanrasern»¹⁴⁷ ist die Rede oder von «Balkan-Machos»,¹⁴⁸ wie in der 2015 geführten Diskussion um junge Männer mit Migrationshintergrund, die ihre Mitschülerinnen physisch bedrängen und aufgrund ihres Geschlechts verbal herabsetzen würden. Dass solche Debatten auch Eingang ins politische Feld finden, verdeutlicht ein Beispiel aus dem Kanton Aargau. Der SVP-Angeordnete René Bodmer nahm den von der «SonntagsZeitung» lancierten Diskurs um die «Balkan-Machos» zum Anlass für eine parlamentarische Anfrage an den Regierungsrat. Bodmer verlangte eine Stellungnahme betreffend die Probleme, welche durch junge Männer aus den Balkanstaaten an den Schulen im Kanton Aargau hervorgerufen worden seien.¹⁴⁹ Laut Interpellationstext würden

145 Uta Quasthoff: Soziales Vorurteil und Kommunikation – eine sprachwissenschaftliche Analyse des Stereotyps. Ein interdisziplinärer Versuch im Bereich von Linguistik, Sozialwissenschaft und Psychologie. Frankfurt am Main 1973, S. 28.

146 Hermann Bausinger: Typisch deutsch? Wie deutsch sind die Deutschen? München 2000, S. 17.

147 [Zum Beispiel Politiker wollen mit drastischen Massnahmen Balkan-Raser stoppen, www.bazonline.ch](http://www.bazonline.ch) (2008), vgl. dazu auch Christina Bischoff: Blickregime der Migration. Images und Imaginationen des Fremden in Schweizer Printmedien. Münster 2016, S. 261–279.

148 Zum Beispiel Demütigen, bedrohen, schikanieren, www.sonntagszeitung.ch (2015); «Eine mit grossen Brüsten ist gleich eine Schlampe», www.blick.ch (2015).

149 Interpellation René Bodmer, SVP, Arni, vom 24. März 2015, betreffend Probleme an Aargauer Schulen, welche durch nicht integrationswillige und/oder integrationsfähige Knaben und Jugendliche aus dem Balkan hervorgerufen werden, www.ag.ch (2015).

nicht integrationswillige und/oder nicht integrationsfähige Knaben und Jugendliche, welche vornehmlich aus dem Balkan stammen, an Schweizer Schulen ihr patriarchalisches, frauen-verachtendes Weltbild durchsetzen.¹⁵⁰

Die Berichte der Medien, so Bodmer weiter, würden aufzeigen, dass «die gutgemeinten Bemühungen und die Auflockerung der Schweizer Bräuche und Gepflogenheiten zugunsten einer besseren Integration als gescheitert zu betrachten sind».¹⁵¹ Ähnliche Prozesse der Kulturalisierung adoleszenter und milieuspezifischer Problematiken lassen sich selbst im Feld der pädagogischen Praxis feststellen. So konnte eine im Rahmen des nationalen Forschungsprogramms «Religionsgemeinschaften, Staat und Gesellschaft» des Schweizerischen Nationalfonds durchgeführte Studie zu Religion und Ethnizität in der Schweiz zeigen, dass religiöse und «ethnisch-kulturelle» Differenzen auch im institutionellen Umfeld der Schulen zumindest teilweise reproduziert werden: Zum einen übernehme ein kleiner Teil der untersuchten SchülerInnen ethnische Fremdzuschreibungen und bringe diese im Kontext der Schule teils offensiv und provokativ ein. Die externen Fremdzuschreibungen würden dabei wie «selbsterfüllende Prophezeiungen» wirken, die sich in den Selbstzuschreibungen der Jugendlichen spiegeln.¹⁵² Zum anderen würden auch die Lehrpersonen Konflikte unter Jugendlichen aus unterschiedlichen Balkanstaaten, aber auch Konflikte, die junge Frauen mit ihren Eltern über ihre Selbstbestimmung austragen, nicht selten kulturalisieren, das heisst vorrangig vor dem Hintergrund von Nationalität und Herkunft der Beteiligten interpretieren. Andere Kontexte, etwa eine besondere familiäre Situation, die individuelle Persönlichkeit, soziale Herkunft, Bildungsniveau, mangelnde gesellschaftliche Anerkennung oder Diskriminierungserfahrungen, träten in der Interpretation solcher Konflikte in den Hintergrund.¹⁵³

150 Ebd.

151 Ebd.

152 Janine Dahinden, Kerstin Duemmler, Joëlle Moret: Religion und Ethnizität: Welche Praktiken, Identitäten und Grenzziehungen? Eine Untersuchung mit jungen Erwachsenen. Schlussbericht, Nationales Forschungsprogramm «Religionsgemeinschaften, Staat und Gesellschaft» (NFP 58). Neuchâtel 2011, S. 12.

153 Ebd., S. 11.

Ethnizität als Stellvertretercode

Die Imagination des Balkanischen wirkt aus verschiedenen Richtungen in die jugendkulturellen Selbstzuschreibungen von Ethnizität hinein: Eine erste Richtung verweist auf die Diskurse des Wohnlands, vor deren Hintergrund soziale Grenzziehungen oder milieuspezifische Problematiken auf die «Kultur» und «Herkunft» der Jugendlichen bezogen werden. Das Ergebnis solcher Prozesse bezeichnet Erving Goffman als Stigma, in diesem Fall als ein phylogenetisches Stigma, das auf «Rasse», Nation und Religion abzielt. Goffman beschreibt damit die Kluft zwischen normativer Erwartung und wahrgenommener Identität, die insbesondere dann bedeutsam wird, wenn sie von stark diskreditierender Wirkung ist. Dies ist etwa dann der Fall, wenn die Abweichung von der normativen Vorstellung als Fehler, Unzulänglichkeit oder Handicap wahrgenommen und bezeichnet wird.¹⁵⁴ Eine zweite Richtung hebt auf Prozesse der Stigmatisierung und Selbststigmatisierung innerhalb der in der Balkanregion verankerten Diskurse ab, die über Elternhaus, Herkunftsmedien und Peer-group-Kommunikation an die Jugendlichen vermittelt werden. Todorova beschreibt, wie die im Westen kreierte Rhetorik des Balkans und die sich daraus ergebende Zuschreibung und Stigmatisierung von «Balkanhaftigkeit» innerhalb der Balkanregion internalisiert wurde, betont aber auch deren Ambivalenz.¹⁵⁵ So diene das Balkanische für die ehemaligen Jugoslawen auch dazu, das Kroatische, das Serbische oder das Mazedonische etc. «rein und unschuldig zu erhalten», während ihnen dies zugleich ermögliche, «ihre dunkle Seite zu externalisieren».¹⁵⁶ Gemeinsam sei den Balkannationen der Konsens, «dass der Balkan existiert, dass es etwas gibt, was als Balkan definiert werden kann», und dies obwohl es «eine unerwünschte Kategorie oder Region sein mag».¹⁵⁷

In der postmigrantischen Alltagskultur finden sich jedoch auch Hinweise auf die Wandelbarkeit dieses Bildes: In den jugendkulturellen Konstruktionen und Verhandlungen von Ethnizität wird sichtbar, wie negative Konnotationen des Balkanischen angeeignet und positiv umgedeutet werden – als eine brüchige Mimikry an einer gemeinsamen Balkanidentität, die im Symbolischen «fast, aber doch nicht ganz»¹⁵⁸ zugleich begehrt und als Subjekt von Differenz gekennzeichnet wird. Ethnizität, so die These, ist dabei ein «Stellvertretercode», der je nach Situation und in unterschiedlicher Mediali-

154 Erving Goffman: Stigma. Über Techniken der Bewältigung beschädigter Identität. Frankfurt am Main 1967, S. 11.

155 Todorova 1999, S. 64 f.

156 Ebd., S. 83.

157 Ebd., S. 88.

158 Homi Bhabha: Die Verortung der Kultur. Tübingen 2000, S. 126.

tät performiert wird, um damit soziale Positionen auszuhandeln, zu behaupten oder infrage zu stellen.

Anrufung und Umdeutung ethnischer Identität

Ethnische Stereotype sind Teil eines diskursiven Systems, innerhalb dessen sie als Signifikanten für unterschiedliche soziale und kulturelle Zuschreibungen fungieren. Dass alltägliche Prozesse der Konstruktion von Ethnizität mit Vorstellungen von den «Anderen», aber auch über sich selbst verbunden sind, wurde seit den 1970er-Jahren insbesondere aus antirassistischer und postkolonialer Forschungsperspektive dargelegt. Stuart Hall etwa spricht von einer «geheimen Faszination von ‹Andersheit›», auf die sich die alltagskulturellen Repräsentationen beziehen.¹⁵⁹ Diese Andersheit ist vielfältig adressiert und betrifft Ethnizität, Geschlecht, Alter und sozioökonomische Positionierung oft zugleich. Etienne Balibar konstatiert eine mit der postkolonialen Immigration verbundene, neue Form von Rassismus, die er als «Rassismus ohne Rassen» beschreibt. Dessen vorherrschendes Thema sei nicht mehr die biologische Vererbung, sondern die Unaufhebbarkeit kultureller Differenzen. Dieser Rassismus postuliere nicht mehr die Überlegenheit bestimmter Gruppen oder Völker über andere, sondern beschränke sich darauf, die «Schädlichkeit jeder Grenzverwischung und die Unvereinbarkeit der Lebensweisen und Traditionen» zu behaupten.¹⁶⁰

Die Konstruktion und die Durchsetzung kultureller, ethnischer und sozialer Differenz sind verbunden mit einer essenzialistischen Vorstellung, in der Identität als kontinuierliche Einheit verstanden wird. Dies betrifft zum einen die Vorstellung einer kohärenten «Ich-Identität», die, einmal erlangt, das Individuum in die gesellschaftliche Ordnung einzubinden vermag.¹⁶¹ Zum anderen existiert die Vorstellung einer «kulturellen Identität» als Teil einer überzeitlichen und kollektiven Erfahrung. Im Unterschied dazu und angelehnt an die (auch für die deutschsprachigen Kultur- und Medienwissenschaften einflussreichen) Arbeiten der Birminghamer Cultural Studies wird Identität hier als ein ästhetischer und performativer Prozess verstanden, durch den Subjekte eine bestimmte («ihre») soziale Position in einem spezifi-

159 Stuart Hall: Das Spektakel des «Anderen», in: ders.: Ideologie, Identität, Repräsentation (Ausgewählte Schriften, Bd. 4), hg. von Juha Koivisto, Andreas Merckens. Hamburg 2008b, S. 108–166, hier S. 108.

160 Etienne Balibar: Gibt es einen «Neo-Rassismus»? in: ders., Immanuel Wallerstein: Rasse, Klasse, Nation. Ambivalente Identitäten. Hamburg 2009, S. 27–41, hier S. 28.

161 Erik Erikson: Wachstum und Krisen der gesunden Persönlichkeit, in: ders.: Identität und Lebenszyklus. Drei Aufsätze. Frankfurt am Main 2003, S. 55–122.

schen historischen, soziokulturellen und sozioökonomischen Rahmen realisieren. Dies geschieht, indem sie sich mit den Diskursen beziehungsweise Bedeutungsstrukturen «vernähen», durch welche sie in ihrer Identität repräsentiert werden.¹⁶² Louis Althusser, dessen Philosophie wichtige Impulse für die theoretische Fundierung vieler Arbeiten der Cultural und Visual Studies setzte, spricht diesbezüglich von einem historisch und gesellschaftlich spezifischen «System von Ideen und Vorstellungen»,¹⁶³ von Bildern, Mythen oder Begriffen, durch welche das Subjekt als ein bestimmtes Subjekt angerufen und repräsentiert werde – und durch das es schliesslich seine Subjektsposition verwirkliche.¹⁶⁴ Dieses System hat in den meisten Fällen wenig mit dem «Bewusstsein» der Menschen zu tun. Vielmehr drängt es sich quasi unsichtbar als Struktur auf, und zwar ohne dass sich die Menschen dessen bewusst sind – als ein «Rahmen des Denkens und der Vorstellung über die Welt», mit dem sich Menschen die Funktion der sozialen Welt und ihren Platz darin vorstellen.¹⁶⁵

«Identität» ebenso wie der damit verbundene Begriff Identifikation ist jedoch nicht nur diskursiver Art, sondern hat auch eine psychosoziale Dimension. So spricht Hall von Identifikation als einem temporären Zustand an der Kreuzung des Psychischen mit dem Diskursiven.¹⁶⁶ Auch Identität besteht für Hall nicht bereits in der tiefen Fülle unseres Inneren, sondern entsteht «aus dem *Mangel* an Ganzheit, der in den Formen, in denen wir uns vorstellen, wie wir von anderen *gesehen* werden, *von Aussen* erfüllt wird».¹⁶⁷ In dieser Perspektive ist «Identität» ein dynamischer, un abgeschlossener Prozess, der gekennzeichnet ist durch die ständige Ambivalenz von Überdeterminierung

162 Dazu ausführlich die Überlegungen in der Einleitung.

163 Louis Althusser: Ideologie und ideologische Staatsapparate, in: ders.: Ideologie und ideologische Staatsapparate. Aufsätze zur marxistischen Theorie. Hamburg, Berlin 1977, S. 108–168, hier S. 130.

164 Althusser beschreibt Ideologie als ein Verhältnis zweiten Grades, als ein «Verhältnis von Verhältnissen»: Auf der einen Seite steht das wirkliche Verhältnis der Menschen zu ihren realen Existenzbedingungen – zu ihren tatsächlichen Produktions- und Lebensverhältnissen und den Konsequenzen, die sich daraus ergeben. Auf der anderen Seite steht die Art, wie sich die Menschen zu diesen realen Existenzbedingungen verhalten – das imaginäre und im Alltag gelebte Verhältnis, das durch soziale und ästhetische Praxen konstruiert und verhandelt wird, vgl. Louis Althusser: Marxismus und Humanismus, in: ders.: Für Marx. Frankfurt am Main 1968, S. 168–195, hier S. 184. In der Ideologie, so Althusser, wird nicht das «System der realen Verhältnisse, die die Existenz der Individuen beherrschen», repräsentiert, sondern das «imaginäre Verhältnis dieser Individuen zu den realen Verhältnissen, unter denen sie leben», vgl. Althusser 1977, S. 135 f.

165 Stuart Hall: Bedeutung, Repräsentation, Ideologie. Althusser und die poststrukturalistische Debatte, in: ders.: Ideologie, Identität, Repräsentation (Ausgewählte Schriften, Bd. 4), hg. von Juha Koivisto, Andreas Merkmens. Hamburg 2008c, S. 43–65, hier S. 45.

166 Hall 2008a, S. 173.

167 Hall 1999, S. 410.

und Mangel. Zugleich sind Identität und Identifikation Begriffe, die mit Praktiken der Identifizierung, der Repräsentation und der Ausübung von Macht verbunden sind. Gerade weil Identitäten innerhalb und nicht ausserhalb des Diskursiven konstruiert sind, so Hall, müssen sie als an spezifischen historischen und institutionellen Orten, innerhalb spezifischer diskursiver Formationen und Praktiken wie auch durch spezifische Strategien hergestellt verstanden werden.¹⁶⁸ In der Alltagssprache, so Hall weiter, wird mit «Identifikation» das Kenntlichmachen von Abstammung und Herkunft beschrieben.¹⁶⁹ Der Begriff dient aber auch als Verweis auf Eigenschaften und Merkmale, die man selbst mit einer Gruppe teilt, oder auf Übereinstimmung mit einem Ideal und die darauf basierende Schlussfolgerung, dadurch über eine Grundlage für die Etablierung von Solidarität und Bindung zu verfügen.¹⁷⁰ Dies betrifft auch die Konstruktion ethnischer Gemeinschaften und deren sowohl interne als auch externe Imagination als eine «vorgestellte Gemeinschaft», wie dies Benedict Andersons Theorie nationaler Vergemeinschaftung darlegt.¹⁷¹

Auch wenn die essenzialistische Idee ethnischer Gemeinschaften im Europa der Gegenwart kaum mehr eine gesamtgesellschaftlich konstitutive Grösse ist, wie dies Wolf-Dietrich Bukow und Roberto Llaryora feststellen,¹⁷² lassen sich zu Beginn des 21. Jahrhunderts starke Bestrebungen beobachten, marginalisierte soziale Positionen als *ethnische* Identitäten zu repräsentieren und dabei «mehr oder weniger zufällige Eigenschaften» zu ethnischen Eigenschaften zu stilisieren und «in Rechnung» zu stellen.¹⁷³ Der Soziologe Axel Groenemeyer weist darauf hin, dass die Autorität von Fremdzuschreibungen zum Stigma führen und damit als Grundlage für Diskriminierung dienen kann – das Wechselspiel von Selbst- und Fremdkategorisierung aber auch Möglichkeiten der aktiven Umdeutung offenlegt, wenn diese Umdeutungen hinreichend durch andere Gruppenkontexte abgesichert sind.¹⁷⁴ Angelehnt an Harold Garfinkels Ethnomethodologie,¹⁷⁵ wonach sich die an (sprachlichen ebenso wie nichtsprachlichen) Kommunikationssituationen Teilnehmenden vorübergehende Verhaltens- und Interaktionsmuster schaffen, schlägt Groe-

168 Hall 2008a, S. 171.

169 Ebd., S. 169.

170 Ebd.

171 Anderson 2005.

172 Wolf-Dietrich Bukow, Roberto Llaryora: Mitbürger aus der Fremde. Soziogenese ethnischer Minoritäten. Wiesbaden 1998, S. 10.

173 Ebd., S. 7.

174 Axel Groenemeyer: Kulturelle Differenz, ethnische Identität und die Ethnisierung von Alltagskonflikten. Ein Überblick sozialwissenschaftlicher Thematisierungen, in: ders., Jürgen Mansel: Die Ethnisierung von Alltagskonflikten. Opladen 2003, S. 11–46, hier S. 30.

175 Harold Garfinkel: Studies in Ethnomethodology. Englewood Cliffs 1967.

nemeyer vor, Ethnizität als «situated action» zu analysieren.¹⁷⁶ Analog zum in der Geschlechterforschung entwickelten Konzept des «doing gender» spricht Groenemeyer von einem «doing ethnicity», um auf die Mechanismen zu verweisen, mit denen soziale Akteure «ethnische Zugehörigkeit und Differenzierung aktiv in Interaktionssituationen stilisieren».¹⁷⁷ Das doing ethnicity lässt sich dabei einerseits über die «direkte Thematisierung ethnischer Zugehörigkeit in der Interaktion» identifizieren.¹⁷⁸ Andererseits drückt es sich in «habitualisierten und institutionalisierten Formen von Grenzmarkierungen» aus, die Fremdheit und Nichtzugehörigkeit anzeigen – etwa über offizielle Kategorisierungen oder durch informelle Selektionsregeln bei der Zuweisung von Aufmerksamkeit und Positionen.¹⁷⁹

Die für den alltäglichen Umgang mit unterschiedlichen Zuschreibungen, Vorstellungen und Erfahrungen von Ethnizität typischen Dynamiken und Ambivalenzen thematisiert der britische Soziologe Richard Jenkins, indem er zwischen nominaler und virtueller Identifikation unterscheidet. Als *nominale Identifikation* beschreibt er Prozesse, die auf die Klassifizierung und Hierarchisierung von Identitäten abheben, also auf die Repräsentation von Namen und Stellenwert sozialer Gruppen («a matter of name and classification»):¹⁸⁰

The nominal is the name: English, Welsh, Ulster Protestant, Irish, Danish, etcetera. Nominal identities are often hierarchically segmentary; individuals may thus participate in a plurality of nominal ethnic (or similar) identities. One can be Danish and a «home German», Welsh and a *gog*; British and Welsh. In fact, to be a «home german» one must be Danish, to be a *gog* one must be Welsh, and so on.¹⁸¹

Mit dem Begriff *virtuelle Identifikation* bezeichnet Jenkins die lebensweltlichen Erfahrungen, die sich aus nominalen Zuschreibungen ergeben («the consequences of name and label»)¹⁸² Diese beziehen sich insbesondere auf die Überlappung und Überschneidung unterschiedlicher nationaler, regionaler, lokaler, ethnischer oder rassistischer Zuschreibungen:

176 Groenemeyer 2003, S. 32.

177 Ebd., S. 32 f.

178 Ebd., S. 33.

179 Ebd.

180 Richard Jenkins: *Rethinking Ethnicity. Arguments and Explorations*. London, Thousand Oaks, New Delhi 1997, S. 41.

181 Ebd., S. 167.

182 Ebd., S. 41.

The virtualities of identification are constituted in consequences and everyday experience. The hierarchical and segmentary organization of the nominal – the classificatory intersection of the communal, the local, the ethnic, the national, the «racial» – is, at least in part, to be understood in terms of virtual identification. The practical entailments of communal identifications are, for example, different from those of local identity; local identification has different consequences from national identity; and so on.¹⁸³

Der intersektionale Charakter virtueller Identifikationen und der sich daraus ergebenden alltäglichen Erfahrungen steht dabei in einem Spannungsverhältnis zu den auf Entität und Differenz abhebenden nominalen Klassifizierungen und Hierarchisierungen: So kann das Verhältnis nominaler und virtueller Identifikation je nach Situation harmonisch oder konflikthaft ausfallen, ebenso können sich bei stabiler nominaler Bezeichnung die Erfahrungen gänzlich verändern, während sich bei relativ gleichbleibenden Erfahrungen das Etikett der zugeschriebenen Identität ändern kann.¹⁸⁴ Die Anrufung ebenso wie die Aneignung und Stilisierung (das «doing») von «Identität» aktiviert oft mehrere Subjektkategorien zugleich. Ausgehend von theoretischen Strömungen wie «black feminism» oder «critical race theory» werden seit den 1990er-Jahren insbesondere in den Gender und Cultural Studies Anstrengungen unternommen, die Überkreuzungen («intersections») von Strukturkategorien wie Rasse, Nationalität, Ethnizität, Geschlecht, Alter etc. und die damit verbundenen Formen multipler Subjektivierung, Repräsentation und Diskriminierung unter dem Paradigma der «Intersektionalität» zu analysieren.¹⁸⁵ Geprägt wurde der Begriff von der Juristin Kimberlé Williams Crenshaw als ein Konzept zur Analyse der Konsequenzen, die sich aus der doppelten Zuschreibung von rassistischen und genderbezogenen Zuschreibungen im Zusammenhang mit gegen schwarze Frauen gerichteter Gewalt ergeben.¹⁸⁶ Während sich US-amerikanisch geprägte Ansätze zur Intersektionalität stärker mit dem Einfluss von Systemen und Strukturen auf die Konstruktion von Identitäten beschäftigen, betonen primär aus europäischen Forschungsrichtungen argumentierende WissenschaftlerInnen stärker die Prozesshaftigkeit und Dynamik intersektionaler Prozesse. So hält die niederländische Philosophin Baukje Prins fest, dass sich aus intersektionalen Zuschreibungen auch Ressourcen für alternative Selbstnarrationen entwickeln

183 Ebd., S. 167.

184 Ebd.

185 Vgl. Katharina Walgenbach: *Intersektionalität – eine Einführung* (2012), www.portal-intersektionalitaet.de.

186 Kimberlé Crenshaw: *Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence against Women of Color*, in: *Stanford Law Review*, 43/6 (1991), S. 1241–1299.

lassen, welche es den Subjekten ermöglichen, als «actor in and co-author of our own life-story» zu agieren.¹⁸⁷

To become a subject means being positioned in more or less privileged social locations that shape one's experience. Individuals are taken to be the passive bearers of the meanings of social categories. According to the constructionist perspective, on the other hand, the processes by which individuals become subjects do not merely involve «being subjected to», in the sense of being subordinated to a sovereign power or anonymous system. It also implies that the individual is «becoming a subject», i. e. made into a source of his or her own thinking and acting. Markers of identity such as gender, class or ethnicity are not merely exclusive and limiting forms of categorization, but simultaneously provide narrative and enabling resources.¹⁸⁸

Dem von den Birminghamer Cultural Studies vertretenen Konzept einer «popular agency» folgend, sind es gerade die Ambivalenzen und Widersprüche zwischen hegemonialen und subalternen Bedeutungen, die Ressourcen für die Entfaltung von Einfluss- und Handlungsmöglichkeiten im Alltag offenlegen. Die semiotischen Verwerfungen, die sich durch die Durchdringung und Überlappung unterschiedlicher Zeichen- und Bedeutungssysteme ergeben, können dabei als konstitutiv für die sozialen Potenziale des medialisierten doing ethnicity gesehen werden. Der oft spielerische, bisweilen aber auch explizite Umgang mit Symbolen und Narrativen aus nationalen Diskursen betrifft dabei immer auch die Dimension des Politischen, insofern sich die postmigrantischen AkteurInnen damit zu den politischen Diskursen sowohl ihrer Wohn- wie der elterlichen Herkunftsländer in Beziehung setzen. Dabei werden im intermedialen Mashup von pop- und jugendkulturellen wie auch nationalen Symbolen vorherrschende Vorstellungen von «Kultur» und Identität ebenso reproduziert wie auf den Kopf gestellt – und oft beides zugleich. Dies betrifft auch die Konstruktion des Balkans als Ort einer gemeinsamen Herkunft: Tanja Zimmermann spricht von einer «medialen Strukturiertheit des Balkans», der als beweglicher Signifikant der Text- und Bildnarrative ständig aktualisiert und remediatisiert wird.¹⁸⁹ Diese «mediale Strukturiertheit» – nicht nur des Balkans, sondern auch des Balkanischen – geht nicht allein aus hegemonialen Diskursen hervor, sondern konstituiert

187 Baukje Prins: Narrative Accounts of Origins. A Blind Spot in the Intersectional Approach?, in: *European Journal of Women's Studies*, 13/3 (2006), S. 277–290, hier S. 281.

188 Ebd., S. 280.

189 Zimmermann 2014, S. 19. Zur Bildgeschichte des Balkans vgl. auch Martina Baleva: Den männlichen Balkan gibt es nicht. Überlegungen zum visuellen Balkanismus als bildgeschichtliche Kategorie, in: Martina Baleva, Boris Previšić (Hg.): «Den Balkan gibt es nicht». Erbschaften im südöstlichen Europa. Köln, Weimar, Wien 2016, S. 93–112.

sich ebenso über das alltägliche (jugendkulturelle) Medienhandeln. Solche Aneignungs- und Umformungsprozesse erfolgen jedoch oft ohne politische Intention und auch ohne dass sich die beteiligten AkteurInnen der politischen Implikationen ihrer Handlungen bewusst sind. John Fiske spricht diesbezüglich von «popular agency» als einem Prozess, in dem soziale AkteurInnen

ihre gesellschaftlichen Interessen erfassen können, obwohl sie sie vielleicht nicht artikulieren können und sie ihnen nicht unbedingt völlig bewusst sind, und dass sie auch daran arbeiten können, diese Interessen zu verfolgen.¹⁹⁰

Die Dynamisierung der Produktion und Kommunikation von Inhalten durch digitale Technik hat indes neue Möglichkeiten der Entwicklung von «agency» eröffnet. So sind die Selbstkonstitutionsprozesse im Internet, wie Ramón Reichert feststellt, nicht nur technisch, konzeptuell und funktional vom Netzdispositiv abhängig, sondern ebenso von der Partizipation der UserInnen und den «dynamischen Konflikten um Deutungsmacht» und dem «taktischen Spiel mit Editierungen, Kommentaren, Feedback und Diskussionen».¹⁹¹ Dies betrifft auch die am digitalen doing ethnicity beteiligten Praktiken der Aneignung und Umformung von Bedeutungen.

190 John Fiske: Populärkultur. Erfahrungshorizont im 20. Jahrhundert. Ein Gespräch mit John Fiske, in: *montage/av*, 2/1 (1993), S. 5–18, hier S. 11.

191 Reichert 2008, S. 22.

2 Intermedialität im postmigrantischen Alltag

Im ersten Kapitel wurde gezeigt, wie stereotype Vorstellungen des Balkans durch hegemoniale Diskurse produziert werden und wie sich deren Wirkungen in Form von Ausgrenzung und (Selbst-)Stigmatisierung entfalten. Angesprochen wurde dabei auch, dass die Konstruktion des Balkanischen nicht nur über die Diskurse des «Westens» vermittelt wird, sondern in internalisierter Form auch innerhalb der Diskurse der Balkanregion stattfindet. Im Zentrum dieses Kapitels stehen nun die (inter)medialen Praktiken, durch welche die Jugendlichen an den alltags- und populärkulturellen Diskursen der elterlichen Herkunftsländer teilhaben und zugleich an den globalisierten Konsumkulturen und Lifestyleangeboten partizipieren. Die der digitalen Kommunikationstechnik inhärente Möglichkeit der medialen und räumlichen Entgrenzung wird dabei als eine zentrale Voraussetzung verstanden, um Inhalte aus diesen verschiedenen Kontexten nicht nur translokal zu rezipieren, sondern in die Produktion und Gestaltung eigener Bilder zu integrieren. An Fallbeispielen aus dem Social Web wird nachgezeichnet, wie Symbole und Bedeutungen aus globalen ebenso wie aus regionalen und lokalen Kontexten im alltäglichen Medienhandeln verwoben werden und wie im intermedialen Mashup eigene, jugendkulturelle Erzählungen von Ethnizität und Herkunft geschaffen werden.

Translokale Kommunikation als postmigrantische Erfahrung

Das medialisierte *doing ethnicity* ist eng verbunden mit den technischen Möglichkeiten der translokalen Kommunikation zum einen, mit der Kombinierbarkeit digital codierter Informationen zum anderen. Sichtbar wird dies an den im Social Web verhandelten Themen wie auch an der Art und Weise, wie diese im Umgang mit Bildern und Symbolen dargestellt werden. Stärker als je zuvor ist der Transfer kultureller Praktiken und Narrative heute nicht nur an die Mobilität von Menschen und Objekten gebunden, sondern findet technisch vermittelt statt. Wie die gesteigerte Komplexität von «Kultur» mit Prozessen technisch-medialer Entgrenzung zusammenhängt, beschreibt Manuel Castells' Theorie der «Netzwerkgesellschaften».¹⁹² Castells konstatiert eine historische Tendenz, dass sich relevante Funktionen und

192 Manuel Castells: Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Das Informationszeitalter. Opladen 2001.

Prozesse im Informationszeitalter zunehmend translokal und in Netzwerken organisieren.¹⁹³ Diese «neue soziale Morphologie» gegenwärtiger Gesellschaften und die mit der Vernetzungslogik verbundenen Funktionsweisen «von Prozessen der Produktion, Erfahrung, Macht und Kultur»¹⁹⁴ können dabei als konstitutiv für den transkulturellen Alltag gesehen werden.¹⁹⁵ Personenbezogene Netzwerke, so Andreas Hepp, würden sich dabei zunehmend als das «zentrale soziokulturelle Organisationsprinzip von Kultur und Gesellschaft» etablieren.¹⁹⁶ Soziale Netzwerke sind allerdings nicht erst ein Effekt digitalisierter Kommunikation, sondern stellen eine historisch sehr alte Form der Organisation sozialer Beziehungen dar, wenn auch deren gesellschaftliche Reichweite durch die Notwendigkeit physischer Kopräsenz früher deutlich begrenzt war.¹⁹⁷ Das gilt auch für migrantische und ethnische Netzwerke, über die AkteurInnen gemeinsamer geografischer Herkunft und Nationalität untereinander und mit den Personen und Diskursen in ihren Herkunftsländern interagieren.¹⁹⁸ So hat Daniel Dayan auf die Rolle kleiner, interdiasporaischer Medien wie Briefe, Audio- und Videokassetten oder religiöse Ikonen und die mit diesen zusammenhängenden Praktiken der Produktion und Zirkulation hingewiesen, über welche sich die AkteurInnen in vordigitalen Netzwerken miteinander verbunden haben.¹⁹⁹ Die alltagskulturelle Bedeutung solcher Objekte lag (und liegt) dabei nicht primär in deren Erinnerungsfunktion, sondern in der Rekonstruktion und Reformierung von Populärkultur unter den veränderten Bedingungen von Migration. Dayan spricht

193 Ebd., S. 527.

194 Ebd., S. 528.

195 Hepp weist darauf hin, dass Castells' Konzeption der Netzwerkgesellschaft dazu neigt, Netzwerke als essenzialistisch und nicht als eine Analysekategorie zu betrachten. Entsprechend werden Netzwerke hier nicht als empirische Befunde behandelt, sondern als ein Konzept zur Beschreibung kommunikativer Prozesse. Vgl. Andreas Hepp: Digitale Medien, Migration und Diaspora: Deterritoriale Vergemeinschaftung jenseits nationaler Integration, in: Uwe Hunger, Kathrin Kissau (Hg.): Internet und Migration. Theoretische Zugänge und empirische Befunde. Wiesbaden 2009, S. 33–51, hier S. 34.

196 Ebd., S. 33 f.

197 Ebd.

198 Im Zusammenhang mit der globalen Ubiquität digitaler Kommunikationstechnik sind in den letzten Jahren vielfältige Forschungsarbeiten entstanden, die sich mit deren Einbettung in Prozesse von Migration und ethnischer Vergemeinschaftung befassen haben, unter anderem Andoni Alonso, Pedro Iarzal: *Diasporas in the New Media Age. Identity, Politics, and Community*. Reno 2010; Ginette Verstraete: *Tracking Europe. Mobility, Diaspora, and the Politics of Location*. Durham 2010; Hepp/Bozdag/Suna 2011; Leopoldina Fortunati, Raul Pertierra, Jane Vincent: *Migration, Diaspora and Information Technology in Global Societies*. New York 2010.

199 Daniel Dayan: *Media and Diasporas*, in: Jostein Gripsrud (Hg.): *Television and Common Knowledge*. New York, London 1999, S. 18–33, hier S. 22 f.

bewusst nicht von traditionellen, sondern von «neotraditionellen» Praktiken, in welche der alltägliche Gebrauch solcher «kleiner Medien» eingebunden ist:

Thus, instead of exclusively dealing with radio, cinema, television or journalism, one should try to account for other – for example smaller – «media», and to focus on the various practices, institutions and organizations that link the different segments of diasporic ensembles to each other. Many of such practices (pilgrimages, religious occasions, family rituals, etc.) can be described as «traditional». They would be better described as «neotraditional». They are not reminiscences of another age but contemporary reconstructions – conscious redemptions or reflexive rephrasings of folk cultures.²⁰⁰

Mit der Veralltäglicung digitaler Medientechnik hat sich auch die Kommunikation zwischen räumlich und geografisch unterschiedlich situierten AkteurInnen intensiviert. Dana Diminescu spricht von einem eigentlichen «age of the connected migrant», in welchem Migration nicht mehr bedeuten muss, durch geografische Distanzen von den Diskursen des Herkunftslandes abgetrennt zu sein:

Mobility and connectivity provide a set of variables for defining the 21st-century migrant. Together they act as a vector that ensures and guides the lines of continuity in migrants' lives and in the relationships they have with their environments at home, in the host country or in between. Yesterday the motto was: immigrate and cut your roots; today it would be: circulate and keep in touch.²⁰¹

Dem neuen Typus des Migranten im 21. Jahrhundert, so Diminescu, steht es durch die Nutzung digitaler Kommunikationstechnik offen, über alltägliche Geschehnisse im Herkunftsland informiert zu sein und diese im eigenen Alltag zu verhandeln. Seit der Veröffentlichung von Diminescus Arbeit 2008 hat sich das Spektrum der Kommunikationsmedien durch die Implementierung neuer ICT-Lösungen, insbesondere durch die Ubiquität der Onlinekommunikation, allerdings signifikant erweitert. Am Beispiel von Facebook wird dies besonders deutlich: Verfügten 2008 in der Schweiz rund eine Million UserInnen über einen Facebook-Account, hat sich diese Zahl bis Ende 2016 auf 3,9 Millionen praktisch vervierfacht.²⁰² Auch in den südosteuropäischen Ländern wird Facebook mit der zunehmenden Zugänglichkeit von Computern ver-

200 Ebd.

201 Dana Diminescu: The Connected Migrant: An Epistemological Manifesto, in: Social Science Information, 47/4 (2008), S. 565–579, hier S. 568.

202 Facebook Zahlen Schweiz: 3,9 Millionen aktive Nutzer Ende 2016, www.bernetblog.ch (2017).

stärkt genutzt.²⁰³ Auch Andreas Hepp et al. haben gezeigt, dass sich die alltagsweltliche Konstruktion von Herkunft bei MigrantInnen, die rege an Geschehnissen in ihren Herkunftsländern partizipieren, auf unterschiedliche Praktiken der Medienaneignung abstützt. Neben dem Schauen von «Herkunftsfernsehen» oder dem Lesen von Nachrichtenportalen und Zeitungen findet die Kommunikation auch vermittelt über Social-Software-Anwendungen statt sowie durch regelmässige Telefonate mit Verwandten.²⁰⁴

In den für die vorliegende Studie geführten Interviews wird jedoch auch die imaginäre Dimension von «Herkunft» deutlich und dass sich diese nicht primär an bestimmten Personen oder Orten festmachen lässt. Dies zeigt sich etwa in der Herstellung und sprachlichen Kontextualisierung von Bildern, mit denen kollektive Vorstellungen einer gemeinsamen Herkunft auf dem Balkan produziert werden. Aber auch das Hören von Musik aus den elterlichen Herkunftsländern spielt für die Imagination einer gemeinsamen Herkunft eine Rolle. Oft werden die Grenzen der medialisierten Herkunftsorientierung jedoch sichtbar, wenn der Kontakt zur Alltagskultur des jeweiligen Landes manifest wird und die Jugendlichen direkt in Kommunikation mit in der Balkanregion lebenden Verwandten involviert werden. In diese Richtung weist eine Aussage der neunzehnjährigen Kosovarin Albulena:

Ich bin hier geboren, aufgewachsen, zur Schule gegangen, alles. Ich gehe schon auch gerne nach Kosovo. Aber wirklich leben, ich weiss nicht. Ich habe mich daran gewöhnt, hier zu leben, und ich finde es auch gut so. Ich finde es auch schön, dort zu sein, und klar, manchmal denkt man auch über die Leute dort nach. Aber die meisten der Verwandten dort kenne ich kaum, und den Kosovo kenne ich kaum. Ich kenn nur den Ort, wo ich herkomme, die anderen Städte kenne ich gar nicht.²⁰⁵

Dass im deutschsprachigen Europa lebende und aufgewachsene Jugendliche die Kommunikation mit ihren im Ausland lebenden Verwandten auch als konflikthaft erleben, wird auch in den im Social Web geführten Diskussionen thematisiert. Dies ist zwar kein migrationsspezifisches, sondern ein primär adoleszentes Phänomen. Allerdings können gerade Generationenkonflikte

203 Laut der auf Internetstatistik spezialisierten Website (IWS) existierten Ende Juni 2016 in den Ländern Bosnien und Herzegowina 1,5 Millionen, in Kroatien 1,8 Millionen, in Serbien 3,4 Millionen, in Mazedonien 1 Million, im Kosovo 0,9 Millionen und in Montenegro 0,3 Millionen Facebook-Profilen. Vgl. EUROPE, www.internetworldstats.com (2016). Allerdings existieren kaum Studien, die qualitativ Auskunft über das Onlineverhalten der Nutzer in den südosteuropäischen Ländern geben und darüber, welcher Stellenwert dem Internet gegenüber der Telefonie in der transnationalen Kommunikation mit im Ausland wohnhaften Freunden und Verwandten zukommt.

204 Hepp/Bozdog/Suna 2011, S. 179.

205 Interview vom 18. 1. 2010, Bülach (Schweiz).



Abb. 3: Lebensweltliche Differenzen als geteilte Erfahrung.

durch unterschiedliche lebensweltliche Kontexte und sprachliche Schwierigkeiten verstärkt werden. Die in der Facebook-Kommunikation erhobenen Fallbeispiele weisen zudem darauf hin, dass solche konflikthafte Erfahrungen unter Jugendlichen als migrationsspezifisch ausgelegt und als geteilte Erfahrung verhandelt werden. Exemplarisch zeigt dies ein Bild von der deutsch- und bosnischsprachigen Facebook-Seite «Sandzak Herz kennt keinen Schmerz ٧»,²⁰⁶ Dargestellt ist auf dem Bild ein Filmstill aus der Teenager-Komödie «Clueless» (USA 1995). Die Szene zeigt eine junge Frau, die mit einer Pistole bedroht wird, während sie in ein Mobiltelefon spricht. Durch die in dem Bild platzierte Textbotschaft «WENN DEINE ELTERN DICH DAZU ZWINGEN MIT DEINEN VERWANDTEN ZU TELEFONIEREN» entsteht der Eindruck, die Filmfigur werde gegen ihren Willen gezwungen, ein Telefonat zu führen. Betitelt ist der Facebook-Eintrag mit dem Satz «Hahaha, istina ziva» (dt.: «die lebendige Wahrheit»; sinngemäss: «genau so ist es») und einem Emoji, das Tränen lacht (Abb. 3).

Die Verschiebung der ursprünglichen Bedeutung der Filmszene durch gestalterische und textliche Modifikation schafft Möglichkeiten, die geteilte

206 Sandzak Herz kennt keinen Schmerz ٧, www.facebook.com (2012).

Erfahrung intergenerationeller «Herkunftsvernetzung»²⁰⁷ durch Telekommunikation auf witzige Art zu thematisieren. Das Bild selbst bietet jedoch keine «ethnospezifische» Lesart an, sondern thematisiert eine Erfahrung, die Jugendlichen mit unterschiedlichen Hintergründen und Herkunft vertraut ist. Entsprechend begegnet das Bild nicht nur in balkanorientierten Netzwerken, sondern auch auf anderen ethnoorientierten Facebook-Seiten wie der deutsch-russischen Facebook-Seite «Like a Russian».²⁰⁸

«Ich schaue eigentlich in beide Richtungen»:²⁰⁹ Transkulturelle Medienrezeption als Ressource

Jugendkulturelles Wissen über die elterlichen Herkunftsländer und deren Alltagskulturen wird nicht nur über interpersonelle Kommunikation vermittelt, sondern wesentlich auch über die Massenmedien. Genutzt werden dabei unterschiedliche Formate, die Zugang zu alltags-, national-, pop- und jugendkulturellen Diskursen und Themen ermöglichen. Die Jugendlichen schauen Fernsehen, YouTube-Clips, hören Musik, lesen Onlinenews und auch gedruckte Magazine. Die achtzehnjährige Natasa beschreibt eine Musiksendung im serbischen Fernsehen, durch welche sie sich über Neuigkeiten aus der serbischen Populärkultur informiert. In der Sendung würden «verschiedene Sängerinnen, junge und alte, auftreten. Dann erzählen sie über sich, wenn ihr neues Album kommt. Wie ein Interview mit denen. Und die Alten tanzen noch dazu.»²¹⁰

Durch die Sendung können sie erfahren, «wie sie dort [in Serbien] leben» und «was sie dort machen».²¹¹ Auch die in Serbien aufgewachsene und mit ihren Eltern in die Schweiz emigrierte Dijana erzählt, dass sie aus serbischen TV-Programmen Kenntnisse über das Leben in Serbien beziehen würde. Auch ihr geht es dabei weniger um Wissen über Tradition und «Volkskultur» als darum zu erfahren, «was aktuell ist», «wann neue Lieder kommen» und «was Trend ist».²¹² Dabei weist gerade das Herkunftsmedium Fernsehen in sich schon starke transkulturelle Züge auf, da viele Sendeformate an einer globalen Medienästhetik ausgerichtet sind. Dies wird von den Jugendlichen auch so wahrgenommen. Gerade neuere Sendungen und Serien im serbischen Fernsehen, so Natasa, seien «schon recht «Amerika»». Für viele der befragten Jugend-

207 Hepp/Bozdog/Suna 2011, S. 70.

208 [like a russian, www.facebook.com \(2015\)](http://www.facebook.com/likearussian).

209 Interview vom 9. 5. 2009, Bülach (Schweiz).

210 Ebd.

211 Ebd.

212 Interview vom 18. 1. 2010, Bülach (Schweiz).

lichen ist das Fernsehen das zentrale Herkunftsmedium, die Medienaneignung ist jedoch nicht auf den TV-Konsum beschränkt. Natasa S. ist es wichtig zu betonen, dass sie «zu Hause» auch «ein paar richtige Zeitungen» hätten, in denen «wichtige Sachen kommen, Nachrichten», aber auch «ein paar Klatschzeitungen».²¹³ Für die beiden jungen Frauen stellt der Konsum serbischsprachiger Massenmedien eine Möglichkeit dar, Wissen über die Herkunftsländer ihrer Eltern zu gewinnen und daraus interkulturelle Kompetenzen abzuleiten. Dies ermöglicht es ihnen, einfacher an den Lebenswelten von Eltern und Verwandtschaft zu partizipieren und diese einzuordnen. Aber auch in der Kommunikation mit den jugendkulturellen Peers in der Schweiz hilft das Wissen dabei, zur gemeinsamen Imagination und Narration von «Ethnizität» und «Herkunft» beizutragen und durch die Repräsentation von Wissen den Status innerhalb der Gruppe zu festigen. «Heimatsprachliche» Massenmedien machen allerdings nur einen Teil des Medienkonsums der befragten AkteurInnen aus.²¹⁴ So berichtet Albulena, dass sie zwar kosovarische TV-Sender

213 Interview vom 9. 5. 2009, Bülach (Schweiz).

214 Gestützt werden diese Befunde quantitativ durch Bonfadelli et al., die zeigen, dass die meisten in der Schweiz lebenden Jugendlichen aus der Gruppe Balkan bevorzugt deutschsprachige Kommunikationsmedien nutzen (57 Prozent Fernsehen, 65 Prozent Surfen, 56 Prozent Chatten). Schon weniger der Befragten gaben an, zu gleichen Teilen deutsch- und herkunftssprachige Kommunikationsmedien zu bevorzugen (36 Prozent Fernsehen, 28 Prozent Surfen, 33 Prozent Chatten), wobei (familienbedingt) SMS und Telefonkommunikation die höchsten Werte aufweisen (je 45 Prozent), vgl. Heinz Bonfadelli, Priska Bucher, Christa Hanetseder, Thomas Hermann, Mustafa Ideli, Heinz Moser: *Jugend, Medien und Migration. Empirische Ergebnisse und Perspektiven*. Wiesbaden 2008, S. 132 f. Eine 2011 im Auftrag von ARD und ZDF erstellte Studie zur Mediennutzung in Deutschland hat untersucht, ob und inwiefern in Deutschland lebende Jugendliche und junge Erwachsene mit Migrationshintergrund sowohl deutsch- wie auch herkunftssprachige Medienangebote nutzen. In der Kategorie der 14- bis 29-Jährigen haben 29 Prozent der Befragten angegeben, deutschsprachiges *und* heimat-sprachliches Fernsehen zu konsumieren, während 49 Prozent sich als Stammnutzer nur von deutschsprachigen Programmen bezeichnen. Lediglich sieben Prozent geben an, ausschliesslich heimat-sprachliches Fernsehen zu nutzen, vgl. Erk Simon, Ulrich Neuwöhner: *Medien und Migranten 2011*, in: *Media Perspektiven*, Heft 10 (2011), S. 458–470, hier S. 468. Im Internet wiederum würden MigrantInnen mit Wurzeln im ehemaligen Jugoslawien ebenso wie ItalienerInnen contentunabhängig überwiegend auf deutschsprachige Seiten zurückgreifen. Im Unterschied zur Nutzung von Fernsehprogrammen zeigt sich hier keine wesentliche Differenz zwischen einer an Information und Nachrichten und einer an Unterhaltung ausgerichteten Nutzung des Internets. 47 Prozent der Befragten nutzen deutschsprachige Internetangebote zur Beschaffung aktueller Information und Nachrichten, lediglich zehn Prozent nutzen sowohl deutschsprachige und heimat-sprachliche Medien. Ein ähnliches Bild zeigt sich bezüglich der Nutzung von Unterhaltungsangeboten (37 Prozent und 12 Prozent), aber auch bezüglich der Nutzung von Kommunikationsplattformen wie Foren, Chats oder Newsgroups (32 Prozent und 8 Prozent), vgl. Thorsten Müller, Natalie Beisch: *Onlinenutzung von Migranten*, in: *Media Perspektiven*, Heft 10 (2011), S. 493–503, hier S. 500.

schaue, sich ihre Zeitschriftenlektüre jedoch auf deutschsprachige Magazine beschränke. Ähnlich ist es bei der aus Mazedonien stammenden Hykmete, die bevorzugt die deutschsprachige Celebrity-Zeitschrift «In Touch» liest, während Natasa sowohl deutsche Magazine wie auch Journale aus den Balkanstaaten liest, etwa die im Schweizer Handel erhältliche Zeitschrift «Skandal!» aus Serbien. Allerdings betont auch Natasa, sie «schaue eigentlich in beide Richtungen».²¹⁵ Heterogen sind auch die musikalischen Vorlieben der befragten Jugendlichen. Nicht nur ihre Vorlieben für Sprachen und Musikstile sind vielfältig, sondern auch die Zugänge dazu. Natasa ist es wichtig, dass die Musik ihrer jugendkulturellen Präferenz für Hip-Hop entspricht, und das unabhängig von der Sprache der Rap-Texte:

Ich höre alles, aber vor allem Rap. Eine Zeit lang war ich in der Phase, wo ich alles so Zeug machte, das auch Rapper machen. Ich habe mich auch so angezogen und habe versucht selber ein paar Sachen zu rappen, mit Kolleginnen und Kollegen.²¹⁶

Ähnlich argumentiert die siebzehnjährige Serbin Sandra, die zwar Musik aus den Balkanländern hört, aber eher «House» oder «Electro» – elektronische Tanzmusik also, die einem globalen Stil entspricht und die nur fragmentarisch (zumeist englischsprachige) Liedtexte enthält. Im Unterschied dazu hört Albulena kosovarische Musik nur dann, wenn es sich um traditionelle Volksmusik handelt. Als Grund dafür nennt sie die wöchentlichen Tanzstunden in einem albanischen Kulturclub, in dessen Rahmen sie als Kind mit der albanischen «Volkskultur» in Kontakt kam:

Und albanische Musik höre ich auch sehr gerne. Weil ich selbst Tänzerin war, neun Jahre lang, und jeden Samstag trainieren ging. Irgendwie habe ich mich an die Mentalität gewöhnt ... und daran, diese Musik zu hören.²¹⁷

Der Kosovare Amir dagegen gibt an, keine albanische Musik zu hören, sondern primär globale Popmusik sowie deutschsprachigen Rap. Die Vorliebe für deutschsprachigen Rap verweist zum einen auf ein jugendkulturelles Massenphänomen, kann aber auch vor dem Hintergrund postmigrantischer Erfahrung interpretiert werden.²¹⁸ Ab den frühen 1990er-Jahren haben Protagonisten der deutschen Hip-Hop-Szene verbreitet begonnen, deutschsprachige Texte zu verfassen. Mittlerweile hat sich deutschsprachiger Rap als feste Größe im Musikmarkt etabliert. Zugleich verfügen viele deutschsprachige

215 Interview vom 9. 5. 2009, Bülach (Schweiz).

216 Ebd.

217 Interview vom 18. 1. 2010, Bülach (Schweiz).

218 Vgl. dazu auch Reitsamer/Prokop 2014.

Rapper über eine Migrationserfahrung und nicht selten über einen prekären sozioökonomischen Hintergrund, was in Texten, Musikvideos oder Interviews anschaulich thematisiert wird. Entsprechend anschlussfähig sind die (oft bewusst überzeichneten) Narrative und «Images» der Rapper für Jugendliche, die in ihrem Alltag aufgrund ihrer sozialen Position und ihrer Anrufung als «MigrantInnen» vergleichbare Erfahrungen gemacht haben.²¹⁹ Dies zeigt sich auch auf sprachlicher Ebene: Seit den 2010er-Jahren lässt sich verbreitet beobachten, dass das Spiel mit Begriffen aus der türkischen, kurdischen, arabischen, serbischen, albanischen etc. Muttersprache der Rapper im deutschsprachigen Rap zu einem eigentlichen Stilmerkmal geworden ist – insbesondere bei auf Authentizität und «street credibility» bedachten Musikern, die ihre Reputation über Aussenseiternarrative beziehen. Zugleich rufen deutschsprachige Rapper mit Migrationshintergrund Formen innermigrantischer Gemeinschaft an, indem sie sprachliche Fragmente aus anderen migrantischen Kontexten in ihr Sprechen integrieren – etwa wenn der deutsch-kurdische Rapper Haftbefehl die serbisch-kroatische Redewendung «Boli mene kurac» (dt.: «mein Schwanz schmerzt», sinngemäss: «das juckt mich nicht») benutzt oder in einem Interview mit dem Onlineportal hiphop.de «jugoslawisch» spricht.²²⁰ Ein weiteres Beispiel für diesen Modus transkultureller Gemeinschaftskonstruktion bezieht sich auf den Schweizer Kontext. Im April 2013 gab der Düsseldorfer Rapper Farid Bang in Zürich ein Konzert. Im Wissen um die zahlreich anwesenden Fans mit kosovarischem Hintergrund beschimpfte er seinen Widersacher Sido auf Albanisch. Ein auf YouTube veröffentlichter Handyfilm dokumentiert, wie sich Farid Bang erst mit den Worten «Was geht ab bei meinen Albanern in Zürich?» an das Publikum wendet, bevor er unter dem Jubel des Publikums sagt: «Sido, ta qifsha nonen» (dt.: «Sido, ich fick deine Mutter»).221

Diese Veralltäglichung von Redewendungen und Begriffen aus dem Serbischen, Kroatischen, Bosnischen, Mazedonischen, Montenegrischen oder Albanischen lässt sich auch bei Jugendlichen beobachten, die selbst nicht über einen Migrationshintergrund verfügen, über ihre sozialen Netzwerke und ihren Medienkonsum aber an den Erfahrungen und Vorstellungsbildern ihrer migrantischen Peers partizipieren. Für sie stellt die Aneignung von Begriffen aus der (post)migrantischen Alltagssprache eine Möglichkeit dar, sich innerhalb der Gruppe als «Insider» zu positionieren: Wenn deutsche

219 Zur Aneignung und Performance von Aussenseitertum im postmigrantischen doing ethnicity vgl. [Kapitel 3](#) dieses Buches, insbesondere die Überlegungen zur Ästhetik der Militanz, S. 112 f.

220 Haftbefehl redet Jugoslawisch im Interview, www.youtube.com (2013).

221 Farid: Sido Ta Qifsha Nonen ~ HD, www.youtube.com (2015).

und Schweizer Muttersprachler im Alltag von «Para» (dt.: «Geld») sprechen und ihre Freunde auf Serbisch als «Brate» (dt.: «Bruder») bezeichnen, stellen sie nicht nur ihre Kenntnis einer medial vermittelten Lingua franca der «Strasse» unter Beweis, sie bedienen auch eine durch den gegenwärtigen deutschen Hip-Hop mitproduzierte Imagination eines Milieus, in dem (kriminelle) Männer aus der Balkanregion, der Türkei oder den Regionen des «Nahen Ostens» eine bevorzugte Stellung einnehmen.

Dass die Orientierung an Massenmedien aus unterschiedlichen nationalen Kontexten nicht allein eine Ressource von postmigrantischen Akteuren ist, zeigt das Beispiel von Dijana. Neben ihren serbischen Freunden und «ein paar von Kosovo und so» würden auch einige ihrer Schweizer Freunde gemeinsam mit ihr Turbofolk und serbische Volksmusik hören und dadurch auch Kenntnis von serbischer Musik und serbischen MusikerInnen erlangen. Nicht anders als globale (englischsprachige) oder lokale (deutschsprachige) Medieninhalte stellen Musik, aber auch (audio)visuelle Medien wie Videoclips oder Pressebilder aus den Medienkontexten der elterlichen Herkunftsländer eine Differenzen überwindende Ressource dar: zum einen durch das kollektive (jugend)kulturelle Wissen, das über die Medienrezeption konstituiert und verhandelt wird, zum anderen durch die soziale Situation, die entsteht, wenn die Jugendlichen gemeinsam Musik hören, fernsehen oder auf YouTube oder Facebook surfen und sich darüber unterhalten. Allein der Konsum von Medieninhalten aus den Herkunftsländern ihrer Eltern bedeutet nicht, dass die postmigrantischen AkteurInnen sich als Teil einer national definierten «imagined community» im Sinne von Benedict Anderson begreifen.²²² Anderson beschreibt mit dem Konzept die Mechanismen, die dazu führen, dass sich soziale AkteurInnen als Teil einer nationalen Gemeinschaft verstehen. Diese Vorstellung hat auch in der Erforschung migrantischer Mediennutzung breit Eingang gefunden, um zu beschreiben, wie ethnische und nationale Identitätskonzepte durch die transnationale Rezeption von Massenmedien aufrechterhalten werden. Kevin Robins hat jedoch gezeigt, dass der Konsum von transnationalen Massenmedien in (post)migrantischen Situationen vor dem Hintergrund je individueller Erfahrungen und Ressourcen erfolgt und entsprechend unterschiedliche Funktionen für die Konstruktion von Identitätswürfen offenlegen kann.²²³ In diese Richtung weisen auch die geführten Interviews. Dies ist noch stärker der Fall, wenn unterschiedliche

222 Anderson 2005.

223 Vgl. Kevin Robins: Beyond Imagined Community? Transnationale Medien und türkische MigrantInnen in Europa, in: Brigitte Hipfl, Elisabeth Klaus, Uta Scheer (Hg.): Identitätsräume. Nation, Körper und Geschlecht in den Medien. Eine Topografie. Bielefeld 2004, S. 114–132.



Abb. 4: Intermediale Verkopplung: Collagenbild im Social Web.

Inhalte über unterschiedliche Medienformate und Programme zugänglich sind (und genutzt werden), wie dies die oben besprochenen Beispiele nahelegen. Das Konzept der «imagined community», so Robins, sei denn auch gar nicht in der Lage, das Innovative an den neuen, transnationalen Kommunikationsmedien zu erkennen, da alles, was an der kommunikativen Vernetzung neu und anders ist, letztlich auf die bekannten und vertrauten Kategorien «Gemeinschaft» und «Diaspora» reduziert wird.²²⁴

Zirkulierende Symbole im jugendkulturellen Alltag

Eine Besonderheit des digitalen doing ethnicity liegt darin, dass die Transformation ethnisch codierter Inhalte zugleich auf unterschiedliche soziale, diskursive und technisch-mediale Umgebungen verweist, deren analytische Trennung weder einfach noch sinnvoll ist. Es ist gerade die inhaltliche und ästhetische, aber auch technisch-mediale Hybridität, die Kennzeichen ist für diese von Ambivalenzen und Widersprüchen durchzogene Praxis digitalisierter Alltagskommunikation. Wie sich dabei die heterogenen Bezugfelder der Jugendlichen in die visuellen Kulturen postmigrantischer Lebenswelten einschreiben, zeigt sich exemplarisch an den digitalen Collagenbildern, welche die Netlog-UserInnen als Titelbilder für ihre Onlineprofile gestalten. Ein Beispiel dafür ist das Titelbild eines vierzehnjährigen Jungen mit Nickname «mafia_mergim_boy».²²⁵ Vor schwarzem Hintergrund hat er sieben Einzelbilder zu einem Ensemble arrangiert, das Auskunft über die Themen gibt, mit denen er sich innerhalb der Netlog-Community repräsentiert (Abb. 4). Das Bild von «mafia_mergim_boy» ist für eine exemplarische Analyse besonders

224 Ebd., S. 120.

225 mafia_mergim_boy, www.netlog.com (2009).

geeignet, weil es zeigt, wie Symbole und Diskurse aus unterschiedlichen lebensweltlichen Bereichen im intermedialen «doing» miteinander verkoppelt werden.

Kriminalität als populärkultureller Mythos

Das erste analysierte Bildfragment ist eine grafische Darstellung des albanischen Doppeladlers auf weißem Grund, kombiniert mit dem goldenen Schriftzug «ALBO GANGSTA». Das in der Collage verwendete Bild stammt von einer Website, die verschiedene als «Albania Glitters»²²⁶ bezeichnete GIF-Dateien zum Thema «Albanien» bereitstellt – viel davon mit nationalistischen oder sexualisierten Symbolen und Texten. Die Textbotschaft in Kombination mit ihrer goldig-glitzerigen Typografie kann dabei hinsichtlich der «Bling-Bling»-Ästhetik des globalen Hip-Hop-Mainstreams und dessen Glamour und Gangsternarrativ interpretiert werden.²²⁷ Die Faszination vor allem männlicher Jugendlicher für die Biografien krimineller Figuren und Geschichten ist ein adoleszentes Phänomen von globalem Massstab. Rund um den Globus sind die Wände von Jugendzimmern beklebt mit den Konterfeis der Gangsterikone Tony Montana aus Brian de Palmas Gangsterepos «Scarface» (USA 1983) oder aus Francis Ford Coppolas Trilogie «The Godfather» (USA 1972, 1974, 1990). In einer erweiterten Interpretation des Gangstermythos rücken stärker das doing ethnicity und die damit verbundenen Praktiken der Aneignung populärer Stereotype in den Vordergrund. Darauf verweist zum einen der Username des Bildproduzenten «mafia_mergim_boy», in dem der Begriff Mafia mit der eigenen Migrationserfahrung («mergim», albanisch für «Einwanderung») in Verbindung gebracht wird. Zum anderen lässt sich die im Bild dargestellte Wortkombination «ALBO GANGSTA» hinsichtlich einer populärkulturellen Imagination des Balkanischen lesen, innerhalb deren die Figur des Betrügers, Diebes und Mörders eine historische Rolle einnimmt. Vor dem Hintergrund der jugoslawischen Desintegration zum einen, der europäischen und amerikanischen Balkanmigration zum anderen hat dieses Stereotyp seit Mitte der 1990er-Jahre insbesondere im Erzählkino eine Reaktualisierung durchlaufen. Ein Beispiel dafür, wie dieses Stereotyp im digitalen doing ethnicity zum Thema gemacht

226 Albanian Glitter, www.loni-s.de.tl (2016).

227 Mit dem aus dem Hip-Hop stammenden Begriff werden in der Umgangssprache und in Lifestyle-Medien stark glitzernde und glänzende Accessoires und Schmuckstücke bezeichnet. Vgl. Nicole Hodges-Persley: Bling-Bling, in: Mickey Hess (Hg.): Icons of Hip Hop. An Encyclopedia of the Movement, Music, and Culture, Bd. 2. Westport 2007, S. 468 f.

Abb. 5: Jugendkulturelle Kritik an populären Stereotypen.



wird, stammt von der ethnoorientierten Facebook-Seite «Ich liebe den Balkan». Es handelt sich um ein Bild, auf welchem ein mit Handschellen gefesselter und von Polizisten begleiteter Mann dargestellt ist. Die Fotografie ist beschrieben mit den Worten: «Fakt ist: In Filmen sind immer Russen, Albaner, Serben oder Tschetschenen die Bösen» (Abb. 5).

Tatsächlich finden sich in US-amerikanischen und europäischen Kinofilmen zahlreiche Beispiele für die Figur des postjugoslawischen Kriminellen: Der glatzköpfige Killer Ratko im dänischen Spielfilm «In China essen sie Hunde» (DK 1999), der schmierige Gangsterboss Radovan im ebenfalls dänischen «Pusher» (DK 1996), die albanischen Menschenhändler im Hollywood-Blockbuster «Taken» (F 2008) oder der an den Erfahrungen des Bosnienkriegs moralisch zerbrochene Politiker Dušan Gavrić in «The Peacemaker» (USA 1997), der mit einem Atomsprenkopf im Diplomatengepäck die am UNO-Hauptsitz in New York tagende Staatengemeinschaft für ihre Unterstützung der Kriegsparteien bestrafen will. Das Computerspiel «Grand Theft Auto IV» (aka GTA IV, USA/GB 2008) ermöglicht es den SpielerInnen sogar, selbst in die Rolle des serbischen Kriminellen Nikolai «Niko» Bellic zu schlüpfen, der nach dem Kosovokrieg in die USA geflüchtet ist und der Rache an einem Verräter seiner Armee-Einheit nehmen will. Die zu dem Bild (Abb. 5) geschriebenen Facebook-Kommentare zeigen auch, dass das Stereotyp des postjugoslawischen Kriminellen verschieden wahrgenommen und bewertet wird. So wird die auf dem Bild formulierte Kritik einerseits geteilt, jedoch positiv gewertet. Dies veranschaulichen die zahlreichen Kommentare mit lachenden Emojis oder Aussagen wie «Haha stimmt wohl ... » oder «Fakt hahaha».²²⁸ Im jugend-

228 Ich liebe den Balkan, www.facebook.com (2012).

kulturellen doing ethnicity vermischt sich dabei ein diffuses Bild des Balkanischen mit einem globalen Topos des Gangsters als prekärer Antiheld und gesellschaftlicher Aussenseiter. Andere Kommentare verdeutlichen jedoch auch, dass bei den jugendkulturellen AkteurInnen durchaus ein Bewusstsein für die Konstruiertheit der vom «Westen» produzierten (negativen) Diskurse über die Balkanregion und deren Bewohner vorhanden ist. Vor dem Hintergrund der Kriege in Bosnien und Kroatien werden die aus diesen Diskursen erwachsenden Zuschreibungen jedoch als legitim betrachtet. So bezieht sich der User «Benez Bosnac» in einem Kommentar auf die Massaker von Srebrenica im Juli 1995, in welchen nach Angaben des Internationalen Strafgerichtshofs für das ehemalige Jugoslawien über 8000 muslimische Männer und Jungen von Streitkräften der Republika Srpska und serbischen Paramilitärs ermordet wurden.²²⁹ Die Serben, schreibt «Benez Bosnacs», seien nicht «in Filmen» die Bösen, sondern «in echt auch.. sag nur Srebrenica».

Sport und Fantum

Das zweite Bildfragment zeigt den jubelnden Fußballspieler Cristiano Ronaldo. Ronaldo ist eine globale Sportikone. Als portugiesischer Staatsbürger hat er keinen biografischen Bezug zum Kosovo, dem elterlichen Herkunftsland des Bildproduzenten. Die fotografische Inszenierung von herausragenden SportlerInnen stellt ein wesentliches Element der Theatralisierung des Mediensports dar,²³⁰ und Cristiano Ronaldo ist unter diesen einer der grossen Stars des vergangenen Jahrzehnts. Das zeigt sich auch daran, dass der Spieler 2016 rund 67 Millionen Euro verdient haben soll.²³¹ Der Kult um den Spitzenspieler ist ein transkulturelles Phänomen, Bilder von Ronaldo schmücken Wände in Kinder- und Jugendzimmern rund um den Globus. Entsprechend kursiert eine unüberschaubare Anzahl Fotografien des Fußballspielers im Internet, eingebunden in die Sportberichterstattung ebenso wie als Bestandteil privater Fansites oder als Wallpapers. Auch das von «mafia_mergim_boy» verwendete Bild stammt ursprünglich aus dem Internet. Entnommen wurde es dem Profil eines anderen Netlog-Users, worauf die am Bildrand sichtbare URL verweist. Zurückverfolgen lässt sich die Zirkulation des Bildes aber noch weiter, bis zu einem Onlineartikel des «Telegraph»

229 [The Conflicts, www.icty.org](http://www.icty.org).

230 Jürgen Schwier, Thorsten Schauerte: Die Theatralisierung des Sports, in: Herbert Willems (Hg.): Theatralisierung der Gesellschaft, Bd. 1: Soziologische Theorie und Zeitdiagnose. Wiesbaden 2009, S. 419–438, hier S. 425.

231 [Top 10: Die bestbezahlten Fussballer der Welt, www.fussballtransfers.com](http://www.fussballtransfers.com) (2016).

mit dem Titel «Cristiano Ronaldo's greatest goals: In pictures».²³² Das Thema Fußball spielt in der Collage von «mafia_mergim_boy» auch bei einem weiteren, dritten Bildfragment eine Rolle: Es handelt sich um eine private Aufnahme, die ihn im Kreis einer Juniorenfußballmannschaft zeigt. Die Fotografie hat «mafia_mergim_boy» auch als Einzelbild in seiner Netlog-Bildgalerie abgelegt, was es ermöglicht, mehr über den Kontext der Aufnahme zu erfahren. Betitelt ist die Fotografie in der für die Kommunikation auf Netlog typischen jugendsprachlichen Orthografie mit «..Ooooo...GrOBiii...MaN-ScHAft...Ooooo», was sich als «Ooooo ... grobe Mannschaft» übersetzen lässt, wobei «grob» hier als jugendsprachliches Attribut gebraucht wird, um etwas besonders Eindrückliches zu bezeichnen. Solche imaginären Verbindungen lebensweltlicher Realität (des eigenen Fußballspielens) mit medialisierten Vorbildern (Cristiano Ronaldo) lassen sich in vergleichbaren Collagenbildern verbreitet feststellen. Der Modus ist derselbe: Fotografische Selbstporträts und im Internet gefundene Bilder der Stars werden in einer gemeinsamen, personalisierten Bildumgebung kombiniert. Oft sind es auch Bilder von Profisportlern aus den Herkunftsländern der jungen Männer und (seltener) Frauen, die Eingang in die visuelle Selbstnarration der Jugendlichen finden. So begegnen in vielen Netlog- und Facebook-Galerien PR- und Pressebilder, aber auch private Schnappschüsse bekannter Sportler wie des serbischen Tennisprofis Novak Djokovic oder des (in der Schweiz lebenden) albanischen Boxers Nuri Seferi, aber auch von bekannten Clubmannschaften wie Roter Stern Belgrad, die auch im Ausland über eine grosse Fanbasis verfügen.²³³ Die digitalen Collagenbilder und Bildergalerien bilden dabei ein Cluster von Bildern und Symbolen, nicht unähnlich dem, was Thomas Hermann und Christa Hanetseder als «kulturell hybride Raumtexte» bezeichnen, um die Ausstaffierungen von Jugendzimmern zu beschreiben,²³⁴ in denen materiell und semantisch unterschiedliche Artefakte wie Poster, Bücher oder Fahnen angeordnet sind. Anders als bei der Ausgestaltung der Jugendzimmer sind die in digitalen Kommunikationsumgebungen dargestellten Bilder der

232 Cristiano Ronaldo's greatest Goals: In pictures, www.telegraph.co.uk (2015).

233 Andreas Hepp et al. haben gezeigt, dass ethnoorientierte Identitätsartikulation von verschiedenen «Medienspuren» durchzogen sind und dass zum Beispiel Fußball sowohl in Deutschland als auch im Kontext der Herkunft verfolgt wird, vgl. Hepp/Bozdag/Suna 2011, S. 210. Nach Bonfadelli et al. nimmt der Fußball in vielen Familien mit Migrationshintergrund eine wichtige Rolle als täglicher Gesprächsstoff ein, nicht nur, aber auch der Fußball im Herkunftsland, vgl. Bonfadelli/Bucher/Hanetseder/Hermann/Ideli/Moser 2008, S. 257.

234 Thomas Hermann, Christa Hanetseder: Jugendliche mit Migrationshintergrund. Heimatliche, lokale und globale Verortungen, in: Heinz Bonfadelli, Heinz Moser (Hg.): Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum? Wiesbaden 2007, S. 237–272, hier S. 246.

«Stars» aber nicht an eine bestimmte Materialität gebunden, vielmehr können sie beliebig dupliziert, kombiniert und modifiziert werden. Dies ermöglicht es den Jugendlichen, sich mit ihren eigenen Bildern (zum Beispiel mit einem fotografischen Selbstporträt) in mediale Gleichwertigkeit und Nachbarschaft zu ihren Vorbildern zu setzen.

Globalisierte Medieninhalte

In der Collage von «mafia_mergim_boy» finden sich nebst dem Fussball weitere Hinweise auf die globale Populärkultur. Ein erstes Beispiel dafür lässt sich vorrangig vor dem Hintergrund des doing ethnicity interpretieren und zeigt seine populärkulturelle Bedeutung erst auf den zweiten Blick. Es handelt sich um eine Textgrafik mit dem Text «Kosova the best fuck the rest», durch welche der User nochmals eine «Teilidentität» als aus dem Kosovo stammender Albaner artikuliert. Typografie und Bildgestaltung legen hingegen keine besondere ethische, jugend- oder populärkulturelle Konnotation nahe, der Sinngehalt des Bildfragments wird primär durch den Text vermittelt. Die Botschaft «... the best fuck the rest» ist eine im globalen Massstab verbreitete Redensart, die in semantischen Varianten in verschiedensten Kontexten und gebunden an unterschiedliche materielle Träger vorkommt: Auf T-Shirts gedruckt, als Spruch auf Klowänden, insbesondere jedoch in Form von Textgrafiken im WWW vermittelt sie Distinktion und verweist auf eigene Präferenzen. Solche routinierten Formen der Aneignung und situativen Umformung global zirkulierender Medieninhalte und Darstellungsformen begegnen im digitalen doing ethnicity wiederkehrend. Im Collagebild finden sich aber auch Beispiele für einen Modus der Aneignung globaler Medieninhalte, der stärker noch durch individuelle Vorlieben bestimmt ist. So ist auf gleich zwei Bildfragmenten der US-amerikanische Wrestler «Rey Mysterio» abgebildet. Rey Mysterio tritt im Programm der World Wrestling Entertainment auf, deren Kämpfe seit 2009 auch auf deutschsprachigen Free- und auf Pay-TV-Kanälen zu sehen sind.²³⁵ Wrestlingkämpfe werden gewöhnlich nur über Satelliten- beziehungsweise digitales Pay-TV übertragen und mittlerweile auch im Internet. Viele (post)migrantische Haushalte in der Schweiz verfügen über Satellitenfernsehen oder digitales Pay-TV, um Programme aus den Heimatländern zu empfangen. Damit ist den Jugendlichen auch die Möglichkeit gegeben, andere bezahlte Nischenprogramme zu konsumieren und sich so mit verschiedensten Medienkontexten vertraut zu machen. Mit Blick auf die Zirkulation und Aneignung von Medieninhalten lässt sich an den Bil-

235 Wrestling: Sky verliert WWE an ProSiebenSat.1, www.digitalfernsehen.de (2014).

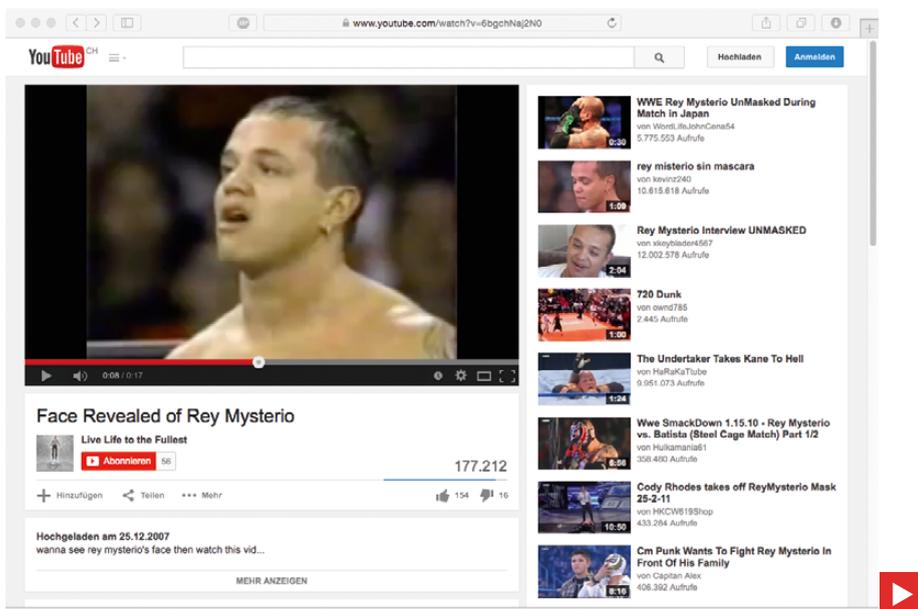


Abb. 6: Globaler Bedeutungshorizont: Wrestling-Video auf YouTube.

dern von Rey Mysterio nachvollziehen, wie sich in solchen Prozessen verschiedene technische, mediale und institutionelle Kontexte kreuzen. Eines der von «mafia_mergim_boy» für seine Collage verwendeten Bilder ist ein Screenshot von einem Videoclip, der 2007 auf YouTube veröffentlicht wurde, der wiederum auf einer aufgezeichneten TV-Aufnahme basiert (Abb. 6).²³⁶

Die Aufnahme zeigt den Wrestler in einem seltenen Moment unmaskiert im Ring. Die Collage von «mafia_mergim_boy» vermittelt also auch Wissen über den Mann «hinter der Maske», was es ihm erlaubt, sich als «Insider» mit Zugang zu Hintergrundwissen zu inszenieren, der nicht nur weiss, wie die Person hinter der Kunstfigur Rey Mysterio aussieht, sondern auch in der Lage ist, im WWW die entsprechenden Informationen zu finden.

236 Face Revealed of Rey Mysterio, YouTube (2007).

Branding und Konsumkultur

Das letzte Bildfragment der Collage von «mafia_mergim_boy» zeigt ein Auto, dessen Kühlerhaube mit dem Symbol des albanischen Doppeladlers verziert ist, womit das Bild auf den im digitalen doing ethnicity wiederkehrenden Zusammenhang von visueller Kultur und Konsumkultur verweist. Die Montage basiert auf der PR-Fotografie eines Personenwagens der Marke Alfa Romeo, die auf diversen Auto-Websites zu finden ist.²³⁷ Mit einem Bildbearbeitungsprogramm hat der Bildproduzent die Umrisse des albanischen Doppeladlers auf die Kühlerhaube des PKWs montiert, offenbar mit dem Ziel einer möglichst realitätsnahen Darstellung. Dass sich Jugendliche für fotografische Aufnahmen mit Artefakten und (Marken-)Symbolen aus der globalen Konsumkultur inszenieren und dass diesen Bildern in der Social-Web-Kommunikation eine wichtige Rolle zukommt, haben schon frühere Studien im Schweizer Kontext gezeigt.²³⁸ Dabei wurde auch sichtbar, dass Markensymbole nicht nur in fotografischen Inszenierungen von Bedeutung sind (zum Beispiel in Form von Logos auf Kleidern), sondern auch in Form von grafischen Elementen, die in digitalen Collagen Verwendung finden. Dafür werden Markenlogos aus dem WWW mit fotografischen und grafischen Bildelementen kombiniert, teilweise auch zusammen mit nationalen oder religiösen Symbolen wie dem albanischen Doppeladler oder dem serbisch-orthodoxen Kreuz. Innerhalb dieser Praxis der gestalterischen Aneignung ist die Bezugnahme auf das Thema Auto verbreitet, insbesondere bei jungen Männern. Bevorzugt werden dabei Fotografien und Logos von hochpreisigen Modellen der Marken BMW oder Mercedes-Benz dargestellt, von Marken also, die sowohl in den sozialen Milieus der Jugendlichen wie auch im Register der populären Balkanstereotype von Bedeutung sind. Exemplarisch veranschaulicht dies eine Diskussion auf der deutschsprachigen Website balkanform.info: In einem Thread mit dem Titel «Audi Bmw oder Mercedes?» fragt ein User namens «Adriano_» die Community, welche der drei Automarken sie am besten finden und weshalb, und schickt voraus, dass diese «wohl zu den Top marken unter Balkanern» gehören würden.²³⁹

237 Zum Beispiel The New Alfa Romeo 159, www.automania.be (2014).

238 Vgl. Richard Feurer, Jörg Huber, Matthias Michel (Hg.): *BrandBody&Soul. GEPFLEGT-KRASS*. Berlin 2008; Christian Ritter: *Visuelle Rhetorik im transkulturellen Raum. Bildgebrauch und Bildtypen*, in: Christian Ritter, Gabriela Muri, Basil Rogger (Hg.): *Magische Ambivalenz. Identität und Visualität im transkulturellen Raum*. Berlin, Zürich 2010, S. 97–127.

239 Audi Bmw oder Mercedes?, www.balkanforum.info (2011).

Intermedialität und Transkulturalität

Das Profilbild von «mafia_mergim_boy» hat veranschaulicht, wie ästhetische Zeichen von unterschiedlicher Medialität und Anmutung im digitalen Modus collagenhaft verbunden und in neue technische und soziokulturelle Umgebungen transferiert werden können. Das Bild ist auch ein Beispiel dafür, wie jugendliche MedienproduzentInnen die Möglichkeiten digitaler ICT- und Kameratechnik nutzen, um Themen und Diskurse aus lokalen und globalen, alltagskulturellen wie auch populärkulturellen Kontexten zu einem transkulturellen Gewebe individueller Bedeutung zu verbinden. Was Hans Ulrich Reck für das Hybride in den (Medien-)Künsten feststellt, lässt sich hierbei auch für die Zeichendimension des alltäglichen Medienhandelns feststellen. Reck spricht von Hybridkultur als einer

Verbindung von ursprünglich getrennten Kontexten und Bereichen zu einem Neuen, das gerade nicht eine Auflösung der Elemente in einem synästhetisch geschlossenen Gesamtkunstwerk bewirkt, sondern die in ihren Trennmomenten noch erkennbare Anordnung, das Dispositiv einer Montage darstellt, die von ihrem Effekt her nicht mehr in diese Teile zerlegt werden kann – es sei denn, sie gehe in Rekonstruktion über, womit sie aber aufhört, zu sein.²⁴⁰

Das von Reck beschriebene Verhältnis von Montage und Rekonstruktion erweist sich in den untersuchten Beispielen allerdings als ambivalent, insofern hegemonial konnotierte Codes wie nationale Symbole, aber auch die oft stereotypen Inszenierungen der Körper eine dominante Stellung gegenüber den sie umgebenden Codes provozieren. Dies ist selbst dann der Fall, wenn ihnen von den BildproduzentInnen keine (bewusst) bevorzugte Stellung im semiotischen Ensemble eingeräumt wird. Auch aus der Perspektive der Forschenden braucht es nicht unerhebliche methodische und analytische Anstrengungen, um das Verhältnis kultureller Codes nicht additiv und hierarchisch zu denken, sondern als Modus des digitalen «Cut 'n' Mix».²⁴¹ Deutlich wird an der Problematik auch, dass Hybridbildung im Sinne eines zugleich kulturellen, technischen und ästhetischen Prozesses nicht bedeutet, dass sich Symbole und Bedeutungen aus unterschiedlichen diskursiven und ästhetischen Zusammenhängen irreversibel und bis zur Unkenntlichkeit ineinander auflösen. Vielmehr erscheinen sie eingelassen in komplexe intermediale Verweis-

240 Hans Ulrich Reck: Entgrenzung und Vermischung. Hybridkultur als Kunst der Philosophie, in: Irmela Schneider, Christian Thomsen (Hg.): Hybridkultur. Medien, Netze, Künste. Köln 1997, S. 91–117, hier S. 91.

241 Dick Hebdige: Cut 'n' Mix. Culture, Identity and Caribbean Music. London, New York 2003.

strukturen, durch welche soziale und technoästhetische Kontexte situativ miteinander verknüpft und mit Bedeutung belegt werden können. Intermedialität als ein Aspekt von Transkulturalität zeigt sich dabei, mit der Terminologie von Irina Rajewsky argumentiert, in vielfältigen Spielarten: zum einen im Modus der *Medienkombination*, wenn konventionell als distinktiv wahrgenommene Medien in ihrer Materialität präsent sind und auf ihre eigene, medienspezifische Weise zur Konstitution des Gesamtprodukts beitragen,²⁴² zum anderen im Modus des *Medienwechsels* als Transformation eines medienspezifisch fixierten Prätextes in ein anderes semiotisches System, wobei nur Letzteres materiell präsent ist.²⁴³ Wird dabei das Kontakt gebende Medienprodukt in seiner Differenz und/oder Äquivalenz zum Kontakt nehmenden, materiell präsenten oder medialen System mitrezipiert, handelt es sich auch um eine intermediale Bezugnahme²⁴⁴ (dies ist etwa dann der Fall, wenn der auf der albanischen Flagge dargestellte Doppeladler mit den Händen gestisch nachgebildet und fotografisch dokumentiert wird).²⁴⁵ Im intermedialen Mashup²⁴⁶ zeigt sich der Zusammenhang von Transkulturalität und Intermedialität mit Salman Rushdies Metapher der «Bastardierung» gesprochen als eine Transformation hin zu Hybridität, Unreinheit, Vermischung und Veränderung,²⁴⁷ als ein umfassender und umkehrbarer Prozess der Entgrenzung und Verschiebung von Bedeutung.

Bereits in früheren Arbeiten über sub- und jugendkulturelle Praktiken und Stile haben Dirk Hebdige und seine Mitforschenden am Birminghamer Center for Contemporary Cultural Studies die Aneignung und Transformation kultureller Codes und die sich daraus ergebenden Widerständigkeiten ins Zentrum ihrer Untersuchungen gestellt. Ihnen ist auch die breite Rezeption von Claude Lévi-Strauss' sozialanthropologischem Konzept der *Bricolage* im Kontext der Populär- und Alltagskulturen zu verdanken.²⁴⁸ Gemäss den Birminghamer Cultural Studies unterscheiden sich jugendkulturelle

242 Irina Rajewsky: *Intermedialität*. Tübingen 2005, S. 15.

243 Ebd., S. 16.

244 Ebd., S. 17.

245 Ausführlich zur Inszenierung des albanischen Wappentiers im digitalen *doing ethnicity* vgl. [Kapitel 3](#).

246 Zum Mashup als Form digitalen Remixens ausführlich Eckart Voigts: *Mashup und intertextuelle Hermeneutik des Alltagslebens*. Zu Präsenz und Performanz des digitalen Remix, in: *MEDIENwissenschaft*, 2 (2015), S. 146–163.

247 Salman Rushdie: *Imaginary Homelands*. London 1991, S. 394.

248 Vgl. Stuart Hall, Tony Jefferson (Hg.): *Resistance Through Rituals. Youth Subcultures in Post-War Britain*. London 1975; John Clarke, Phil Cohen, Paul Corrigan, Jenny Garber, Stuart Hall, Dick Hebdige (Hg.): *Jugendkultur als Widerstand. Milieus, Rituale, Provokationen*. Hamburg 1981.

«Stilschöpfungen»²⁴⁹ von orthodoxen kulturellen Formationen gerade durch die Kombination und Neukontextualisierung von Gütern (von Symbolen und Materialien), wodurch – wie bei den untersuchten Beispielen – hegemoniale Zeichen mit einem neuen oder veränderten Sinn belegt werden.²⁵⁰ So wie der Bricoleur bei Lévi-Strauss «mit dem, was ihm zur Hand ist», und einer «begrenzten Auswahl an Werkzeugen und Materialien» auskommen muss,²⁵¹ kann auch der subkulturelle Bricoleur nur an Ideen und Symbolen teilhaben, die als Bedeutungsträger bereits existieren, die für sein Handeln verfügbar sind und die bereits mit einer Botschaft belegt sind, die sich ordnen und zu einem neuen Diskurs kombinieren lassen. John Clarke argumentiert, dass die Bedeutungen der Objekte (des «Rohmaterials»), aus dem ein subkultureller Stil zusammengesetzt wird, bereits in einem kohärenten System organisiert sein müssen. Nur dann kann «die Art, in der sie umgestellt und transformiert werden», überhaupt als Transformation begriffen werden und die Bricolagen können ihren kulturellen Eigensinn entfalten.²⁵² In einer medienhistorischen Betrachtung erinnert die für das digitale Do-it-yourself charakteristische (Re-)Kombination multipler Medialitäten an die aus der Punksubkultur vertraute Ästhetik der Montage. In den digitalen Umgebungen der Gegenwart wird dabei fortgesetzt, was Charlie Gere bezüglich des ästhetischen «cut-up» im frühen Punk als eine Vorwegnahme der Möglichkeiten digitaler Medientechnik beschrieben hat.²⁵³ Exemplarisch nachvollziehbar wird die Praxis der Bricolage am Zeichenarrangement des Netlog-Users «KinG_BrotherzZ_zH».²⁵⁴ Die Grundlage dafür bildet eine Fotografie, auf der eine Gruppe junger Männer zu sehen ist, die für die Kamera posieren – wobei einer der Jugendlichen mit den Händen das Symbol des albanischen Doppeladlers formt (Abb. 7).

Das Bild ist ein Schnappschuss, der während des nächtlichen Unterwegsseins der Gruppe aufgenommen wurde. Das fotografische Gruppenbild lässt sich – in veränderter Form und Gestalt – auch als zentrales Element eines (Collagen-)Bildes identifizieren (Abb. 8). Dazu hat der junge Mann die Personengruppe mittels Bildbearbeitungssoftware aus der ursprünglichen Bildumgebung herausgelöst («ausgeschnitten») und mit einem schwarzen Grund hinterlegt. Zusätzlich wurde die Fotografie mit Texten und Symbolen

249 John Clarke: Stil, in: ders., Phil Cohen, Paul Corrigan, Jenny Garber, Stuart Hall, Dick Hebdige (Hg.): *Jugendkultur als Widerstand. Milieus, Rituale, Provokationen*. Hamburg 1981, S. 133–157, hier S. 136–138.

250 Dick Hebdige: *Subculture. The Meaning of Style*. London, New York 1988, S. 103.

251 Claude Lévi-Strauss: *Das wilde Denken*. Frankfurt am Main 1973, S. 30.

252 Clarke 1981, S. 137.

253 Gere 2008, S. 172.

254 KinG_BrotherzZ_zH, www.netlog.com (2009).



Abb. 7: Unterwegs in der Nacht: Junge Männer posieren für die Kamera.

ergänzt: In die Bildecken wurden Computergrafiken einer Pistole mit Patronen sowie eines Adlers platziert. Zwischen den beiden Adlern ist zudem der Schriftzug «King-Brotherzz» zu sehen, offenbar eine Selbstbezeichnung der Gruppe. Sämtliche Bildelemente sind zudem von einem Flammeneffekt umgeben. Hinzu kommt ein dezenter Hinweis auf den Urheber des Bildes («Design by ardi») am rechten Bildrand.

Die Modulation der ursprünglichen Fotografie und deren Überführung in eine komplexe Assemblage kultureller Symbole ermöglicht es dem Bildproduzenten, die relativ offene Lesart des Gruppenbilds auf eine intendierte (jugendkulturelle) Lesart engzuführen. Dazu wird die fotografische Freundschaftsinszenierung in eine martialische Ästhetik transformiert, durch welche sich die Jugendlichengruppe als «Gang» in Szene setzt. Die körperlich-performative Aneignung des albanischen Adlers durch den in der Bildmitte knienden Mann wird dabei von einer primär ethnonationalen zu einer jugend- und subkulturellen Bedeutungskonstruktion gewendet, in der das «Albanische» mit der globalisierten Ikonografie schwarzer und/oder migranischer Aussenseiterkultur im Hip-Hop in Beziehung gesetzt wird.²⁵⁵

Darüber hinaus verweist das bereits 2009 und damit in einer vergleichsweise frühen Phase der Veralltäglichen von digitaler Kamertechnik und Bildbearbeitungssoftware entstandene Bild auf einen Zusammenhang von technischer Innovation und ästhetischer Praxis, der sich (um das Argument von Gere aufzunehmen) in vergleichbarer Form bereits an der Schwelle der Digitalisierung Ende der 1970er-Jahre beobachten lässt. Hans Ulrich Reck

²⁵⁵ Dazu ausführlich S. 112 in diesem Buch.

Abb. 8: Digitale Bricolage:
Vom Schnappschuss zum
Collagenbild.



beschreibt, wie sich die urbanen Szenen des Punk und Postpunk die damals neue Technologie der Xeroxkopie zunutze machten, um sich mit einer eigenen visuellen Sprache von der bildungsbürgerlich geprägten Ästhetik der 1968er-Bewegung zu unterscheiden.²⁵⁶ Auch die digitalen Praktiken der Bricolage beziehen ihr soziokulturelles Potenzial nicht allein aus der Transformation von Zeichen in andere diskursive Umgebungen, sondern ebenso aus deren Darstellung und Rekombination in neuen technisch-medialen Umgebungen und unter veränderten medienhistorischen Bedingungen. Medien Grenzen stellen dabei keine hermetischen Trennungen dar, sondern sind im Anschluss an Rajewsky als «Grenz zonen» zwischen Medien zu denken, aus deren unklarer Beschaffenheit sich spezifische Handlungsmöglichkeiten ergeben. Rajewsky spricht von «enabling structures, as spaces in which we can test and experiment with a plethora of different strategies».²⁵⁷ Diesem Argument folgend erscheint der Zusammenhang von Intermedialität und Transkulturalität evident, insofern er sowohl auf die Ebene der Praktiken (der Bildgestaltung) wie auf die aus der Bricolage hervorgegangenen Zeichenensembles und Bedeutungskonstruktionen verweist. Die hat auch methodologisch Konsequenzen, insofern der Umgang mit unterschiedlichen Medienformaten wie Musik, Fotografie, Video etc. nicht entlang technischer Merkmale und medienhistorischer und mediensoziologischer Differenzierungen analytisch eingeführt werden kann, sondern auf die Überlagerungen, Übergänge und

256 Vgl. Reck 2007a, S. 178.

257 Irina Rajewsky: Border Talks. The Problematic Status of Media Borders in the Current Debate about Intermediality, in: Lars Elleström (Hg.): Media Borders, Multimodality and Intermediality. Basingstoke 2010, S. 51–68, hier S. 65.

Durchdringungen fokussiert, die sich im intermedialen «doing» ergeben. Im offenen Spiel mit Symbolen und Bedeutungen verweisen die digitalen Inszenierungen von Ethnizität denn auch weniger auf einen Modus «kultureller Vergemeinschaftung» als auf eine für wechselnde sub-, national-, konsum- und populärkulturelle Praktiken des Bezugnehmens geöffnete soziokulturelle Situation jugendkultureller Kommunikation und Selbstnarration.

3 Aneignung nationaler Symbole

Die bisherigen Ausführungen haben verdeutlicht, wie das postmigran-tische *doing ethnicity* vor dem Hintergrund gesellschaftspolitischer Diskurse um die Migration aus der Balkanregion und den damit verbundenen Zuschreibungen des Balkanischen interpretiert werden kann. Ausgehend von empirischen Fallbeispielen wurde weiter diskutiert, wie die Möglichkeiten digitaler ICT- und Kameratechnik im Alltag genutzt werden, um an verschiedenen alltags-, jugend- und populärkulturellen Kontexten teilzuhaben und diese im intermedialen «doing» aktiv aufeinander zu beziehen. Es wurde argumentiert, dass aus der Verbindung postmigrantischer Alltagskultur und technisch-medialer Entgrenzung spezifische (ästhetische) Formen der inter- und transkulturellen Bezugnahmen hervorgehen. Der Fokus des vorliegenden Kapitels liegt nun auf dem Umgang mit nationalen Symbolen und Narrativen. Konkret geht es um die intermedialen Praktiken, durch welche die Jugendlichen Symbole und Bedeutungen aus den nationalen (und nationalistischen) Diskursen der postjugoslawischen Staaten aneignen, recodieren und als narrative Resource produktiv machen. Die Analyse erfolgt zum einen hinsichtlich der gewaltförmigen Desintegration der Republik Jugoslawien in den 1990er-Jahren und der damit verbundenen identitätspolitischen Diskurse und Imaginationen. Zum anderen legt das Kapitel einen Schwerpunkt auf die Frage, wie nationale Symbole und Erzählungen im digitalen «encoding» und «decoding» mit Inhalten und Ästhetiken aus den Jugend- und Populärkulturen überformt und kommunikativ anschlussfähig gemacht werden. Diskutiert wird dabei auch, inwiefern hegemoniale Konzepte von «Kultur» und «Identität» aktualisiert und reproduziert oder aber unterminiert werden. Den zentralen Interpretationsrahmen dafür bildet das kulturwissenschaftliche Konzept der Aneignung, in welches zum Einstieg in dieses Kapitel eingeführt wird.

«Textual poaching» im digitalen Zeitalter

Die Repräsentation nationaler Zugehörigkeit im Alltag ist ein Phänomen von globaler Reichweite. Michael Billig hat gezeigt, wie «nationale Identitäten» in Alltagsroutinen Eingang finden und durch diese reproduziert werden, zum Beispiel im alltäglichen Sprachgebrauch oder in der Beflagung von Gebäuden.²⁵⁸ Billig unterscheidet die Verwendung nationaler Symbole und

258 Michael Billig: *Banal Nationalism*. London 1995.

Narrative in einen alltäglichen «banal nationalism» und einen expliziten «hot nationalism». Während die erste Form veralltäglicht ist und sich durch ihren routinierten Gebrauch oft unter der Aufmerksamkeitsschwelle bewegt, findet die zweite Form Verwendung, um den offenen Nationalismus der «anderen» zu benennen und als «extraordinary, politically charged and emotionally driven» darzustellen.²⁵⁹ Mit Blick auf die komplexen Dynamiken des postmigrantischen doing ethnicity interessieren jedoch weniger paradigmatische Unterscheidungen als die Wechselwirkungen, die sich zwischen unterschiedlichen Ausprägungen nationaler Diskurse und nationalistischer Routinen sowie darüber hinaus zwischen den Kontexten von Jugendkultur und Populärkultur ergeben.²⁶⁰ Unter Bezugnahme auf das kulturwissenschaftliche Konzept der Aneignung wird im Folgenden gezeigt, wie hegemonial konnotierte Symbole und Medieninhalte aus nationalen und populärkulturellen Diskursen in den Alltag übertragen werden und wie die Jugendlichen daraus Potenziale für ihre soziale Positionierung ableiten.

Der wissenschaftliche Diskurs zur kreativen Aneignung von (massen) medial vermittelten Inhalten wurde wesentlich durch die britischen Cultural Studies geprägt, insbesondere durch John Fiskes einflussreiche Studie zur «Television Culture».²⁶¹ Fiske beschreibt darin den Konsum von Medien als eine Möglichkeit, bestehende Medieninhalte durch deren Konsum und Transformation für eigene Ziele produktiv zu machen, zum Beispiel indem «soziale Rollendefinitionen, Identitätsmuster oder Normalitätserwartungen subversiv unterlaufen, parodiert oder abgelehnt werden».²⁶² Fiske verweist dafür auf die Polysemie der im Fernsehen vermittelten Inhalte, die er als grundlegend dafür bezeichnet, dass das Fernsehen als populäres Medium funktionieren kann.²⁶³

259 Ebd., S. 44.

260 Angesprochen ist damit auch eine grundlegende Kritik an Billigs einflussreichem Konzept, wie sie unter anderem von Michael Skey formuliert wird. Skey kritisiert, dass Billigs paradigmatische Unterscheidung zwischen einem «hot» und einem «banal nationalism» nur ungenügend in der Lage ist, den dynamischen Charakter alltäglicher Praktiken der Konstruktion und Reproduktion «nationaler Identität» zu fassen. Vgl. Michael Skey: The National in Everyday Life. A Critical Engagement with Michael Billig's Thesis of Banal Nationalism, in: *The Sociological Review*, 57/2 (2009), S. 331–346.

261 John Fiske: *Television Culture*. London 1987.

262 Rainer Winter: *Widerstand im Netz. Zur Herausbildung einer transnationalen Öffentlichkeit durch netzbasierte Kommunikation*. Bielefeld 2010, S. 37.

263 Im Unterschied zu der von Umberto Eco beschriebenen Offenheit von Kunstwerken bezieht das Fernsehen bei Fiske seine polysemischen Potenziale nicht durch die im Werk angelegten offenen semiotischen Strukturen, sondern durch die Möglichkeit, den «Text» in Opposition zu den hegemonialen Bedeutungen zu lesen. Vgl. Umberto Eco: *Das offene Kunstwerk*. Frankfurt am Main 1973. Ausführlich zum Verhältnis von Fiske und Eco Rainer Winter: *Die Kunst des Eigensinns. Cultural Studies als Kritik der Macht*. Weilerswist 2001, S. 181 f.

Was Fiske für das Medium Fernsehen feststellt, lässt sich auch für andere Medienformate und Programme behaupten, deren Inhalte von den jugendkulturellen AkteurInnen angeeignet werden: Sie müssen «unaufgelöste Widersprüche» enthalten, damit die ZuschauerInnen in den rezipierten Medientexten strukturelle Ähnlichkeiten mit den eigenen sozialen Beziehungen und der eigenen sozialen Identität entdecken können.²⁶⁴ Die Pluralität und die Polysemie der Medieninhalte machen den Rezipierenden ein Angebot, sich Medientexte entsprechend ihrer jeweiligen Situation und Intention anzueignen und mit den dominanten Bedeutungen kreativ umzugehen. Dies gilt ebenso für populärkulturelle Angebote wie für gesellschaftspolitische und nationale Diskurse, die über Massenmedien wie Film, Fernsehen oder die Kanäle des Internets vermittelt werden. So beschreibt Rebekah Willet, wie jugendliche InternetnutzerInnen zwar die ihnen angebotenen Bedeutungen annehmen, im Umgang mit dem Medium aber auch neue Konsumkulturen hervorbringen:

Consumer citizens are individuals; they consume as a way of marking their identity and form their identities in relation to what is on offer, but they also resist and create new consumer cultures. We can see many examples online of young people's resistance to mainstream consumer culture, from culture jamming products, such as mashups and ezines, to civic activism, to the growing interest in alternative lifestyles.²⁶⁵

Die Idee der produktiven Aneignung von Medieninhalten orientiert sich wesentlich an den von Michel de Certeau beschriebenen «Aneignungspraktiken», mittels deren KonsumentInnen die von ihnen konsumierten Produkte erst mit Sinn belegen.²⁶⁶ De Certeau beschreibt die Konsumierenden als «verkannte Produzenten, Dichter ihrer eigenen Angelegenheiten» und als «Erfinder ihrer eigenen Wege durch den Dschungel der funktionalistischen Rationalitäten», die sich die am Markt verfügbaren Produkte aneignen, um «differente Interessen und Wünsche» gegenüber den herrschenden Dispositiven zu entwerfen. Dabei können die AkteurInnen durch die Art und Weise des «Konsums» symbolische Differenzen herstellen, selbst wenn sie sich aus-

264 John Fiske: Fernsehen, Polysemie und Popularität, in: Rainer Winter, Lothar Mikos (Hg.): Die Fabrikation des Populären. Der John Fiske-Reader. Bielefeld 2001, S. 85–109, S. 87.

265 Rebekah Willett: Consumer Citizens Online. Structure, Agency, and Gender in Online Participation, in: David Buckingham (Hg.): Youth, Identity, and Digital Media. Cambridge (MA) 2008, S. 49–70, hier S. 55.

266 Michel de Certeau: Kunst des Handelns. Berlin 1988, S. 19. Zur Bedeutung von de Certeau für die Birminghamer Cultural Studies am Centre for Contemporary Cultural Studies vgl. Winter 2001, S. 197 f.

serlich an ein System assimilieren.²⁶⁷ Dieses Argument ist zentral, um die jugendkulturelle Verwendung nationaler Symbole nicht nur als eine Ästhetisierung nationaler Diskurse, sondern als einen Modus kreativer Aneignung und symbolischer Überformung zu analysieren. De Certeau spricht von der Lesetätigkeit (dem Konsum) als einer Form des «Wilderns», durch welches die LeserInnen (die KonsumentInnen) die in ihrer Bedeutung grundsätzlich offenen «Texte» hervorbringen und verändern:

Er [der Leser] erfindet in den Texten etwas anderes als das, was ihre «Intention» war. Er löst sie von ihrem (verlorenen oder zufälligen) Ursprung. Er kombiniert ihre Fragmente und schafft in dem Raum, der durch ihr Vermögen, eine unendliche Vielzahl von Bedeutungen zu ermöglichen, gebildet wird, Un-Gewusstes.²⁶⁸

Mit dem Konzept des «textual poaching» hat Henry Jenkins aus medienwissenschaftlicher Sicht die Theorie der Aneignung auf den jugendkulturellen Umgang mit Medieninhalten bezogen.²⁶⁹ Im Unterschied zu de Certeau, bei dem das Individuum im Zentrum steht, zeigt Jenkins an den US-amerikanischen Fankulturen der 1980er-Jahre auf, dass das «Wildern» von den Fans gemeinsam und als Teil einer partizipativen Kultur erfolgt. Die Fans würden dabei nicht bei einem «Text» verweilen, sondern eine Vielzahl von Medienangeboten konsumieren und aufeinander beziehen.²⁷⁰ In seiner Betrachtung nimmt Jenkins quasi voraus, was sich später als charakteristisch für die digitalen Aneignungspraktiken im frühen 21. Jahrhundert zeigt – die Kombination verschiedener Medienangebote und Sinnhorizonte zu einer inhaltlichen und ästhetischen Bricolage. Anders als de Certeau, der das taktische Agieren des Konsumenten als reaktives Handeln begreift, betont Jenkins die Möglichkeit der *aktiven* Herstellung von Medieninhalten: «Fans actively assert their

267 De Certeau 1988, S. 14.

268 Ebd., S. 300.

269 Henry Jenkins: *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*. New York, London 1992.

270 Von Andreas Hepp wird zu Recht kritisiert, dass in einer sozialpsychologischen Perspektive «Aneignung» zumeist als ein der Rezeption nachgelagerter Vorgang beschrieben wird, durch den Medieninhalte übernommen und durch Folgekommunikation in den Alltag integriert werden – etwa durch die narrative Einarbeitung in Gesprächen. Eine solche zeitliche Differenzierung einer «Aneignungsphase» von einer «Kernphase» der Rezeption suggeriere jedoch das Vorhandensein einer «eigentlichen» oder «objektiven» Bedeutung, die sich die RezipientInnen im Nachhinein zu einem Teil einer alternativen Bedeutungswelt machen. Dagegen argumentiert Hepp, dass bereits Lesen, Zuhören oder Zuschauen als Vorgänge der Auseinandersetzung mit der eigenen lebensweltlichen und biografischen Lage zu verstehen sind, sich die Aneignung also bereits im Kontakt mit den Medien vollzieht. Vgl. Andreas Hepp: *Fernsehaneignung und Alltagsgespräche. Fernsehnutzung aus der Perspektive der Cultural Studies*. Opladen 1998, S. 23–31.

mastery over the mass-produced texts which provide the raw materials for their own cultural productions and the basis for their social interactions.»²⁷¹ Typischerweise entstehen dabei eigene «Fanmedien» wie Magazine («Fan-zines»), Bücher oder Videoclips, die über eine eigene, zu anderen Jugendkulturen distinktive Ästhetik verfügen. Dass aus der partizipatorischen (und bisweilen kollektiven) Praxis der Produktion und Konsumation von Medieninhalten innerhalb eines gemeinsamen jugendkulturellen Interpretationsrahmens eigene mediale Formen und Traditionen hervorgehen können,²⁷² zeigen auch die in diesem Buch präsentierten Fallbeispiele.

Kontext: Nationale Symbole im Alltag

In den postmigrantischen Jugend- und Alltagskulturen kommen nationalen Symbolen verschiedene Funktionen zu: Sie markieren die Nationalität der Jugendlichen, verweisen auf deren ethnischen Hintergrund und werden verwendet, um die «eigene Herkunftskultur» von den «Kulturen» der «anderen» unterscheidbar zu machen. Zumeist implizit, teilweise aber auch explizit referieren die Jugendlichen dabei auf die nationalen Diskurse der elterlichen Herkunftsländer, die oft in enger Beziehung zu der gewaltförmigen Geschichte der jugoslawischen Desintegration stehen. Dieser historische Kontext markiert einen wesentlichen Unterschied zu den modischen, individualisierten Heimatbekundungen durch «Standard-Accessoires» und «Casual-Wear»²⁷³ mit aufgedruckten Landesflaggen und anderen Symbolen nationaler Identität, die längst in einer globalisierten Konsumkultur aufgegangen sind. Im medialisierten doing ethnicity erfolgt die Aneignung nationaler Symbole hauptsächlich im Medium Bild – als fotografisches Motiv oder in Form grafischer Elemente. Der mediale und materielle Charakter der repräsentierten Objekte und Symbole ist dabei äusserst vielfältig, was auch an den untersuchten Fotografien sichtbar wurde: Das Spektrum der Artefakte, die, mit heraldischen Symbolen und Landesfarben bedruckt oder beklebt, den Weg in den jugendkulturellen Alltag und so ins Social Web gefunden haben, ist beinahe grenzenlos. Dazu zählen alltägliche Gebrauchsobjekte ebenso wie Objekte, die aufgrund ihrer Originalität die Aufmerksamkeit der User wecken. Medialität und Inhalt der dargestellten Objekte, Symbole und Situationen verweisen

271 Jenkins 1992, S. 23 f.

272 Ebd., S. 44–47.

273 Thomas Hengartner: Die Mode mit dem Schweizer Kreuz. Vom Nationalembem zum Lifestyle-Logo, in: Elio Pellin, Elisabeth Ryter (Hg.): Weiss auf Rot. Das Schweizer Kreuz zwischen nationaler Identität und Corporate Identity. Zürich 2004, S. 81–91, hier S. 84.

dabei nicht nur auf die unterschiedlichen Anlässe und Absichten ihrer Entstehung, sondern auch auf die je spezifische kommunikative und thematische Rahmung.

Entlang ihrer Motive lassen sich die Inszenierungen von und mit nationalen Symbolen grob in drei Gruppen unterteilen, die wiederum auf verschiedene Modi der Aneignung verweisen: *Objekte materieller Kultur* (fotografische und grafische Abbildungen von Objekten wie Kleidern, Gebrauchsgegenständen oder Landesflaggen), *grafische Darstellungen* (grafische, typografische und fotografische Bildelemente) sowie *Körperbilder* (fotografische und filmische Darstellungen von körperlich-performativen Inszenierungen nationaler Symbole, etwa der Doppeladlergeste oder dem serbischen Dreifingergruss). Typischerweise korrelieren diese Kategorien miteinander, ein Bild kann aufgrund seiner Inhalte also mehreren Gruppen zugleich zugedacht werden. Dies ist auch ein Hinweis darauf, dass analytische Kategorien vor dem Hintergrund technisch-medialer und inhaltlicher Konvergenz notwendigerweise offen gestaltet sein müssen.

Objekte materieller Kultur

Im globalen Strom der Billig- und Plastikgüter gibt es kaum ein Objekt, das nicht mit nationalen Symbolen versehen erhältlich ist. Entsprechend ist auch die Bandbreite der abfotografierten Objekte, die Eingang in das digitale doing ethnicity finden: Das Spektrum reicht von Feuerzeugen über Schlüsselanhänger, Kaffeetassen bis hin zu Kunstnägeln oder Badelatschen (Abb. 9). Oft handelt es sich dabei um Gebrauchsobjekte, die von den Jugendlichen als Erinnerungsstücke während der Reisen in die «Heimat» erworben wurden. Die Verwendung solcher Gebrauchsobjekte verankert die nationale Herkunft der AkteurInnen in ihren alltäglichen Routinen und bietet zugleich Möglichkeiten, die Alltage «hier» und «dort» imaginär miteinander zu verbinden. Aufmerksamkeit generieren im Social Web jedoch weniger alltägliche als ausgefallene Objekte wie die in Abbildung 10 dargestellte Spielkonsole und das dazugehörige Steuerungselement («Gamepad»), die mit dem albanischen Wappen beklebt sind.

Viele solche Objekte können in der Schweiz, in Deutschland oder Österreich erworben werden, zumeist über einschlägige Webshops, etwa den im Kanton Thurgau angesiedelten Shop BUFU DM, dessen Produktpalette sich explizit an in der Schweiz lebende Käufer aus den Ländern und Regionen des ehemaligen Jugoslawiens richtet.²⁷⁴ Das Akronym «BUFU» steht für «bei Uslender für Uslender» (dt.: «von Ausländern, für Ausländer»). Es referiert

274 Mittlerweile ist der Onlineshop nicht mehr erreichbar (Stand: 1. 6. 2016).



Abb. 9, 10: National codierte Alltagsobjekte.

auf die in den 1990er-Jahren in den USA gegründete Hip-Hop-Kleidermarke «FUBU». Deren Name wiederum ist zurückzuführen auf den Slogan «for us by us», mit dem die Solidarität innerhalb der (schwarzen) Hip-Hop-Szene angeufen (und auch monetarisiert) wurde. Angeboten werden im Webshop von BUFU DM unter anderem Handyhüllen, Baseballcaps, T-Shirts, Schmuckanhänger oder auch die besagten Spielkonsolen im Landesflaggendesign. An den Webshop angegliedert sind zudem eine Facebook-Seite und ein Blog, auf dem balkanbezogene Themen mit witzigen Bildern dargestellt und verhandelt werden.²⁷⁵ Die Betreiber der Seite, die sich kosmopolitisch als «aus Tetovo, Sarajevo, Marroko und Shanghai im moment» bezeichnen, appellieren an die Solidarität zwischen «Ausländern» und locken KundInnen mit dem Versprechen, mit einem Teil des Erlöses gemeinnützige Projekte in Bosnien und im Kosovo zu unterstützen:

BUFU DM ist bei Uslender für Uslender, also auch wenn ihr Ausländer seit, bei Uns für Uns, und das ist das Motto, wir werden von unserem Erlös auch unsere Heimaten nicht vergessen und so viel wie möglich unsere Leute zu Hause unterstützen wo sie es am nötigsten haben und wie wir es am besten finden. Im Sommer werden wir hier ein update finden mit welchen stiftungen wir was erreicht haben in Bosnien und Kosovo anfangs.²⁷⁶

275 Detailliert zu solchen balkanorientierten Websites und den mit ihnen verbundenen Praktiken des doing ethnicity vgl. [Kapitel 5](#).

276 Über BUFU DM, www.bufudm.com (2016).



Abb. 11: Nationale Symbole als Lifestyle-Accessoires.

Neben Gebrauchsobjekten bilden Schmuckstücke mit nationaler oder religiöser Bedeutung einen zweiten Schwerpunkt unter den fotografisch dokumentierten und im Social Web publizierten Artefakten. Das vermutlich am meisten verbreitete Bildmotiv sind Halsketten mit Anhängern, deren Formen auf die Religion oder den nationalen Hintergrund der AkteurInnen verweisen. Beliebt sind insbesondere orthodoxe und katholische Kreuze (bei Serben respektive Kroaten), der albanische Doppeladler oder auch Anhänger, deren Form den Umrissen des jeweiligen Landes entsprechen (Abb. 11). Dayan schlägt vor, die mit solchen Medien verbundenen (religiösen, familiären etc.) Praktiken nicht als traditionell, sondern als «neotraditionell» zu bezeichnen, insofern sie dazu beitragen, Vorstellungen einer vergangenen «Volkskultur» («folk culture») in der migrantischen Gegenwart zu rekonstruieren.²⁷⁷ Dass die Funktion solcher Objekte zugleich in der Selbstausszeichnung und sozialen Positionierung liegt wie in der Konstruktion von Ethnizität, trifft besonders auf Lifestyle-Accessoires wie die beschriebenen Schmuckstücke zu, ist aber typisch für viele Objekte materieller Kultur, die auf Religion oder nationale Herkunft verweisen.

Das erneute Erstarben von Religiosität im Zusammenhang mit der Konstruktion nationaler Identität ist ein Phänomen von globaler Reichweite. Es gibt aber auch eine balkanspezifische Sicht auf den Zusammenhang von Religion und Ethnizität, insofern Religionszugehörigkeit eine wichtige Rolle für die identitätspolitische Mobilisierung vor, während und nach der Desintegration Jugoslawiens gespielt hat (und noch immer spielt). Mileša Stefanović-

277 Dayan 1999, S. 22. Vgl. auch S. 54 f. in diesem Buch.

Banović hat am Beispiel Serbiens gezeigt, wie das Wiedererwachen von Nationalismus und Religiosität in den jugoslawischen Nachfolgestaaten einherging mit der Popularisierung der öffentlichen Darstellung von Religiosität und einer eigentlichen «Hyper-Produktion» von Artefakten mit religiösen Symbolen und Ikonografien – von Rosenkränzen, Kreuzen und Schmuckstücken bis hin zu Servietten, Gläsern, Kühlschranksmagneten usw.²⁷⁸ Stefanović-Banović spricht von einem evidenten Zusammenhang zwischen dem verbreiteten Umgang mit religiösen Symbolen und der nationalen Popkultur in Serbien. So würden sich ProtagonistInnen aus dem Showgeschäft und dem Sport bei öffentlichen Auftritten gerne mit religiösen Symbolen zeigen, womit sie nicht nur einen Impact bei Jugendlichen, sondern auch bezüglich des allgemeinen religiösen Klimas des Landes erzielen würden.²⁷⁹

Dass die Grenzen visueller und materieller Kultur in der Alltagskommunikation fließend sind, verdeutlichen weitere Beispiele aus dem digitalen *doing ethnicity*. Exemplarisch dafür stehen die im Social Web veröffentlichten Fotografien von Tätowierungen, die Objekte mit religiöser oder nationaler Bedeutung darstellen. Verbreitet sind Darstellungen von Flaggen oder Wappenschildern, aber auch religiöse Artefakte mit hohem Symbolgehalt wie katholische und serbisch-orthodoxe Kreuze oder Rosenkränze. Manche dieser Darstellungen werden zusätzlich von patriotischen Texten, Darstellungen historischer Objekte (zum Beispiel Säbeln oder Schildern) oder mythologischen Figuren aus den nationalen Diskursen ergänzt. Abbildung 12 ist dafür ein typisches Beispiel, das zugleich auch auf die Einbindung solcher Darstellungen in die Onlinekommunikation verweist. Die Fotografie stammt von der Facebook-Seite «Serben bringen Glück, bre» und zeigt eine Tätowierung des serbischen Wappens, die sich über die Rückenpartie erstreckt. Die Repräsentation von Doppeladler und Krone wird ergänzt durch eine Banderole, auf welcher in kyrillischer Schrift «SRBIJA» geschrieben steht.

Viele der zu dem Bild verfassten Kommentare nehmen die Fotografie zum Anlass, um ihre eigenen Vorstellungen und Erfahrungen bezüglich der Darstellung patriotischer Gefühle einzubringen, aber auch um sich grundsätzlich zum Medium der Tätowierung zu äussern. So schreibt ein User, man solle «stolz im herzen sein und nicht auf der haut», während eine junge Frau die Tätowierung zwar «Schön fürs auge» findet, aber selbst «nur so ein kleines an der schulter oder so» machen würde.²⁸⁰ Andere UserInnen nutzen die

278 Milesa Stefanović-Banović: *Material Culture as a Source of Orthodox Christian Identity in Serbia at the End of the 20th and the Beginning of the 21st Century*, in: *Ethnologia Balkanica*, 16 (2012), S. 209–224, hier S. 211.

279 Ebd., S. 212.

280 Serben bringen Glück, bre, www.facebook.com (2013).



Abb. 12, 13: Tätowierungen als Gegenstand der Onlinekommunikation.

Gelegenheit, um Bilder ihrer eigenen Tätowierungen zu zeigen und zur Diskussion zu stellen. So vergleicht ein User den «Srbija»-Schriftzug auf seinem eigenen Nacken mit dem Bild der tätowierten Rückenpartie mit den Worten «Da kann ich mit meinem einpacken»²⁸¹ (Abb. 13).

Die mediale Transformation von Objekten materieller Kultur in grafische Darstellungen (wozu auch Tätowierungen gerechnet werden können) begegnet in einem weiteren Bildtyp, der auf ethnoorientierten Facebook-Seiten regelmässig, wenn auch in quantitativ geringer Anzahl zu finden ist: Es handelt sich dabei um Fotografien von Zeichnungen, auf denen nationale und religiöse Symbole dargestellt sind. Zu sehen sind auf diesen wohl im Schulunterricht entstandenen Zeichnungen die Landesflagge des Herkunftslandes, oft im Verbund mit den Flaggen anderer Balkanstaaten. Teilweise haben die Kinder und Jugendlichen die nationalen Ikonografien durch religiöse Symbole ergänzt, zum Beispiel durch zeichnerische Darstellungen von katholischen oder serbisch-orthodoxen Kreuzen. Ein besonderes Beispiel dafür ist eine Fotografie, auf der die Zeichnung eines orthodoxen Kreuzes in Kombination mit einer zum serbischen Dreifingergruss erhobenen Hand zu sehen ist.²⁸²

281 Ebd.

282 Der serbische Dreifingergruss, oft auch als «serbischer Gruss» bezeichnet, referiert ursprünglich auf die in der serbisch-orthodoxen Kirche bedeutsame Dreifaltigkeit. Der gegenwärtige Gebrauch hat sich von dieser engen religiösen Bindung jedoch weitgehend gelöst und wird heute allgemeiner als Symbol für Serbien gebraucht. Über den (post)jugoslawischen Kontext hinaus bekannt wurde die Geste durch die mediale Selbstinszenierung von serbischen Paramilitärs während der Jugoslawienkriege.



Abb. 14, 15: Zeichnen und Dekorieren: Dokumentation kreativer Fähigkeiten.

Ausgemalt sind das Objekt und die Körperdarstellung in den serbischen Landesfarben rot, blau und weiss (Abb. 14). Die Besonderheit des Bildes liegt jedoch weniger in den dargestellten Objekten und Körperpraktiken als in der mehrfachen Verkoppelung visueller und materieller Kultur: Für die fotografische Dokumentation ihrer Zeichnung hat die Autorin des Bildes einen zusätzlichen Bedeutungsträger auf das Papier gelegt, einen silbernen Schmuckanhänger in Form des serbischen Wappens. Im Medium der Fotografie werden letztlich also die verschiedenen Materialitäten und Medialitäten von Zeichnung und Schmuckstück repräsentiert und im digitalen Modus für den kommunikativen Gebrauch zugänglich gemacht. Die digitale Fotografie fungiert dabei einerseits als Medium der persönlichen Dokumentation und Erinnerung. Andererseits ermöglicht es die Transformation ins Medium Fotografie, die Zeichnung in die digitale ICT-Kommunikation einzuspeisen und mit einem erweiterten Personenkreis zu teilen. Zugleich dient die Fotografie der sozialen Positionierung: Die junge Frau kann nicht nur zeigen, wer sie *ist* (Serbin) und was sie *kann* (zeichnen), sondern auch was sie *besitzt* (das Schmuckstück).

Aufgrund ihrer ausgeprägten Objektsqualitäten ebenfalls zum Bereich der materiellen Kultur gerechnet werden können die besonderen Artefakte, die in einem letzten Bildtyp dokumentiert sind: Es handelt sich um Torten, die aufwendig in den Farben und mit Symbolen des jeweiligen Balkanstaats verziert sind und die zu besonderen Anlässen wie Familienfesten, Hochzeiten oder Feiertagen hergestellt werden (Abb. 15). Auf Facebook-Seiten wie «Ich liebe den Balkan», aber auch auf ethnonationalen Plattformen begegnen

Bilder solcher Torten in unterschiedlichen Grössen und Formen, wenn sich auch allein über eine Ethnografie der Onlinekommunikation kaum feststellen lässt, ob die kulinarischen Objekte in Migrationskontexten oder in den Balkanstaaten hergestellt wurden. Die Torten und ihre fotografische Dokumentation mögen kurios sein, sie sind aber auch ein anschauliches Beispiel dafür, wie sich das von Andreas Reckwitz beschriebene Kreativitätsdispositiv in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen und soziokulturellen Situationen entfalten kann. Das Kreativitätsdispositiv verbindet unterschiedliche Praktiken und Fähigkeiten (Backen, Fotografieren), diskursive Felder (Nationalismus, Kulinarik, Jugendkultur) und mediale Qualitäten (Bild, Torte, Symbole) im Register des Ästhetischen und macht sie anschlussfähig für die Kommunikation im Social Web.

Das Echo der jugoslawischen Desintegration

Die Aneignung von grafischen Symbolen und den mit diesen verbundenen Bedeutungen und Narrativen umfasst Darstellungen aus verschiedenen diskursiven Zusammenhängen wie auch von unterschiedlicher Medialität. Oft werden dazu bereits in digitaler Form vorhandene und im WWW zirkulierende Symbole mit anderen, zum Teil eigenen (grafischen oder fotografischen) Darstellungen zu einer neuen Aussage kombiniert. Die nachfolgenden Ausführungen beziehen sich auf einen Modus der Aneignung, durch welchen nationale (und bisweilen nationalistische) Symbole und Bedeutungen aus den Diskursen der westlichen Balkanstaaten mit populärkulturellen Motiven kombiniert werden.²⁸³ Die Signifikanz nationaler und nationalistischer Symbole und Narrative im postmigrantischen *doing ethnicity* steht in direkter Relation zu der gewaltförmigen Desintegration Jugoslawiens. Die politischen und gesellschaftlichen Diskurse der jugoslawischen Nachfolgestaaten sind durchzogen von ethnonationalistischen Ideen und kulturalistischen Tendenzen. Die Nationenbildung im südöstlichen Europa war durchgehend mit der Propagierung identitätsstiftender Mythen und Legenden verbunden, die das «Fundament des neuen Gemeinschaftsbewusstseins» bildeten.²⁸⁴ Bis heute wird von den an den Jugoslawienkriegen²⁸⁵ beteiligten Par-

283 Offenkundig nationalistisch ausgerichtete Facebook-Seiten und Benutzerprofile wurden in der vorgelegten Studie nur peripher untersucht. Allerdings hat sich gezeigt, dass im postmigrantischen *doing ethnicity* oft nur eine geringe Trennschärfe zwischen den alltäglichen, jugendkulturellen Kontexten und nationalistischen Diskursen besteht.

284 Holm Sundhussen: Ethnonationalismus in Aktion: Bemerkungen zum Ende Jugoslawiens, in: *Geschichte und Gesellschaft*, 20/3 (1994), S. 402–423, hier S. 411.

285 Gemeint sind damit der slowenisch-jugoslawische Zehntagekrieg (1991), der Kroatienkrieg (1991–1995), der Bosnienkrieg (1992–1995), der Krieg im Kosovo (1998/99)

teien ein Verständnis der Nation als «kulturell-objektives» Gebilde bemüht, das bis weit in die Vergangenheit zurückprojiziert wird²⁸⁶ und dessen Mythen und Narrative auch von im restlichen Europa lebenden MigrantInnen und deren Kindern aufrechterhalten wird. Stuart Hall folgend, lassen sich fünf Aspekte benennen, die zentral für die Narration, Konstruktion und Repräsentation nationalkultureller Identität sind:

- die *Erzählung der Nation* in Nationalgeschichte, Literatur und Alltagskultur, die einen «Zusammenhang von Geschichten, Vorstellungen, Landschaften, Szenarien, geschichtlichen Ereignissen, nationalen Symbolen und Ritualen» konstruiert, welcher die geteilten Erfahrungen und Sorgen, Triumphe und Niederlagen repräsentiert, die einer Nation Bedeutung verleihen;²⁸⁷
- die Betonung der *Ursprünge, Kontinuität, Tradition und Zeitlosigkeit* einer Nation und eines nationalen Charakters, der «von allen Wechselfällen der Geschichte unverändert erhalten» bleibt;²⁸⁸
- die von Eric Hobsbawm und Terence Ranger als *Erfindung der Tradition* bezeichnete Strategie der Herstellung eines Zusammenhangs von Praktiken, Ritualen und Symbolen, mit denen «sichere Werte und Verhaltensnormen eingepägt werden sollen, was automatisch eine Kontinuität mit einer passenden historischen Vergangenheit bedeutet»;²⁸⁹
- ein *Gründungsmythos*, der «den Ursprung der Nation, des Volkes und seines Nationalcharakters so früh ansetzt, dass er sich im Nebel nicht der «realen», aber der «mystischen» Zeit verliert²⁹⁰ sowie
- die Idee eines reinen, *ursprünglichen Volkes*.²⁹¹

In unterschiedlich expliziter Form begegnen solche Aspekte «nationaler Identität» auch im postmigrantischen doing ethnicity. Wie stark nationalistische Bedeutungen von den jugendlichen MedienproduzentInnen intendiert sind, bleibt jedoch in vielen Fällen offen. Oft verweist der unreflektierte Umgang mit nationalen respektive nationalistischen Mythen und Symbolen eher auf eine Praxis der Aneignung, die mehr geprägt ist durch die adoleszente Lust am Spiel mit eindeutigen, provokativen und in ihrer historischen Dimension

sowie der albanische Aufstand in Mazedonien (2001). Aufgearbeitet sind die Ereignisse unter anderem in Dunja Melcic (Hg.): *Der Jugoslawien-Krieg. Handbuch zur Vorgeschichte, Verlauf und Konsequenzen*. Wiesbaden 2007.

286 Sundhaussen 1994, S. 411.

287 Hall 1999, S. 417.

288 Ebd., S. 417 f.

289 Eric Hobsbawm, Terence Ranger: *The Invention of Tradition*. Cambridge, New York 1983, S. 1, zitiert nach Hall 1999, S. 418.

290 Hall 1999, S. 418.

291 Ebd.

«krassen» Symbolen als durch eine bewusste politische Haltung. Es würde darum zu kurz greifen, nationalistische Tendenzen im postmigrantischen doing ethnicity primär als eine Form von «Nationalismus aus der Ferne» zu interpretieren, wie dies Benedict Andersons Konzept des «long distance nationalism» nahelegen würde.²⁹² Hinzu kommt, dass die Jugendlichen, anders als ihre direkt oder indirekt betroffenen Eltern und Verwandten, aufgrund ihres Alters die traumatische Desintegration Jugoslawiens nicht selbst miterlebt haben. Zugleich sind sie durch die Diskurse der Herkunftsländer und die Biografien ihrer Eltern, aber auch durch die Omnipräsenz der «Jugoslawienkriege» in den kulturalistischen Debatten um die «kulturelle Identität» von MigrantInnen aus den Balkanstaaten angehalten, sich zu den Ereignissen der 1990er-Jahre zu verhalten. Im Anschluss an Marianne Hirsch kann die Bezugnahme der Jugendlichen auf nationalistische Diskurse auch als Reaktion auf eine postmemoriale Erfahrung der «Jugoslawienkriege» interpretiert werden. Hirsch beschreibt mit dem Begriff «postmemory» für die jüdische Erfahrung des Holocaust, wie sich die Nachfolgenerationen zu den persönlichen, kollektiven und kulturellen Traumata verhalten, die der älteren Generation widerfahren sind.²⁹³ Diese Erfahrungen werden vermittelt und erinnert durch eine Assemblage aus oft anekdotischen oder nur rudimentären Erzählungen, Bildern und Verhaltensweisen, mit denen die Nachfolgeneration aufwächst.²⁹⁴ Das in den kulturwissenschaftlichen Diskursen der 1990er-Jahre vielfach strapazierte Präfix «post» verwendet Hirsch, um auf die komplexe Dynamik von Kontinuität und Brüchen in der intergenerationalen Erinnerungskultur hinzuweisen:

The «post» in «postmemory» signals more than a temporal delay and more than a location in an aftermath. [...] it reflects an uneasy oscillation between continuity and rupture. And yet postmemory is not a movement, method, or idea; I see it, rather, as a structure of inter- and trans-generational transmission of traumatic knowledge and experience.²⁹⁵

292 Benedict Anderson: Long-distance Nationalism. World Capitalism and the Rise of Identity Politics. Amsterdam 1992.

293 Das Konzept wurde von Hirsch vorgestellt in einem Artikel zu Art Spiegelmans «Maus», vgl. Marianne Hirsch: Family Pictures. Maus, Mourning, and Post-Memory, in: Discourse, 15/2 (1992/93), S. 3–29. Zum «postmemory» als Analyserahmen im Kontext postsozialistischer Jugend- respektive Subkulturen und deren Repräsentation im Film vgl. Dijana Jelača: Youth after Yugoslavia: Subcultures and Phantom Pain, in: Studies in Eastern European Cinema, 5/2 (2014), S. 139–154 (1. 6. 2017).

294 Vgl. dazu die Definition von Hirsch auf der Website www.postmemory.net (2016).

295 Marianne Hirsch: The Generation of Postmemory, in: Poetics Today, 29/1 (2008), S. 103–128, S. 106.

Der Sitz des Nationalen im postmigrantischen doing ethnicity ist also ein komplexes Phänomen, dessen Untersuchung unterschiedliche theoretische, ethnografische und analytische Zugänge ermöglicht, dies aber auch benötigt. So oder so bleiben die direkten und indirekten Bezugnahmen der Jugendlichen auf die Ereignisse der 1990er-Jahre widersprüchlich, ambivalent und bestimmt durch ihre situative Kontextualisierung, wie die nachfolgenden Fallbeispiele zeigen.

Populärkulturelle Überformung

Populärkulturelle Überformungen nationaler und nationalistischer Diskurse begegnen im digitalen doing ethnicity auf unterschiedliche Art und Weise. Gemeinsam ist den im Social Web erhobenen Fällen, dass Symbole und Bedeutungen aus den Kontexten der Jugend- und der Populärkultur sowie aus nationalen Diskursen so arrangiert sind, dass daraus kleine Erzählungen entstehen. Ein erstes Fallbeispiel basiert auf einem Porträt des ehemaligen Präsidenten der Serbischen Republik Slobodan Milošević. Das ursprüngliche Porträtbild wurde zum einen mit kartografischen Darstellungen kombiniert, die Serbien in verschiedenen historischen Phasen zeigen und welche die territorialen Einbussen des Landes illustrieren. Zum anderen wurden die Karten in ein chronologisches Verhältnis mit Abbildungen unterschiedlicher Mobiltelefone des Herstellers Nokia gesetzt. Im Zentrum des Bildes ist zudem prominent der Text «SERBIA is like NOKIA. Every time is smaller & smaller» geschrieben, gesetzt in der Typografie des finnischen Technologieunternehmens (Abb. 16). Das Bild thematisiert den Zerfall der serbischen Einflussgebiete seit Ende der 1990er-Jahre, indem es diesen mit der technischen Entwicklung von Mobiltelefonen hin zu immer kleineren und kompakteren Geräten vergleicht. In Analogie zum technischen Fortschritt wird der Verlust von Einfluss und Territorium der Serben während der Ära Milošević quasi als zivilisatorischer Fortschritt interpretiert. Die besondere Bedeutung der Persiflage erschliesst sich jedoch nur im Wissen über den serbischen Ausspruch «Srbija do Tokija» (dt.: «Serbien bis Tokio»), der zu Beginn der 1990er-Jahre Eingang in die serbische Alltagskultur gefunden hat: 1991 gewann der serbische Fußballklub Roter Stern Belgrad den Weltpokal im Olympiastadion von Tokio. Der ursprünglich in der Fußballfanszene populäre Slogan wurde in der Folge zum Kampfspruch in nationalistischen Zusammenhängen und ethnischen Konflikten, in welchen der organisierten Fußballfanszene eine nicht unwesentliche Rolle zukam. Journalistische Quellen berichten von «Srbija do Tokija»-Graffitis, die an zer-



Abb. 16, 17: Populärkulturelle Überformungen: Nokia Handys, Hello Kitty.

störte Häuser im Kosovo gesprayed wurden.²⁹⁶ Der auf dem Bild dargestellte Text «SERBIA is like NOKIA» referiert auf die in kroatischen und albanischen Kontexten populäre Verballhornung «Srbija ko Nokia» (dt.: «Serbien wie Nokia»), womit auf die beschriebenen territorialen Verluste und Einbussen an politischer Bedeutung angespielt wird.

Das Bild taucht im Social Web in verschiedenen Kontexten auf, primär in der Kommunikation von kroatischen und albanischen UserInnen. Die nationalistische Grundierung des Bildes geht dabei Hand in Hand mit seinem Unterhaltungswert. Beispielhaft dafür steht die Veröffentlichung im deutschsprachigen bosnienforum.com, in welchem das Bild in einem Thread mit dem Titel «lustige Bilder» veröffentlicht wurde, in welchem Scherzbilder mit Balkanbezug unterschiedlichster Art gesammelt und kommentiert werden.²⁹⁷ Auf einen explizit politischen Zusammenhang verweist dagegen die Veröffentlichung des Bildes auf der Website balkanforum.info. In einem Thread mit dem Titel ««Koridor 92» ?? najvaznija i najveca operacija Vojske Republike Srpske!» (dt.: ««Koridor 92» wichtigste und grösste Operationen der Armee der Republika Srpska!»)²⁹⁸ wurde das Bild von einem kroatischen User als vi-

296 CRISIS IN THE BALKANS: A MOTHER'S TALE; In Ruined Village, a Mother Lives With Her Son's Blood, www.nytimes.com (1999).

297 Lustige Bilder, www.bosnienforum.com (2011).

298 «Koridor 92» bezeichnet eine 1992 durchgeführte offensive Militäroperation der Armee der Republika Srpska gegen die Armeen Kroatiens und der Föderation von Bosnien und Herzegowina im Bosnienkrieg.

sueller Kommentar zu einem Eintrag publiziert, in welchem ein serbischer User mangelnde Durchschlagskraft der kroatischen Armee im kroatisch-serbischen Krieg behauptet.²⁹⁹ Dieser politisch intendierte Gebrauch des Bildes zeigt exemplarisch, dass Bilder in inhaltlichen und sachbezogenen Diskussionen nicht nur als Illustrationen zu sprachlichen Äusserungen eingesetzt werden, sondern auch als eigenständige Kommentare zum Zeitgeschehen. Beachtenswert an dem Beispiel ist die in postmigrantischen Kontexten verbreitete Praxis, serbische, kroatische oder albanische Aussprüche in englischer oder deutscher Sprache darzustellen und dadurch einem grösseren, nichtmuttersprachlichen Publikum zugänglich zu machen.

Wie nationalistische Diskurse durch das Hinzufügen einer populärkulturellen Bedeutungsebene ironisch überformt werden, lässt sich an weiteren Fallbeispielen diskutieren. So findet sich in einer Usersignatur auf balkanforum.info die Fotografie einer kleinen Katze, übertitelt mit dem Text: «Was bringt dir dein nationaler Fanatismus, wenn dir der Niedlichkeitsfaktor fehlt?» Der User bezieht sich dabei auf das virale Internetphänomen lustiger und niedlicher Katzenbilder («lolcats»), um Kritik an dem seiner Ansicht nach überzeichneten Nationalismus im Social Web zu formulieren. Die ironische, populärkulturell abgestützte Fundierung seiner Kritik bewahrt ihn davor, zur Zielscheibe von Reaktionen aus nationalistischer Richtung zu werden, während er sich durch die Referenz auf das Phänomen der Katzenbilder zugleich als Kenner digitaler Kultur positionieren kann.³⁰⁰

Dass die ästhetische (symbolische) Verknüpfung nationalistischer und populärkultureller Diskurse zu einer tatsächlichen Kritik an identitätspolitischen Konzepten von Ethnizität und Nationalität führt, lässt sich im untersuchten Feld jedoch selten beobachten. Eher geht damit ein Modus der *Aktualisierung* von hegemonialen Bedeutungen einher, auch wenn dies nicht unbedingt der Intention der Jugendlichen entspricht. Insbesondere in koso-albanischen Kontexten lassen sich Tendenzen zu einem bisweilen unbedarften Umgang mit historisch belasteten Symbolen und Diskursen feststellen, was sich etwa an der Omnipräsenz des UÇK-Logos in der digitalen Alltagskommunikation festmachen lässt. Allerdings weisen solche auf den ersten Blick eindeutigen nationalistischen Beispiele nicht in jedem Fall auf einen expliziten Nationalismus hin oder lassen sich, mit Hirsch gesprochen, als Aspekt postmemorialer Erfahrung des Kosovo-Kriegs interpretieren. Viele dieser Repräsentationen können (auch) als eingelassen in eine Form

299 «Koridor92» najvaznija i najveca operacija Vojske Republike Srpske!, www.balkanforum.info (2009).

300 Zum Internetphänomen der Katzenbilder vgl. Olia Lialina, Dragan Espenschied: *Digitale Folklore Reader*. Stuttgart 2009, S. 29 f.

von Fantum interpretiert werden, das letztlich auf so gut wie jedes Phänomen und jede Geschichte abheben kann, die in einem positiven Bezug zu Albanien respektive dem Kosovo stehen.

Entsprechend vielfältig sind denn auch die Bildinhalte und Symbole, mit denen sich die Jugendlichen zu den nationalen Diskursen in Beziehung setzen. Ein aufgrund seiner detailreichen Gestaltung, aber auch wegen seiner populärkulturellen Hinterlegung besonderes Beispiel stammt von der Facebook-Seite «Gefällt mir weil ich Albaner bin». Es handelt sich um eine Fotografie, die einen gestickten Aufnäher in Form eines militärischen Ärmelabzeichens zeigt (Abb. 17). Auf dem Aufnäher dargestellt ist eine Hello-Kitty-Figur, die ein Shirt mit dem albanischen Wappen und auf dem Kopf eine Qeleshe trägt, die traditionelle Kopfbedeckung albanischer Männer. In der rechten Pfote hält die Katzenfigur ein AK-47-Sturmgewehr, vor ihr liegen zwei Tellerminen am Boden. Den Hintergrund der Darstellung bilden Strahlen in den Farben rosa und pink. Über der Katzendarstellung ist der Schriftzug mit den Worten «Hello Shippy» angebracht. «Shippi» ist eine in der Schweiz sowohl bei Jugendlichen mit kosovarischem Hintergrund wie auch bei nichtalbanischen Jugendlichen geläufige Bezeichnung für Albaner («Shqipdar»). Dass das Wort «Shippi» ähnlich klingt wie das Wort «Kitty», legt nahe, dass die Idee der visuellen Persiflage des UÇK-Kämpfers aus dem Wortspiel entstanden ist. Hello Kitty ist eine weltweit bekannte Marke, die auf einer fiktiven Figur in Katzengestalt gründet. Die Marke ist im Besitz der japanischen Firma Sanrio. Laut Firmenangaben sind mehr als 50 000 Produkte der Marke erhältlich, und dies in über siebzig Ländern.³⁰¹ Eingebettet in den Horizont einer globalisierten Konsum- und Populärkultur begegnet Hello Kitty als Motiv von Deko-, Einrichtungs- und Gebrauchsgegenständen, ebenso von Accessoires und Kleidungsstücken.³⁰² Im Unterschied zu anderen an der Schwelle von Kindheit und Erwachsenendasein angesiedelten Mädchenfiguren, die global vermarktet werden (zum Beispiel die «Prinzessin Lillyfee»), war Hello Kitty nie Teil einer eigenständigen Erzählung, sondern wurde genuin als dekoratives Element konzipiert.³⁰³ Das Fehlen von narrativen

301 Hello Kitty simplehuman Sensor Mirror, www.sanrio.com (2015).

302 Im jugendkulturellen Alltag hat Hello Kitty insbesondere auch als Motiv von weiblicher Unterwäsche Eingang gefunden, womit die Niedlichkeit der Katze in ein Spannungsverhältnis zur Sexualisierung des Körpers gesetzt wird. Dieser Modus ist aus dem in Japan populären Konzept Kawaii vertraut, mit dem eine Niedlichkeitsästhetik in grossem Massstab Eingang in die japanische Gesellschaft gefunden hat.

303 Anna Six: «In Rosarot ist die Welt doch viel hübscher!» Der Medienverbund bei «Prinzessin Lillyfee» und «Hello Kitty» als Scharnier zwischen Erzählung und (weiblichem) Konsumverhalten, in: Gina Weinkauff (Hg.): Kinder- und Jugendliteratur in Medienkontexten. Adaption – Hybridisierung – Intermedialität – Konvergenz. Frankfurt am Main 2014, S. 199–217, hier S. 205.

Eigenschaften zum einen, die hohe Bekanntheit der Figur zum anderen schaffen dabei vielfältige Möglichkeiten, die Katzenfigur durch das Zutun von Symbolen relativ «störungsfrei» zu recodieren und zum Bestandteil neuer, praktisch beliebiger Erzählungen zu machen.

Die doppelte Parodie von Hello Kitty und UÇK könnte prima vista als Verballhornung der UÇK-Miliz und des kosovarischen Unabhängigkeitskampfes verstanden werden. Ihr Ursprung liegt jedoch nachweislich im schweizerisch-albanischen Kontext. Das Abzeichen wurde 2013 von einer Gruppe von Schweizer SoldatInnen getragen, die alle einen albanischen Hintergrund haben.³⁰⁴ Zwar ist die Verwendung solcher nach eigener Vorlage gestalteter und über das Internet beschafften «fake badges» während des Militärdienstes nicht erlaubt. Es ist allerdings eine verbreitete Praxis, dass Angehörige von Armee-Einheiten individualisierte Abzeichen anfertigen, um sich als Gruppe darzustellen oder um ein Andenken an die gemeinsame Dienstzeit zu haben. Thema solcher inoffizieller «fake badges» sind neben heraldischen Fantasie-motiven zumeist gemeinsame Interessen und Vorlieben (zum Beispiel für einen Fussballklub) oder die geteilte lokale, kantonale oder eben auch nationale Herkunft der SoldatInnen. Entsprechend seiner ethnischen Codierung wurden Fotografien des Abzeichens auf albanisch-orientierten Internetforen und Facebook-Seiten geteilt und sorgten auf diesen für beachtliche Resonanz. Auf der Plattform «Gefällt mir weil ich Albaner bin» wurde die Fotografie in kurzer Zeit mehrere hundertmal «geliked» und mehrfach positiv kommentiert – auch von Männern, die sich gewöhnlich weniger mit dem Hello-Kitty-Phänomen auseinandersetzen. Der Grund dafür ist die hier neue nationalistische Codierung der Katzenfigur, durch welche die konventionalisierten, genderspezifischen Präferenzen der jungen Männer zumindest temporär durchkreuzt werden. Anschaulich wird dies im Kommentar des Users «Valmir Krasniqi», der spasseshalber darüber räsoniert, sich die albanische Hello-Kitty-Variation trotz ihrer Konnotation als kindlicher und weiblicher Kitsch auf seinen Bauch zu tätowieren: «Hello Kitty ist ätzend aber das würd ich mir eiskalt auf mein ranzen dran machen hahah.»

Die Hello-Kitty-Parodie ist auch ein Beispiel dafür, wie Medieninhalte aus der globalen Populärkultur durch ihre offenen Bedeutungsstrukturen Publika aus unterschiedlichen alltagskulturellen Kontexten ansprechen können. Entsprechend erfolgt die Aneignung solcher Inhalte oft nicht frei von Widersprüchen und in der Überschneidung unterschiedlicher Bedeutungs-

304 Es handelt sich hierbei um dieselben SoldatInnen, die 2013 für ein gemeinsames Bild in Uniform posiert und dabei mit den Händen den albanischen Doppeladler geformt haben, vgl. S. 103 f. in diesem Kapitel. Vgl. «Zug Shipi» ist nicht allein. Rekruten lieben Fake-Badges, www.blick.ch (2017).

horizonte. Explizit wird dies, wenn dasselbe populärkulturelle Motiv von AkteurInnen unterschiedlicher ethnischer Orientierung zur Repräsentation kultureller und ethnischer Differenz verwendet wird. Dies veranschaulicht eine auf der Facebook-Seite «Serben bringen Glück, bre» erhobene Montage, mit der sich UserInnen über Albanien und Albaner lustig machen.³⁰⁵ Wie beim Beispiel von Hello Kitty ist auch auf diesem Bild eine Kunstfigur aus der globalen Populärkultur dargestellt, nämlich «SpongeBob» (dt.: «Schwammkopf»). SpongeBob ist eine US-amerikanische Trickfilmfigur, die sich auch im deutschen Sprachraum grosser Beliebtheit erfreut. Seit 1999 erzählt eine auf dem Kinder- und Jugendsender Nickelodeon ausgestrahlte Serie von den Erlebnissen von SpongeBob und anderen Meerestieren, die unter Wasser in einer Stadt namens Bikini Bottom leben. SpongeBob arbeitet in einem Fast-Food-Restaurant, er gilt als etwas naiv, verfügt aber über eine blühende Fantasie. Um seine aussergewöhnliche Vorstellungskraft geht es auch in dem Facebook-Bild: Es zeigt einen Still aus der Episode «Der Film im Kopf» (2002), in welcher SpongeBob aus seinen Händen einen Regenbogen zaubert und dazu die Worte spricht «mit ner Menge Fantasie». Der im Zusammenhang mit SpongeBob bekannte Ausspruch ist Thema eines viralen Internetbildes (eines sogenannten Meme),³⁰⁶ das im Social Web weit verbreitet ist. Dabei wird dem Satz «DU BRAUCHST DAFÜR ABER NE MENGE FANTASIE» eine jeweils unterschiedliche Aussage vorangestellt mit dem Ziel, diese im Reich der Fantasie zu verorten. Im Falle des auf «Serben sind Überall» erhobenen Bildes wurde das Fantasiethema auf die Existenz eines souveränen Albaniens bezogen, sodass nun geschrieben steht: «ES GIBT ALBANIEN. DU BRAUCHST DAFÜR ABER NE MENGE FANTASIE» (Abb. 18).

Der Produzent des Bildes hat dieses jedoch nicht auf einer auf die Gestaltung von «Memes» spezialisierten Website produziert,³⁰⁷ sondern ein bereits im WWW zirkulierendes, auf Kurdistan bezogenes «Meme» als Basis genommen und mit einem neuen Text versehen. Dazu wurde lediglich das Wort «KURDISTAN» weiss überdeckt und mit dem Wort «Albanien» überschrieben (Abb. 19). Dass die nationalistische die populärkulturelle Bedeutungsebene überlagert und dass das Bild trotz (oder gerade wegen) seiner populärkulturellen Pointe wenig Spielraum für (Selbst-)Ironie lässt, verdeut-

305 Die Bezeichnung «Albanien» wird im jugendkulturellen doing ethnicity oft synonym für den Kosovo verwendet, sowohl von AlbanerInnen als auch von SerbInnen.

306 Zum ästhetischen Konzept des Meme und dessen Verwendung im digitalen doing ethnicity vgl. S. 163 f. in diesem Buch.

307 Auf spezialisierten Websites wie www.memegen.de oder memegenerator.net lassen sich solche Bilder einfach herstellen. Allein auf dieser Site sind gegenwärtig über 7600 Versionen verfügbar, die das «Fantasie»-Thema bei «SpongeBob» behandeln.



Abb. 18, 19: Kontextbezogene Aneignung: Comicfigur SpongeBob.

lichen die auf Facebook verfassten Kommentare zu dem Bild. So merkt eine Userin kosovarischer Herkunft an, dass, wer «es nötig hat solche Bilder zu posten», sich hinterher nicht zu wundern brauche, «wieso so viele Nachrichten von Albanern kommen». Angesprochen sind damit die zahlreichen und oft gehässigen Kommentare und Gegenkommentare, die das politisch belastete serbisch-albanische beziehungsweise serbisch-kosovarische Verhältnis thematisieren. Zudem darf die Verbreitung solcher, sowohl mit einer populärkulturellen wie nationalistischen Bedeutungsebene belegten Bilder nicht darüber hinwegtäuschen, dass sich im digitalen doing ethnicity auch Formen der Aneignung beobachten lassen, die offen auf einen expliziten Ethnonationalismus referieren – und dies auch ausserhalb nationalistischer Onlineprofile und Facebook-Seiten. Insbesondere in den Galerien jüngerer UserInnen finden sich zwischen «Selfies», Urlaubsfotografien und Spassbildern auch Darstellungen, die sich explizit auf die nationalistischen Diskurse der elterlichen Herkunftsländer beziehen. Beobachten lässt sich dies insbesondere bei Jugendlichen mit kroatischem, serbischem und kosovo-albanischem Hintergrund, weniger in Profilen von AkteurInnen aus Bosnien und Herzegowina, Montenegro oder Mazedonien. Neben demografischen Gründen kann dies damit begründet werden, dass die nationalen Diskurse in Serbien, Kroatien und dem Kosovo ein vergleichsweise breites und in der jeweiligen Alltagskultur etabliertes Angebot an nationalen Mythen, historischen Ereignissen und Persönlichkeiten offerieren, auf die sich die postmigrantischen Jugendlichen beziehen können. Wiederkehrende Motive dieser Art sind etwa der serbische Ritter Miloš Obilić oder der albanische Mittelalterfürst Georg Kastrioti (aka Skanderbeg). Aber auch Ereignisse und Persönlichkeiten des 20. und 21. Jahrhunderts werden als Referenzen angerufen und in die jugend-

kulturelle Ikonografien integriert, zum Beispiel der kroatische Ustascha-Führer Ante Pavelić, der serbische Nationalist und Tschetnik Dragoljub «Draža» Mihailović und wiederkehrend die während des Kosovokriegs aktiven UÇK-Milizen.

«Schweizer Stars jubeln auf Albanisch»:³⁰⁸ Nationale Symbole in der Öffentlichkeit

Dass die Aneignung von Symbolen und Narrativen aus nationalen Diskursen mit der Aushandlung symbolischer Bedeutungen verbunden ist, zeigt sich insbesondere dort, wo das postmigrantisches *doing ethnicity* von der Öffentlichkeit zur Kenntnis genommen wird.³⁰⁹ Nachzeichnen lassen sich diese an den in der Schweiz geführten Diskussionen um die Doppeladlergeste, mit welcher Jugendliche eine «Teilidentität» als ethnische Albaner performieren und in der Öffentlichkeit zur Darstellung bringen. Dabei wird deutlich, wie gesellschaftspolitische, jugendkulturelle und nationale Diskurse im jugendkulturellen «doing» situativ aufeinander bezogen werden und wie die Wechselwirkung zwischen unterschiedlichen Öffentlichkeiten und alltagskulturellen Feldern zur Überschreitung tradierter Grenzen, Normen und Praktiken führen kann.³¹⁰ Solche Prozesse können als eine Form von Transgression interpretiert werden, die sich, mit Michel de Certeau gesprochen, im taktischen Spiel mit der Polysemie der Codes vollzieht.³¹¹ In Anlehnung an das von Gerhard Neumann und Rainer Warning für die Literaturwissenschaft formulierte Konzept wird «Transgression» dabei nicht als ein nur äusserlicher, expliziter und symbolischer Prozess verstanden, sondern als ein Wech-

308 Auch Nikci macht den Adler. Schweizer Stars jubeln auf Albanisch, www.blick.ch (2012).

309 Aspekte der nachfolgenden Ausführungen werden auch besprochen in Christian Ritter: *Constructing Ethnicity Through ICT: Visual Culture, Creativity and the Circulation of National Symbols in Postmigrant Albanian Youth Culture*, in: Johannes Müske, Ute Holfelder, Thomas Hengartner (Hg.): *Fixing and Circulating the Popular. Ethnographies of Technology, Media, Archives and the Dissemination of Culture*. Zürich (in Vorbereitung), sowie Christian Ritter: «Schweizer jubeln auf Albanisch». Visuelle Inszenierungen albanischer Identität im Kontext postmigrantischer Jugendkultur, in: *Albanische Hefte*, 3 (2015), S. 20–26.

310 Vgl. Gerhard Neumann, Rainer Warning: *Transgression. Literatur als Ethnographie*, in: dies. (Hg.): *Transgression. Literatur als Ethnographie*. Freiburg im Breisgau 2003, S. 7–16, hier S. 10.

311 Vgl. de Certeau 1988, S. 85. De Certeau unterscheidet dabei zwischen strategischen und taktischen Handlungstypen. Während strategisches Handeln einen eigenen Ort voraussetzt, von dem aus die herrschenden Subjekte Räume der Macht «produzieren, aufrastern und aufzwingen» können (ebd., S. 78), verfügt das taktische Handeln über keinen eigenen Ort: Es hat nur «den Ort des Anderen» (ebd., S. 89), den es «gebrauchen, manipulieren und umfunktionieren» kann (ebd., S. 78).

selspiel von äusserlichen mit inneren, impliziten, performativen und imaginierten Formen der Transgression, durch welche symbolische Ordnungen erst subversiv überschritten werden.³¹²

Der doppelköpfige Adler ist das Wappentier Albaniens und ein «Identitätsmarker» für die «imagined community»³¹³ der AlbanerInnen, die in Mazedonien, dem Kosovo und dessen Anrainerstaaten leben. Das Symbol des Doppeladlers ist eng verbunden mit dem Mythos eines im Mittelalter verwurzelten Albaniens unter der Führung Skanderbegs, als dessen Siegel und Erkennungsmerkmal der schwarze, doppelköpfige Adler auf rotem Grund überliefert ist.³¹⁴ Erwähnt wurde der Adler bereits in Marin Barletis berühmter Skanderbeg-Biografie aus dem 16. Jahrhundert, in welcher es heisst, «nam rubea vexilla nigris et bicipitibus distincta aquilis [...] gerebat Scanderbegus» (dt.: «Denn rote, mit schwarzen zweiköpfigen Adlern ausgezeichnete Fahnen führte Skanderbeg»)³¹⁵ Als Symbol sowohl des byzantinischen Reiches wie der orthodoxen Kirche war der Doppeladler innerhalb der Balkanregion bekannt und trug so dazu bei, Skanderbegs politisches Programm auch in einer weitgehend schriftlosen Gesellschaft zum Ausdruck zu bringen.³¹⁶ Der Doppeladler signalisierte ebenso Differenz zu dem islamischen Glauben der osmanischen Invasoren wie er für die Erinnerung an christliche Herrschaft stand.³¹⁷ Prominent wiederbelebt wurde der schwarze Doppeladler auf rotem Grund zur Zeit der albanischen Unabhängigkeit. Am 28. November 1912 hisste der Nationale Kongress in Vlora Skanderbegs Flagge und proklamierte die nationale Souveränität.³¹⁸ Unter William zu Wied wurde das Symbol 1914 schliesslich zum Hoheitszeichen des unabhängigen Albaniens. Heute begegnet der Doppeladler auch ausserhalb Albaniens und des Kosovo in migrantischen respektive postmigrantischen Kontexten, sei es als Wimpel am Autorückspiegel, als Fahne in der Gartenkolonie oder eben als gestische Imitation auf Fotografien und Videoclips.

Dass Jugendliche mit albanischem Hintergrund mit den Händen das Symbol des Doppeladlers formen, lässt sich sowohl auf Privatfotografien im

312 Vgl. Neumann/Warning 2003, S. 10.

313 Vgl. Anderson 2005.

314 Ottfried Neubecker: Die Geschichte des Wappens Albaniens, in: Archivum Heraldicum, 3–4 (1976), S. 2 f.

315 Barletius, Marinus: De vita, moribus ac rebus praecipue adversus Turcas gestis Georgii Castrioti etc. Argentorati (Strassburg) 1537, S. 35, zitiert in Neubecker 1976, S. 2.

316 Jens Oliver Schmitt: Skanderbeg. Der neue Alexander auf dem Balkan. Regensburg 2009, S. 90.

317 Ebd.

318 Zu Skanderbeg und der albanischen Flagge vgl. auch Michael Schmidt-Neke: Nationalism and National Myth. Skanderbeg and the Twentieth-Century Albanian Regimes, in: The European Legacy. Toward New Paradigms, 2/1 (1997), S. 1–7, hier S. 2.

Social Web beobachten als auch in (zumeist semiprofessionellen) Musikvideos auf der Online-Videoplattform YouTube. Einer breiteren Öffentlichkeit bekannt wurde diese Praxis der Körperinszenierung jedoch erst durch die massenmediale Berichterstattung zu Vorkommnissen, bei denen schweizerisch-albanische Doppelbürger die Adlergeste in als unangemessen empfundenen Kontexten inszeniert haben. So publizierte die Schweizer Gratiszeitung «20 Minuten» im Oktober 2014 einen Artikel über die Absicht des Schweizerischen Fussballverbands (SFV), «gewisse Verhaltensformen und deren Wirkung respektive Wahrnehmung mit Team und Staff zu besprechen».³¹⁹ Anlass dazu waren Vorfälle rund um die als «Skandalspiel» titulierte Begegnung zwischen den Nationalmannschaften Serbiens und Albaniens im Belgrader Partizan-Stadion am 14. Oktober 2014. Das Spiel wurde aufgrund einer politisch motivierten Störaktion von albanischer Seite und der darauffolgenden Scharmützel zwischen den Spielern abgebrochen.

Zwischen dem schweizerischen und dem albanischen Fussball gibt es einen direkten Zusammenhang, wie ein Blick auf die Kader der beiden Nationalmannschaften zeigt: 2014 spielten fünf albanisch-schweizerische Doppelbürger für die albanische Landesauswahl (Taulant Xhaka, Arlind Ajeti, Shkelzen Gashi, Amir Abrashi und Ermir Lenjani), seit 2015 gehört mit Naser Aliji ein sechster Spieler mit doppelter Staatsbürgerschaft zur albanischen Nationalmannschaft. Umgekehrt zählt der Kader der Schweizer Nationalmannschaft mehrere Spieler mit albanischem Hintergrund (Valon Behrami, Blerim Džemaili, Pajtim Kasami, Xherdan Shaqiri, Granit Xhaka und Admir Mehmedi). Namentlich die für die Schweiz spielenden Granit Xhaka, Pajtim Kasami und Adrian Nikci gerieten in der Vergangenheit in den Fokus der medialen Öffentlichkeit, weil sie ihre Tore mit der gestischen Inszenierung des albanischen Wappentiers feierten. Zuletzt waren es Pajtim Kasami im Dress von Olympiakos Piräus und der für Borussia Mönchengladbach spielende Xhaka, die – kurz nach den Vorkommnissen in Belgrad – ihre Ligatore mit der Adlergeste zelebrierten (Abb. 20). Die Funktionäre des SFV und Spielervertreter verständigten sich prophylaktisch darauf, im Rahmen der Schweizer Nationalmannschaft auf den «Doppeladlerjubiläum» zu verzichten. Pajtim Kasami bezeichnete seine Adlergeste zwar als spontane Aktion, mit welcher er seine Familie grüssen wollte. Gegenüber der Zeitung «Blick» kündigte er jedoch an, in Zukunft nicht mehr auf diese Art zu jubeln – er werde stattdessen «einfach in die Luft springen».³²⁰

319 Dem Doppeladler gehts an den Kragen, www.20min.ch (2014).

320 «Ich mache keinen Adler mehr». Kasami entschuldigt seinen Albaner-Jubiläum, www.blick.ch (2014).

20min.ch

Zürich 12

Schweiz Ausland Wirtschaft Sport People Entertainment Digital Wissen Lifestyle Community Mehr Mediathek

Fussball Eishockey Wintersport Tennis Motorsport Weitere Sportarten

Ihre Story, Ihre Informationen, Ihr Hinweis! feedback@zuerich12.ch

02. November 2014 12:42:48Z | 02.11.2014 13:07

Dem Doppeladler gehts an den Kragen

Dass Schweizer Nationalspieler auf internationalem Parkett immer wieder mit dem Doppeladler jubeln, ist für viele Leute ein Ärgernis. Nun greift der Fussballverband ein.

Super League

Platz	Sp.	Pkt.
1	FC Basel	28 73
2	BSC Young Boys	28 53
3	FC Sion	28 45
4	FC Luzern	28 43
5	FC Lugano	28 37
6	FC St. Gallen	28 31
7	Grasshoppers Zürich	28 30
8	Lausanne Sports	28 27
9	FC Thun	28 27
10	FC Vaduz	28 22

Sp.: Spiele Pkt.: Punkte

Real – Atlético
Teufelskerl gegen Prophet, Rock gegen Klassik

Schon wieder? Schon wieder! Real gegen Atlético erreicht sich sein Dauerbrenner, wenn Europas Elite ihres Kölsch trinkt. Langweile droht keine.

Monaco – Juventus
Torwalze gegen Bollwerk, Jungstar gegen Legende

Monaco gegen Juventus ist der Vergleich zweier Spielphilosophien. Im Fokus steht auch das Generationsdebüt zwischen Superkristall Mbappé und Ball-Queen Buffon.

Das Symbol dieser Jubelgeste sorgte zuletzt für Irritationen. Obwohl sie keine politische Bedeutung haben, hat der Schweizerische Fussballverband (SFV) den Spielern das Versprechen abgenommen, in der Next darauf zu verzichten.

Abb. 20: Torjubel des schweizerisch-albanischen Fussballspielers Pajtim Kasami.

Die massenmediale Interpretation von Kasamis Doppeladlergeste als provokative Reaktion auf das angespannte serbisch-albanische Verhältnis lässt ausser Acht, dass sich solche Inszenierungen im Fussballkontext schon seit mehreren Jahren beobachten lassen. Bereits im August 2012 publizierte die Boulevardzeitung «Blick am Abend» einen Artikel mit dem Titel «Auch Nikci macht den Adler. Schweizer jubeln auf Albanisch».³²¹ Anlass dazu war der Torjubel des ehemaligen Schweizer U21- und damaligen Hannover-96-Spielers Adrian Nikci, der wie Kasami die Adlergeste gezeigt hat. Zum ersten Mal in den Massenmedien erwähnt wurde die Adlergeste 2010, als Kasami, damals noch für den US Palermo spielend, nach erfolgreichem Torabschluss das albanische Wappentier mit seinen Händen formte. Die Onlineausgabe der Boulevardzeitung «Blick» widmete Kasamis Aktion einen Beitrag betitelt mit «Gruss in die Heimat. Hier jubelt Kasami albanisch».³²² Bereits im Leadtext des Artikels stellte die Zeitung die Loyalitätsfrage, die sich, spätestens seit

321 Auch Nikci macht den Adler. Schweizer Stars jubeln auf Albanisch, www.blick.ch (2012).

322 Gruss in die Heimat. Hier jubelt Kasami albanisch, www.blick.ch (2010).

sich Mladen Petrić 2001 für die kroatische und gegen die schweizerische Landesauswahl entschied, jedes hiesige Fußballtalent mit ausländischem Hintergrund gefallen lassen muss: «U17-Weltmeister Pajtim Kasami (18) jubelt fremd – der nächste Judas?»

Der Schluss liegt nahe, dass es in diesen massenmedial befeuerten Debatten um den gestischen Doppeladler im Fussballkontext nicht allein um die Sorge um die Leistungsfähigkeit der «Fussballschweiz» geht, sondern um ein generelles Unbehagen in Bezug auf Rolle und Status postmigrantischer AkteurInnen und die an diese gerichteten Erwartungen. Mit Roland Barthes' Mythoskonzept lässt sich die Berichterstattung über die Herkunftsinzenierungen von Kasami und Nikci in einem gesellschaftspolitischen Diskurs um Migration, Integration und «kulturelle Identität» interpretieren, in welchem MigrantInnen aus dem südöstlichen Europa eine «Bringschuld» gegenüber ihrem «Aufnahmeland» attestiert wird, die erhaltene schulische und/oder fussballerische Ausbildung mit sportlichem und gesellschaftlichem Engagement auszugleichen. Barthes spricht vom Mythos als einer «Metasprache», die über das primäre semiologische System der Verkettung von Signifikat und Signifikant zu einem bedeutsamen Zeichen hinausgeht und dieses in ein Verhältnis zu einer übergeordneten, kulturellen Aussage setzt.³²³ Der Mythos ist Teil eines dominanten Diskurses, der partikuläre Ereignisse in einer universalen Perspektive verortet und sich dabei auf hegemoniale Definitionen einer Gesellschaft bezieht. Stuart Hall spricht diesbezüglich von der «dominanten Definition» kultureller Codes, die auch alltägliche Ereignisse mit «grossartigen Totalisierungen» und einem «syntagmatischen <Blicken-auf-die-Welt>» verbindet: Sie setzt einzelne Ereignisse in Beziehung mit nationalen Interessen oder geopolitischen Fragen, selbst wenn sie dabei «mit gekürzten, invertierten oder mystifizierenden Formen der Darstellung» arbeitet.³²⁴ In der diskursiven Engführung auf den Migrationshintergrund der Fussballspieler bleibt denn auch unberücksichtigt, dass die Integration der Doppeladlergeste in den Torjubel in Beziehung steht mit einer generellen Ästhetisierung, Medialisierung und Kommerzialisierung des Sports. Vor diesem Hintergrund können die Repräsentationen von Nikci und Kasami auch als Teil einer routinier-

323 Roland Barthes: *Mythen des Alltags*. Frankfurt am Main 1964, S. 92 f. Die Funktionalität des Zeichens setzt sich dabei über die Materialität und ästhetische Beschaffenheit ihrer Trägermedien hinweg. Der Mythos, so Barthes, ist kräftig genug, um die verschiedensten «Materialien der mythischen Aussage (Sprache, Photographie, Gemälde, Plakat, Ritus, Objekt usw.)» auf die reine Funktion des Bedeutens zu reduzieren, sobald sie von ihm erfasst werden, vgl. ebd.

324 Stuart Hall: *Kodieren/Dekodieren*, in: ders.: *Ideologie, Identität, Repräsentation* (Ausgewählte Schriften, Bd. 4), hg. von Juha Koivisto, Andreas Merkmens. Hamburg 2008d, S. 66–80, hier S. 79.

ten distinktiven Praktik verstanden werden, mittels deren die Sportler der Anrufung Folge leisten, ihre Persönlichkeit gegenüber Kamera und Publikum wirksam zu akzentuieren.³²⁵

Für deutlich schärfere Reaktionen als die im Kontext des Fussballsports geführten Debatten sorgte derweil eine private Fotografie, die im Sommer 2013 an die mediale Öffentlichkeit gelangte: Auf dem Bild ist eine Gruppe von Schweizer Armeeinghörigen zu sehen, die mit den Händen den Doppeladler formen (Abb. 21).³²⁶ Hergestellt wurde das mit dem Mobiltelefon aufgenommene und auf Facebook veröffentlichte Bild während des (für männliche Schweizer Staatsbürger obligatorischen) Militärdiensts.³²⁷

Ungeachtet seiner privaten Rahmung wurde das Bild nach der Veröffentlichung auf Facebook auch ausserhalb der persönlichen Netzwerke der beteiligten AkteurInnen geteilt, insbesondere auf albanisch orientierten Plattformen wie «Gefällt mir weil ich Albaner bin». Die Fotografie hat aber auch Aufmerksamkeit ausserhalb albanischer Kontexte auf sich gezogen, etwa auf der rechtsextremen Facebook-Seite patriot.ch.³²⁸ Letztlich wurde der «Vorfall» und dessen virale Verbreitung auf Facebook von den Zeitungen «Blick» und «20 Minuten» aufgegriffen und einem breiten Publikum vermittelt, was zu einer kurzzeitigen, aber intensiven Debatte führte. In einer Reihe von Zeitungsartikeln,³²⁹ Interviews (unter anderem mit der involvierten Soldatin Jetmira Avdili)³³⁰ und einer Vielzahl von Leserkommentaren, Facebook-Posts und Foreneinträgen wurde kontrovers diskutiert, wie loyal sich eingebürgerte Albaner unter Waffen verhalten würden, etwa im hypothetischen Kriegsfall mit Albanien, dem Kosovo oder anderen muslimischen Staaten. Wie schon bei Nikci und Kasami wird dabei grundsätzlich der «Integrationswille» von

325 Die mit der globalen Vermarktung von Sportereignissen und deren Akteuren verbundene Ökonomisierung der Individualität im Sport hat in den vergangenen Jahrzehnten einen enormen Bedeutungszuwachs erfahren. Die Verbildlichung des sportlichen Erfolgs als emotionaler Moment ist jedoch nicht erst ein Phänomen organisierter Sportvermarktung, sondern lässt sich kultur- und medienhistorisch im beginnenden 19. Jahrhundert festmachen. Begleitet von medientechnischen Neuerungen hat die Tendenz, Menschen und Menschengruppen nicht mehr nur in gestellten Situationen zu porträtieren, sondern fotografische Momentaufnahmen herzustellen, mit dazu geführt, dass sich eine heroisierende Ikonografie des Siegers im Sport herausbilden konnte. Vgl. Christine Walther: Siegertypen. Zur fotografischen Vermittlung eines gesellschaftlichen Selbstbildes um 1900. Würzburg 2007, S. 61 f.

326 *Secondos in der Schweizer Armee*, www.20min.ch (2013).

327 Ausser einer Person verfügen alle der auf der Fotografie abgebildeten Armeeinghörigen über einen albanischen Hintergrund. Vgl. Interview mit der Soldatin Jetmira Avdili auf «20 Minuten Online», «Wir wollten niemanden beleidigen», www.20min.ch (2013).

328 patriot.ch, www.facebook.com (2001).

329 *Aufregung um stolze Kosovaren*, www.20min.ch (2013).

330 «Wir haben uns nichts Böses dabei gedacht», www.blick.ch (2013).

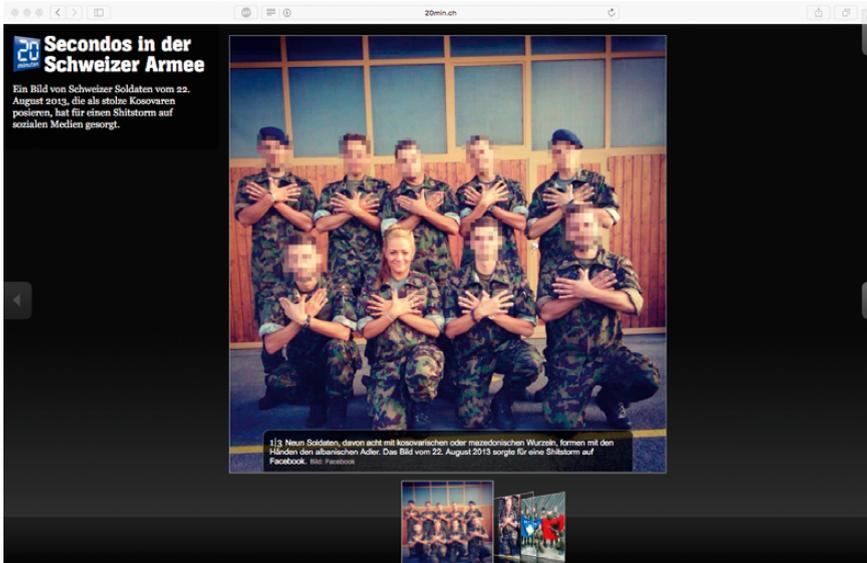


Abb. 21: Massenmediale Aufmerksamkeit: Der Doppeladler in der Schweizer Armee.

Jugendlichen mit albanischem Hintergrund zur Debatte respektive infrage gestellt. Während diese Diskurse von einem politisch intendierten Handeln der Jugendlichen ausgehen, bleibt unbeachtet, dass solche Ad-hoc-Fotografien immer auch über die dargestellten Inhalte hinaus auf den Kontext ihrer Entstehung verweisen. Dieser Beobachtung folgend kann das Bild der SoldatInnen auch vor dem Hintergrund der ständigen Verfügbarkeit mobiler Kamertechnik interpretiert werden: Als eine Praxis der Aneignung von Zeit und Technik, durch welche temporäre Leerstellen im Tagesablauf spontan mit eigenen Aktivitäten besetzt werden.³³¹ Oft kommt erst aufgrund der Verfügbarkeit einer Kamera die Idee auf, sich für eine Fotografie oder einen Handyfilm überhaupt in Szene zu setzen und, wie im Beispiel, der Inszenierung eine besondere Bedeutung zu geben. In dieser Betrachtung geht es bei der Entstehung des Bildes nicht allein um die Darstellung des Doppeladlers und dessen ethnische und jugendkulturelle Bedeutung(en), sondern auch darum, dass die AkteurInnen gemeinsam etwas erleben, das Erlebnis dokumentieren und innerhalb der Peergroup teilen.³³²

331 Vgl. Holfelder/Ritter 2015, S. 82.

332 Vgl. dazu am Beispiel der mit dem Medienformat Handyfilm verbundenen Praktiken des Aufnehmens, Teilens und Anschauens ebd., S. 29 f.

Jugendkulturelle Überformung

Die öffentlich geführten Debatten um die fotografische Inszenierung der Doppeladlergeste zeigt, dass sich die Bedeutung des Symbols als «Ethnizitätsmarker» ausserhalb jugendkultureller oder balkanorientierter «Interpretationsgemeinschaften»³³³ erst durch begleitende (Text-)Informationen ergibt. Ohne Vorwissen ist auf den Pressefotografien von Nikci und Kasami wie auf der Fotografie der SoldatInnen lediglich ein Handzeichen zu sehen, dessen originelle Form zwar eine spezielle Bedeutung innerhalb der visuellen Grammatik der Jugendkultur nahelegt, diese von sich aus aber nicht erschliesst. Um den für das digitale doing ethnicity wichtigen Zusammenhang von Code, Kontext und Bedeutung nachvollziehen zu können, wird an dieser Stelle das encoding/decoding-Modell von Stuart Hall beschrieben und an konkreten Fallbeispielen exemplifiziert. Den Ausgangspunkt des von Hall insbesondere für die Medienforschung der Birminghamer Cultural Studies fruchtbar gemachten Modells bildet die Annahme, dass Medieninhalte nicht subjektiv «gelesen» und interpretiert werden, sondern immer vor dem Hintergrund der sozialen und institutionellen Kontexte (Familie, Arbeitsplatz etc.), in denen sich die Rezipierenden bewegen.³³⁴ Hall beschreibt, wie MedienproduzentInnen zwar einen «sinntragenden Diskurs» schaffen,³³⁵ dieser von den Rezipierenden aber, wie es Rainer Winter ausdrückt, mit ihren «sozial geprägten Vorstellungen, Wirklichkeitsdefinitionen und Sinnmustern» verknüpft wird.³³⁶ Die Bedeutungen der Medieninhalte lassen sich dabei weder vorgängig noch eindeutig bestimmen, da der Prozess der Codierung nicht festlegen kann, welche Decodierung zur Anwendung komme,³³⁷ wenn gleich ein «gewisser Grad an Reziprozität» zwischen codierenden und decodierenden Elementen vorhanden sein muss, damit die Kommunikation gewährleistet ist.³³⁸ Hall unterscheidet drei «hypothetische Positionen», von denen aus die Decodierung eines medialen Textes erfolgen kann.

333 Zum Konzept der Interpretationsgemeinschaft vgl. Stanley Fish: *Is There A Text in This Class? The Authority of Interpretive Communities*. Cambridge 1980.

334 Vgl. Hall 2008d.

335 Ebd., S. 68.

336 Winter 2001, S. 131.

337 Für Hall sind Medieninhalte bereits vor ihrer Decodierung sinnhaft, werden also nicht erst in ihrer Rezeption mit Sinn belegt. Winter merkt jedoch zu Recht kritisch an, dass Halls Modell die semiotische Dimension formaler, ästhetischer und stofflich-materieller Aspekte von Medien weitgehend unberücksichtigt lässt, vgl. Winter 2001, S. 140.

338 Hall 2008d, S. 77. Hall bezieht sich mit seinem Modell auf die Theorien von Mikhail Bakhtin und Valentin Vološinov, wonach Bedeutung nie nur einem einzelnen Sprecher «gehört», sondern zwischen verschiedenen Sprechenden ausgehandelt wird. Vgl. Mikhail Bakhtin: *The Dialogic Imagination. Four Essays*. Austin 1981, sowie Valentin

Die *dominant-hegemoniale Lesart* stellt die Vorzugslesart dar. In dieser akzeptieren die Rezipienten den hegemonialen Code und decodieren ihn so, wie es der Referenzcode vorsieht.³³⁹ Um die Vorzugslesart gegen die offenen Bedeutungsstrukturen der Bilder (Winter spricht vom «polysemen Potential»)³⁴⁰ durchzusetzen, ist es in den meisten Fällen notwendig, die visuellen Codes (Bilder) mit sprachlichen Informationen zu begleiten. Dies wird an den bereits besprochenen Fotografien nachvollziehbar, welche die Fussballspieler Nikci und Kasami beim Jubeln zeigen. Die überwiegende Mehrzahl der MedienkonsumentInnen bewegt sich in Interpretationsgemeinschaften, welche mit der Doppeladlergeste nicht vertraut sind und denen die besondere Bedeutung der Performance kaum aufgefallen wäre. Die zum Adler verstränkten Hände wären lediglich als eine der üblichen originellen Jubelgesten identifiziert worden, mit denen die Spieler ihrer Freude Ausdruck verleihen.³⁴¹ Erst die Kontextualisierung des Bildes durch Titel, Leadtext, Lauftext und Bildunterschrift lenkt die Aufmerksamkeit des Lesers auf die Besonderheit der Geste und weist ihr eine Bedeutung als Repräsentation von Ethnizität zu. Dazu wird sie von ihrer Bedeutung als sportliche Erfolgsbekundung entkoppelt und auf ihre ikonische Funktion als Abbild des albanischen Wappentiers festgelegt. Während die Bildunterschrift die Geste zuerst nur als Imitation eines Adlers identifiziert («Adrian Nikci imitiert nach seinem ersten Bundesligator mit seinen Händen die Flügelschläge eines Adlers») wird im Lauftext präzisiert, dass es sich dabei um den albanischen Adler handelt («der Raubvogel ist das Wappentier Albanien»)³⁴².

Dieser dominanten Lesart des Codes stellt Hall die *oppositionelle Lesart* gegenüber.³⁴³ In dieser erkennen und verstehen die RezipientInnen zwar die bevorzugte Lesart eines medialen Textes, lehnen diese aber grundsätzlich ab, da sie die Botschaft bewusst in einem zum ursprünglichen Kontext alternativen Bezugsrahmen interpretieren.³⁴⁴ Solche Lesarten finden sich ausgeprägt bei politischen, künstlerischen oder subkulturellen AkteurInnen, aber auch bei RezipientInnen, die sich absichtlich in Opposition zu hegemonialen Codes und Bedeutungen positionieren. Dieser Modus des decoding ist im

Vološinov: Marxismus und Sprachphilosophie. Grundlegende Probleme der soziologischen Methode in der Sprachwissenschaft. Frankfurt am Main 1975.

339 Hall 2008d, S. 77.

340 Winter 2001, S. 131.

341 Im Rahmen dieser Forschung wurde die Geste wiederkehrend in Workshops mit SozialpädagogInnen und LehrerInnen besprochen. Kaum jemandem dieser ExpertInnen war die Bedeutung der Geste (oder die Geste selbst) bekannt.

342 Auch Nikci macht den Adler. Schweizer Stars jubeln auf Albanisch, www.blick.ch (2012).

343 Hall 2008d, S. 80.

344 Vgl. Winter 2001, S. 137.

untersuchten doing ethnicity jedoch nur selten von Relevanz. Anders verhält es sich mit der ausgehandelten Lesart,³⁴⁵ welche die für die kreative Aneignung nationaler und nationalistisch konnotierter Zeichen und Bedeutungen die wichtigste Lesart darstellt.³⁴⁶ Die *ausgehandelte Lesart* enthält sowohl adaptive Elemente wie solche, die zur hegemonialen Ideologie oppositionell sind, entsprechend ist ihr Charakter bestimmt durch Widersprüche und Ambivalenzen. So anerkennen die Rezipierenden in diesem Modus des Decodierens zwar die Legitimität der hegemonialen Definitionen, ergänzen diese jedoch situativ durch eigene Regeln des Decodierens –sie «operieren mit den Ausnahmen zur Regel».³⁴⁷

Die körperlich-performative Konstruktion von Ethnizität verweist dabei auf verschiedene Bezugsfelder, die sich von Fall zu Fall unterschiedlich beschreiben und interpretieren lassen. In einer ersten Betrachtung kann die Doppeladlergeste als ein Phänomen jugendkultureller Körper- und Medienpraxis interpretiert werden. Dass Jugendliche mit albanischem Hintergrund das Symbol des Doppeladlers formen und sich dabei fotografieren oder filmen, lässt sich seit den frühen Jahren von Social-Media-Plattformen wie Netlog und Facebook oder Video-Sharing-Diensten wie YouTube beobachten. Auf Netlog, dem bis zum Aufkommen von Facebook bei Jugendlichen führenden Social-Networking-Site der Schweiz, konnten bereits 2008 zahlreiche Fotografien und Collagenbilder erhoben werden, auf denen (damals noch) vor allem junge Männer die Adlergeste inszenierten (Abb. 22).

Subversive Formen der Doppeladlergeste finden sich hingegen insbesondere bei körperlichen und fotografischen Inszenierungen, die in dezidiert jugend- respektive subkulturellen Kontexten entstehen und in diesen auch rezipiert werden. Deutlich wird dies in den auf YouTube veröffentlichten Musikvideos von jungen schweizerisch- oder deutsch-albanischen Rappern, in denen die Doppeladlergeste wiederkehrend begegnet. Die Popularität der Geste lässt sich auch damit begründen, dass sich durch die Verbreitung digitaler Filmtechnik im Amateur- und Alltagsbereich das Spektrum medialisierter Selbstdarstellung um die Dimension des zeitbasierten Bildes erweitert hat: Mit filmfähigen Smartphones sowie Digitalkameras können nicht mehr nur statische Bilder, sondern auch Bewegung und Ton dokumentiert, mit entsprechender Software bearbeitet und letztlich in den Öffentlichkeiten von Facebook und YouTube veröffentlicht werden. Dass damit auch neue Möglichkeiten der körperlich-performativen Konstruktionen von Identität und Ethnizität eröffnet

345 Ebd., S. 79 f.

346 Ebd.

347 Ebd.



Abb. 22: Die Doppeladlergeste im Alltag.

werden, zeigt die Adlergeste exemplarisch: Anders als in den Fotografien wird im Bewegtbildmedium Film sichtbar, wie durch das Bewegen der Finger der Flügelschlag des Adlers imitiert und symbolisch mit Leben erfüllt wird.

Die Präsenz der Adlergeste im Kontext der Hip-Hop-Jugendkultur ist ein Hinweis darauf, dass neben der dominanten, ethnisch und nationalistisch konnotierten auch eine differenziertere, *jugendkulturelle* Bedeutung des Symbols existiert. Die symbolische Repräsentation von Ethnizität fungiert dabei als «Stellvertretercode» für verschiedene adoleszente und jugendkulturelle Anliegen: zum einen um unter dem «Label» des «Albanischseins» die oft komplizierten Beziehungen zu den Eltern oder zu dem lebensweltlich fernen, im familiären Kontext jedoch stets präsenten Kosovo für die Narration der eigenen Biografie fruchtbar zu machen. Zum anderen werden über eine selbstbewusste Inszenierung als «AlbanerIn» alltägliche Erfahrungen von Rassismus, Ausgrenzung und Stereotypisierung verhandelt und das eigene «Albanischsein» positiv recodiert. Als Symbol adoleszenter Selbstnarration gibt die Adlergeste den Jugendlichen – wortwörtlich – Möglichkeiten an die Hand, um eigenständige Vorstellungen von Ethnizität und Jugendkultur zu performieren und innerhalb der Peergroup zu teilen und zu verfestigen. Nochmals mit Stuart Hall gesprochen, handelt es sich hierbei um einen Modus der Aushandlung von Bedeutungen, in welcher die Akteure die Legitimität hegemonialer (hier: nationalistischer) Definitionen der verwendeten Codes anerkennen, diese jedoch durch eigene (jugendkulturelle) Bedeutungen überformen.³⁴⁸ Beispiele für diese Praxis finden sich unter anderem auf dem YouTube-Kanal des Pro-

348 Hall 2008d, S. 79.



Abb. 23, 24: «Albanischsein» in Hip-Hop-Videos von Skillz-M und Yakup Yaprak (2011).

jekts «din16ertv». Die Plattform wurde von in der Schweiz lebenden jungen Männern albanischer Herkunft initiiert, um jugendlichen Rappern die kostengünstige Produktion und Veröffentlichung von Videoclips zu ermöglichen.³⁴⁹ Das Projekt ist vollständig auf das Internet als Kommunikationsraum ausgerichtet. So ist der YouTube-Kanal mit einer Facebook-Seite verbunden, auf welcher Setfotos und Making-of-Videos über aktuelle und anstehende Veröffentlichungen informieren und auf denen die UserInnen aufgefordert werden, die neuen Clips zu «likern», zu kommentieren und mit ihren Facebook-FreundInnen zu teilen. Das Angebot von «din16ertv» wird breit von Jugendli-

349 Für 150 bis 500 Franken produziert das Team ein- bis zweiminütige Videoclips, die gewöhnlich über eine Länge von sechzehn gerappten Zeilen gehen (darum der Name «din16ertv»). Neben der Abwicklung von Tonaufnahmen, Filmproduktion, Postproduktion, Distribution und Werbung können die zumeist jugendlichen Rapper bei den Produzenten auch eigens produzierte Musik («Beats») kaufen. Ähnliche Projekte existieren in der Schweiz unter den Namen «Heb de Latz TV» und «Immigrant Cinema», in Deutschland unter den sinngemäss äquivalenten Namen «16BARS.TV» und «HALT DIE FRESSE».

chen mit Migrationshintergrund genutzt, auch von in der Schweiz lebenden AkteurInnen mit kosovarischem Hintergrund. Entsprechend begegnet in den Videoclips auch die Doppeladlergeste öfters, zum Beispiel dann, wenn sich die Entourage der Rapper in Szene setzt, wie dies in den Videos der Rapper Skillz-M³⁵⁰ (Abb. 23) oder Yakup Yaprak³⁵¹ der Fall ist (Abb. 24).

Formal und inhaltlich sind die vom «din16ertv»-Team produzierten Videoclips typische «Performance-Clips», die aus wenigen Einstellungen, Kamerafahrten und Schnittfolgen bestehen und deren primäres Ziel darin liegt, die Persönlichkeit der Rapper gegenüber dem Publikum zu vermitteln.³⁵² Dazu zählt auch die narrative Einbindung von ethnisch und jugendkulturell codierten Bedeutungen. Entsprechend bedienen Bildsprache und Bildinhalte der Musikvideos eine im Hip-Hop geläufige Vorstellung authentischer «Strassenkultur», dargestellt durch aggressiv posierende Männergruppen, teure Autos, Kampfhunde oder Waffen, bevorzugt in Hinterhöfen und auf der Strasse. Ironische oder ästhetische Brüche zu jugendkulturellen oder ethnischen Klischees lassen sich auf «din16ertv» dagegen kaum feststellen.³⁵³ Die Inszenierung der Adlergeste verweist dabei über eine ethnonationale Bedeutung hinaus auf eine Tradition von Symbolpolitiken und Körperinszenierungen in der Hip-Hop-Jugendkultur. Geraldine Bloustien bezeichnet den Körper als einen zentralen Aspekt symbolischer Bezugnahme innerhalb der Hip-Hop-Jugendkultur, sowohl hinsichtlich der Assimilation wie auch der Unterminierung dominanter Kultur:

Most of these young people have had little opportunity of success in formal educational settings, yet now they voluntarily improved their cognitive and physical skills; putting in the extra practice that would have delighted any formal educator. [...] The body becomes the locus and primary symbol of acquiring, articulating and negotiating particular understandings of the world, firmly linking image, gesture and style to cultural expression and identity.³⁵⁴

350 Din 16er Tv – Skillz-M, www.youtube.com (2011).

351 Din 16er Tv – Yakup Yaprak, www.youtube.com (2011).

352 Klaus Neumann-Braun: Viva MTV! Popmusik im Fernsehen. Frankfurt am Main 1999, S. 13.

353 Eine Ausnahme stellt zum Beispiel der Videoclip des mittlerweile auch im populärkulturellen Mainstream bekannten Rappers Baba Uslender dar, dessen Texte und Performance das stereotype Image des «Albaners» ironisch überhöhen. Vgl. Din 16er Tv – Baba Uslender, www.youtube.com (2011).

354 Gerry Bloustien: «Wigging People Out». Youth Music Practice and Mediated Communities, in: Journal of Community & Applied Social Psychology, 17 (2007), S. 446–462, hier S. 455.



Abb. 25: Der Adler als Markenzeichen: Rapper Fler in Zürich.

Seit den Anfängen des Hip-Hops in den USA in den 1970er-Jahren bringen junge Männer und Frauen ihre Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gruppe, einer Stadt oder einem Viertel mit Gesten zum Ausdruck oder nutzen diese, um sprachliche Aussagen zu unterstreichen. Einem breiteren (jugendkulturellen) Publikum bekannt ist die durch den 1996 erschossenen Musiker Tupac Shakur (aka «2Pac») prominent gewordene «Westcoast»-Geste, für die der Rapper mit den Fingern einer Hand den Buchstaben «W» formt. Bekannt ist auch das mit zwei Händen geformte «W» der populären New Yorker Rapgruppe The Wu-Tang Clan, welches ebenfalls eine formale Nähe zum albanischen Doppeladler aufweist. Ein besonderes Beispiel für die semiotische Hybridität der Adlergeste und die transgressiven Potenziale, die sich aus der Durchdringung von Hip-Hop und postmigrantischer Jugendkultur entwickeln lassen, stammt von der Facebook-Seite des deutschen Rappers Fler: Das Bild zeigt den Berliner Musiker anlässlich eines Konzerts in Zürich im April 2015, wie er anlässlich eines Interviews mit «din16ertv» für ein gemeinsames Erinnerungsbild posiert. Dazu formt Fler gemeinsam mit einem der albanischen Protagonisten je einen Flügel des Doppeladlers mit der Hand (Abb. 25).

Der Adler ist Teil der Markenidentität von Fler, ursprünglich in Anlehnung an das deutsche Wappentier. Der fotografischen Inszenierung kann also eine mehrfache Funktion zugedacht werden: Sie dient der Erinnerung an die Begegnung und das Interview mit dem prominenten Musiker, ist Teil einer jugendkulturellen Pose und verweist zugleich auf die performative Inszenie-

nung wechselseitiger Anerkennung unter albanischen Vorzeichen. Im Begleittext zur Fotografie auf Facebook expliziert Fler die Beziehung zu seinen albanischen Fans mit den Worten: «Alle Albaner am Start!!?»³⁵⁵ Dass dabei jugendkulturelle und ethnische Identitätskonstruktionen ineinander aufgehen, zeigt ein zum Bild verfasster Kommentar einer serbischen Userin. Sie schreibt in ihrem Beitrag «Alle Serben sind am Start! cccc», was wiederum eine Reihe nationalistisch gefärbter Reaktionen von albanischer Seite provoziert.

Ästhetik der Militanz

Die Verkoppelungen des eigenen «Albanischseins» mit den diskursiven Elementen der Hip-Hop-Jugendkultur verweist auf den global rezipierten Orientierungsrahmen einer «schwarzen Ghetto-Kultur», die von Gabriele Klein und Malte Friedrich als «Original einer ethnischen Minderheitskultur» beschrieben wird.³⁵⁶ Dass der migrantisch geprägte Hip-Hop von der Ambivalenz von Assimilation und Widerstand durchzogen ist, hat Ayhan Kaya am Beispiel türkischer Jugendlicher in Berlin gezeigt. Nach Kaya integriert die globale Hip-Hop-Jugendkultur marginalisierte Minderheiten unter Jugendlichen in die globale Mainstreamkultur, trägt zugleich aber dazu bei, «Solidaritätsnetzwerke gegen die Schlüsselthemen der Moderne» wie Kapitalismus, Industrialismus, Rassismus, Überwachung, Egoismus, Einsamkeit, Unsicherheit, strukturelles Aussenseitertum und Militarismus zu bilden und zu etablieren.³⁵⁷ Die im Social Web erhobenen Beispiele zeigen aber auch, dass die spezifischen historischen, politischen und sozioökonomischen Bedingungen von sozialer Stigmatisierung und Rassismus im Orientierungsrahmen von Aussenseitertum und symbolischer Militanz kaum reflektiert werden. So werden Symbole aus unterschiedlichen politischen und jugendkulturellen Diskursen beinahe beliebig kombiniert, solange sie sich in die Erzählung einer «Aussenseiterkultur» integrieren lassen. Anschaulich wird dies in einer Sequenz aus dem Musikvideo der albanisch rappenden Musiker EL-ONE und Vitiano aus Genf. Zu sehen ist eine Gruppe männlicher schwarzer Menschen, die mit einer UÇK-Flagge für die Kamera posiert, während eine der Personen den Arm zur «raised fist» erhebt (Abb. 26).³⁵⁸

355 Fler, www.facebook.com (2015).

356 Gabriele Klein, Malte Friedrich: *Is this Real? Die Kultur des Hip-Hop*. Frankfurt am Main 2003, S. 82.

357 Ayman Kaya: *Islamic Force und Berlin-Türken*, in: Jannis Androustopoulos (Hg.): *HipHop. Globale Kultur – lokale Praktiken*. Bielefeld 2003, S. 246–272, hier S. 246.

358 EL-ONE & VITIANO // *THUG NIGHT 2010*, www.youtube.com (2010).



Abb. 26: Militante Symbole: UÇK-Flagge und «raised fist» im Video von EL-ONE und Vitiano (2010).

Die von Gottfried Korff als «latente Pathosformel der elementaren Unmutsbekundung»³⁵⁹ beschriebene zum Himmel gereckte Faust ist ein ebenso politisches wie mittlerweile populärkulturelles Symbol für Solidarität und Widerständigkeit. Dass im Hip-Hop-Kontext zumindest implizit eine mit der afroamerikanischen Bürgerrechtsbewegung verbundene Bedeutung angerufen wird, ist aus der Geschichte der Jugendkultur heraus eine naheliegende Interpretation. Mit Blick auf den jugendkulturellen Mythos einer ausserhalb der hegemonialen Gesellschaftsordnungen agierenden Sozialfigur des «Outlaws» geht es dabei jedoch weniger um konkrete politische Bezugnahme auf die Black-Power-Bewegung oder – aus albanischer Perspektive – um den Kampf für einen souveränen Kosovo, sondern um die Repräsentation von Militanz als Antwort auf die geteilte Erfahrung von Rassismus, Diskriminierung und (Selbst-)Stigmatisierung.

In Richtung einer eigentlichen «Ästhetik der Militanz» lassen sich auch die Beispiele körperlich-performativer Inszenierungen interpretieren, bei denen die Doppeladlergeste explizit als Teil identitätspolitischer Symbolik eingesetzt wird. Diese Beispiele sind ebenfalls im Orientierungsrahmen der

359 Gottfried Korff: Symbolgeschichte als Sozialgeschichte? Zehn vorläufige Notizen zu den Bild- und Zeichensystemen sozialer Bewegungen in Deutschland, in: Bernd Jürgen Warneken (Hg.): Massenmedium Strasse. Zur Kulturgeschichte der Demonstrationen. Frankfurt am Main 1991, S. 17–28, hier S. 28.



Abb. 27: Expliziter Nationalismus: Referenz auf die albanische Unabhängigkeit bei Gjilan G und Leo (2012).

Hip-Hop-Jugendkultur verortet, führen aber eine dezidierte nationalistische Dimension mit sich. Anschaulich wird dies in einem auf YouTube veröffentlichten Musikvideo zum Song «100 Jahre – 100 Vjet» der Stuttgarter Rapper Gjilan G und Leo. Titel und Text des 2012 veröffentlichten Liedes beziehen sich auf das Hundert-Jahre-Jubiläum der albanischen Unabhängigkeit. Eine Besonderheit des semiprofessionell produzierten Videos liegt darin, dass die Adlergeste eine doppelte Performativität aus der Verbindung von Körpertechnik und Sprache erhält: So ist in einer Videosequenz zu sehen und zugleich zu hören, wie Leo die Adlergeste formt, während im Liedtext die Bedeutung der Geste thematisiert wird mit den Worten: «Forme den Adler mit den Händen / für all' unsre Legenden / die nicht zuliessen, dass fremde Völker unser Land besetzten» (Abb. 27).³⁶⁰

Eine populärkulturelle Entsprechung findet die über die Doppeladlergeste vermittelte Vorstellung eines historischen, ethnisch homogenen Albaniens auch in der albanischen Popkultur. Ein eindrückliches Beispiel dafür ist das Musikvideo zum Lied «Kuq e zi je» (dt.: «Rot und schwarz bist du») der albanischen MusikerInnen Elvana Gjata und Flori Mumajes.³⁶¹ Der Song handelt von der Einheit aller Albaner auf einem ungeteilten (gross)albanischen Territorium und der schönsten Flagge der Welt in den Farben Rot und Schwarz. Das Video wurde im März 2015 auf dem Vevo-Kanal von Elvana Gjata veröffentlicht und bis dato über 31 Millionen Mal angeschaut. Verschie-

360 Alba Kingz feat. Leo – 100 Jahre – 100 Vjet (Offizielles Video), www.youtube.com (2012).

361 Elvana Gjata – Kuq e zi je ft. Flori, www.youtube.com (2015).

dene Einträge auf Facebook-Seiten, Blogs und in Internetforen zeugen davon, dass sich Lied und Musikvideo auch in deutschsprachigen Kontexten grosser Beliebtheit erfreuen. So veröffentlicht das schweizerisch-albanische Infoportal dialogplus.ch zum 103-jährigen albanischen Unabhängigkeitstag 2015 einen Beitrag mit dem Titel «10 Dinge, die du als Albaner am 28. November tun musst». Unter anderem steht auf der Liste geschrieben:

Auf Youtube hörst du Lieder wie «Kuq e zi je ti» von Elvana Gjata feat. Flori; «Kuq e zi» von Meda, Sinan Hoxha feat. Seldi; «Jemi një» von Shyhrete Behluli und Poni; und natürlich «Albanian» von Etnon feat. Lyrical Son & Dj Blunt.³⁶²

Die Popularität des Liedes hängt auch mit der erfolgreich realisierten Kampagne der albanischen Fussballnationalmannschaft für die UEFA EURO 2016 zusammen, der ersten Qualifikation für ein internationales Endrundenturnier. Im Musikvideo wird mit atmosphärischen Bildern und unter Einbezug nationaler Symbole (Fahnen), traditionaler Artefakte (Trachten, Musikinstrumente) und Symbolen aus der Fussballfankultur (Fussballtrikots, Fanschals, Pyrotechnik, Vermummung) von der Unterstützung der Landesauswahl durch die albanische Bevölkerung erzählt. Ein wiederkehrendes Motiv ist auch hier die Doppeladlergeste. Die filmischen Bilder zeigen, wie sich Personen unterschiedlichen Alters und Geschlechts aus ganz Albanien versammeln und, angeführt von Elvana Gjata, gemeinsam zum Stadion marschieren. Die nationalistische Ausrichtung wird gleich zu Beginn des Videos durch eine kurze Einspielung explizit gemacht, in der die Drohne mit dem angehängten «Autochthonous»-Transparent zu sehen ist, welches im Oktober 2014 die bereits erwähnten Tumulte im Match gegen den serbischen Rivalen ausgelöst hatte. Mit dem Begriff «autochthonous» (dt.: «autochthon») formulieren albanische Nationalisten ihre Forderung nach einem «grossalbanischen» Staat, der alle albanischen Bewohner des südwestlichen Balkans vereinen und territorial zusammenfassen soll. Die Adlergeste ist in dem Musikvideo ein die Erzählung tragendes Motiv, das in verschiedenen Sequenzen und auf unterschiedliche Art und Weise wiederkehrend zu sehen ist: zum einen als körperlich-performative Inszenierung durch Elvana Gjata (Abb. 28), aber auch durch Fans, Spieler und spielende Kinder, zum anderen als in Flammeoptik illuminierte Darstellung der zum Adler verschränkten Hände auf einem rund vier Meter hohen Bühnenelement, vor dessen Hintergrund traditionelle Volkstänze inszeniert und von Fussballfans bejubelt werden (Abb. 29). Tradition und Moderne, Urbanität und rurale Kultur, so lässt sich die Auf-

362 10 Dinge, die du als Albaner am 28. November tun musst, www.dialogplus.ch (2015).

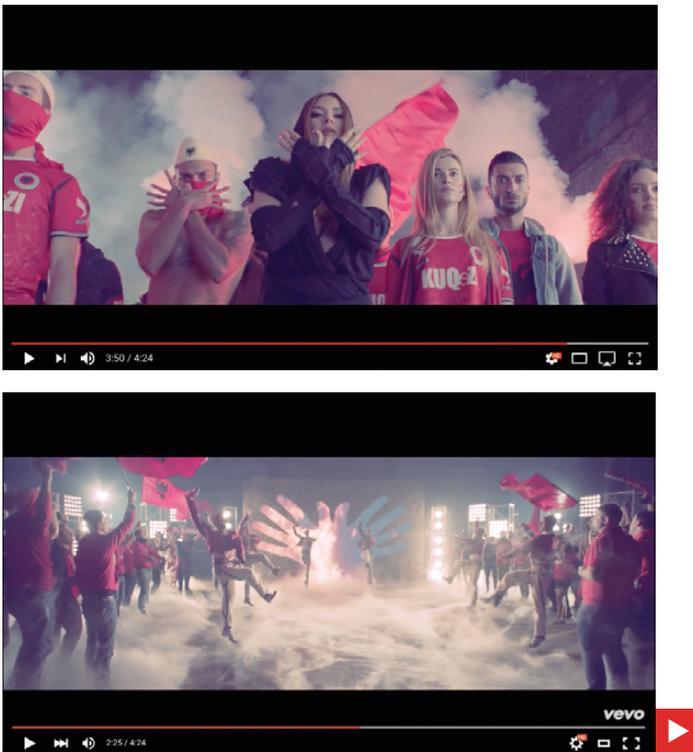


Abb. 28, 29: Nationale Symbolik in der albanischen Popkultur. Musikvideo von Elvana Gjata (2015).

nahme interpretieren, kommen vor dem neuen Symbol albanischer Identität zusammen und werden von diesem zugleich schützend umfasst.

Elvana Gjata hat sich bereits in einem früheren Musikvideo auf das Adlersymbol bezogen, namentlich im Videoclip zum Song «Gjaku im» (dt.: «Mein Blut»)³⁶³ Wie auch der Videoclip «100 Jahre – 100 Vjet» der Rapper Gjilan G und Leo wurde das Video zum Hundert-Jahre-Jubiläum der albanischen Unabhängigkeit 2012 produziert und auf dem Videoportal dailymotion veröffentlicht. Die Handlung des Musikvideos ist in einem irrealen Setting aus unwirtlichen Felsen, Burgen und Nebelschwaden angesiedelt. Elvana Gjata wird als Gefangene eines lüsternen alten Königs inszeniert, bewacht

363 Elvana Gjata – Gjaku Im (Official Video), www.dailymotion.com (2012).



Abb. 30: Popularisierung von Ursprungsmythen (2012).

und gequält von dunklen Gestalten in Mönchskutten. Umgesetzt durch Verfahren digitaler Bildgenerierung verwandelt sich die in Ketten gelegte Sängerin im dramaturgischen Höhepunkt des Clips in ein hybrides Wesen aus Mensch und Adler – dem Mythos vom albanischen «Volk» entsprechend –, welches sich von den Ketten erst osmanischer, dann serbischer Herrschaft befreit hat (Abb. 30). Der Adler wird dabei retrospektiv zum Symbol eines jahrhundertealten Kampfs um die Souveränität Albaniens.

Die Bildästhetik des Videos ebenso wie die Ausgestaltung der handlungstragenden Figuren erinnern stark an Zack Snyders populäre Verfilmung der Frank-Miller-Graphic-Novel «300» (USA, 2006).³⁶⁴ Snyders Spielfilm erzählt bildgewaltig und mit einer trickreichen Rendering-Ästhetik die Geschichte der antiken Schlacht bei den Thermopylen, wo sich eine kleine Schar tapferer Spartaner gegen die übermächtigen persischen Eroberer stellt. Die ästhetische Analogie von Elvana Gjatas Musikvideo zu Zack Snyders Kinofilm kann einerseits vor dem Hintergrund eines populärkulturellen Horizonts und der globalisierten Bildsprache des Unterhaltungskinos interpretiert werden. Andererseits bietet sich eine Interpretation an, in der die gemeinsame Ästhetik von Kinofilm und Musikvideo in Bezug zu den Inhalten gesetzt wird, welche die zwei aus unterschiedlichen Kontexten hervorgegan-

364 Frank Miller: 300. Milwaukee 1999.

genen Filme miteinander verbindet: In dieser Interpretation referiert der in Elvana Gjatas Video allegorisch erzählte Mythos der Illyrer und Albaner und deren Kampf gegen die Slawen, Byzantiner, Türken und Serben auf den spartanischen Widerstand gegen das ebenfalls «aus dem Osten» anrückende Heer des Perserkönigs Xerxes I.

Mit Blick auf den für das digitale doing ethnicity konstitutiven Zusammenhang von Konvergenz und Zirkulation verdeutlicht das Beispiel von Elvana Gjata erneut, wie Symbole und Bedeutungen aus nationalen Diskursen (hier: die körperliche Adaption des Doppeladlers) je nach Art und Weise ihrer Kontextualisierung auch auf andere diskursive Felder verweisen können. So wie das Musikvideo von Gjilan G und Leo eine Lesart des Doppeladlers vor dem Hintergrund der Hip-Hop-Jugendkultur anbietet, offerieren die Videoclips von Elvana Gjata eine stärker populärkulturelle Lesart. Zugleich verweisen die Videos auf den oft ambivalenten Umgang mit heteronormativen Geschlechterbildern unter den Vorzeichen von Ethnizität und nationaler Identität: So wird der weibliche Körper als Ort der (auch nationalen) Selbstbestimmung und Souveränität markiert, während durch diese Markierung zugleich stereotype Geschlechterbilder reproduziert werden.

«Shine Ya Light»:

Populär- und alltagskulturelle Codierungen albanischer Identität

Ebenfalls auf einen populärkulturellen Kontext hebt ein weiteres Musikvideo ab, in dem die Doppeladlergeste zu sehen ist. Das Beispiel stammt aus einem Musikvideo zur Single «Shine Ya Light» der britisch-kosovarischen Sängerin Rita Sahatçiu Ora aka Rita Ora, einer international bekannten Popsängerin. Gedreht wurde das Musikvideo in Prishtina, dem Geburtsort von Rita Ora. Dafür wurde unter anderem ein öffentlicher Auftritt inszeniert, bei dem die Sängerin auf dem 2008 zur Feier der Unabhängigkeit des Kosovo erbauten NEWBORN-Monument steht und gemeinsam mit ihrem Publikum die Doppeladlergeste performt (Abb. 31, 32).³⁶⁵

Auch wenn die Adlergeste hierbei in den Zusammenhang globaler Pop- und Konsumkultur eingebettet ist, bedeutet dies nicht automatisch, dass sich die national- und jugendkulturelle Bedeutung des Symbols durch diese Kontextverschiebung einfach auflösen würde, wie dies in den 1970er-Jahren von Autoren wie John Clarke bezüglich der Vereinnahmung jugendkultu-

365 RITA ORA – Shine Ya Light, www.youtube.com (2012), vgl. auch RITA ORA – Shine Ya Light – Behind The Scenes Pt. 1, www.youtube.com (2012).

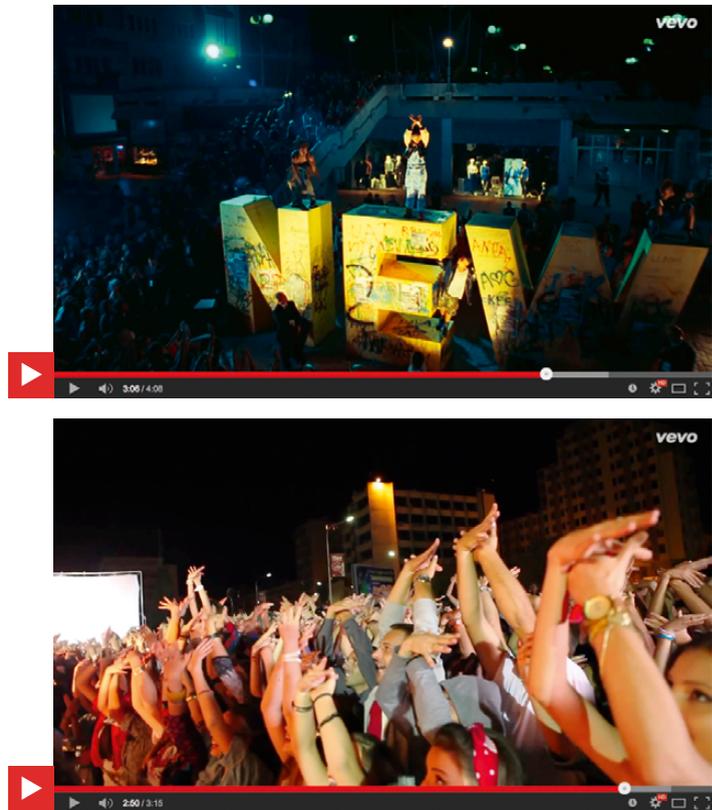


Abb. 31, 32: Besuch in Prishtina: Musikvideo von Rita Ora (2012).

reller Codes durch die Konsumkultur beschrieben wurde.³⁶⁶ Eher lässt sich hier von der Erweiterung einer primär sub- oder nationalkulturellen zu einer offeneren, dem jugendkulturellen Mainstream zugänglichen Bedeutung sprechen. Die Überführung der Adlergeste in einen global rezipierten, populärkulturellen Kontext offeriert alternative Identifikationsangebote zu den oft nationalistischen Interpretationen des «Albanischseins», wie sie in den besprochenen Hip-Hop-Videos zu finden sind. Für junge Männer und Frauen, die ihre Identitätsentwürfe bevorzugt an einem jugendkulturellen «underground» und dessen Vorstellungen von Authentizität und «street credibility» orientieren, kann die Doppeladlergeste durch die (neue) Gebrauchsweise in

366 Vgl. Clarke 1981, S. 157.

der Populärkultur narratives Potenzial einbüßen. Gerade für AlbanerInnen, deren (postmigrantische) Lebensführung transkulturell orientiert ist und deren Vorlieben für Musik stärker an der globalen als an der albanischen Populärkultur oder den Narrativen des Hip-Hops orientiert sind, bietet Rita Oras Musikvideo die Möglichkeit, die eigene Stigmatisierung als «AlbanerIn» mit dem Status der international erfolgreichen Sängerin zu konterkarieren. Dass sich die Sängerin selbst als Botschafterin für ein positives «Image» des Kosovo und dessen BewohnerInnen versteht, verdeutlicht Rita Ora in einem Interview mit der englischen «Daily Mail», wenn sie sagt: «I think Kosovo as a nation – we’re very proud of where we’re from because it’s such a small place, so anyone that succeeds from there is just a big deal.»³⁶⁷

Diese doppelte Funktion der Doppeladlergeste sowohl als Symbol ethnischer Identitätskonstruktion wie als Medium ästhetischer, sozialer und kultureller Transgression veranschaulichen die auf Facebook veröffentlichten Fotografien, auf denen junge Frauen den albanischen Adler gemeinsam mit ihren nichtalbanischen Freundinnen inszenieren. Ein Beispiel dafür ist ein aus drei einzelnen Fotografien zusammengesetztes Bild, das auf der Facebook-Seite «Ich liebe den Balkan» erhoben wurde (Abb. 33). Auf der oberen Bildhälfte ist zu sehen, wie zwei Mädchen gemeinsam den serbischen «Dreifingergruss» und den albanischen Doppeladler formen. Dabei bildet je eine Handfläche eines der Mädchen einen Flügel des Adlers, während sie mit Daumen, Zeigefinger und Mittelfinger der freien Hand den serbischen Gruss bilden. Die untere Bildhälfte besteht aus zwei Fotografien, auf denen eine Banane abgebildet ist, auf welche die Mädchen mit Kugelschreiber kleine Symbole und Texte gezeichnet und geschrieben haben. Erkennbar sind eine Zeichnung des albanischen Doppeladlers und des serbischen Kreuzes, ergänzt mit dem Text «Undacova Sqiptar / CCCC», wobei das Wort «Sqiptar» auf den albanischen Hintergrund des einen Mädchens hinweist, während das serbische Kreuz und die vier C für die serbische Herkunft des anderen Mädchens stehen. Die vier (serbisch-kyrillischen) Buchstaben referieren auf den serbischen Wahlspruch «Samo sloga Srbina spasava» (serbisch-kyrillisch: Само слога Србина спасава, dt.: «Nur Eintracht rettet den Serben»). An anderer Stelle ist die Banane beschrieben mit den Worten «Kurac & Kari [?]» (dt.: «Penis & Kari [?]», sinngemäss «Schwanz & Kari [?]») und «Jebote» (dt.: «Ficken»), womit die adoleszente respektive jugendkulturelle Konnotation gegenüber den nationalistisch konnotierten Symbolen an Bedeutung gewinnt. Allein das jugendsprachlich in «Undacova» abgewandelte Wort «Underco-

367 *Shining her Light: Rita Ora opts for a casual look on day two of shooting new music video in her Kosovan birth town*, www.dailymail.co.uk (2012).



Abb. 33, 34: Recodierung nationaler Symbole: Inszenierung transnationaler Freundschaft.

ver» ist ein Hinweis darauf, dass sich die Mädchen der Spannungen bewusst sind, die eine gemeinsame Repräsentation serbischer und albanischer Herkunft im Social Web auslösen kann, weshalb die albanische Identität verdeckt bleiben soll.

Entgegen einer dominanten nationalistischen Bedeutung der verwendeten Symbole ging es bei der fotografischen Inszenierung des Bildes weniger um die Repräsentation von Ethnizität und nationaler Identität als um das gemeinsame Erleben von Freundschaft im spielerischen *doing ethnicity*.³⁶⁸ Wie dabei die Performativität von Ethnizität und von Freundschaft ineinander übergehen, verdeutlicht die punktuelle Berührung der zum Adler geformten Hände respektive der zum Doppelkopf verschränkten Daumen. Nora Mathys hat gezeigt, dass die Berührung der Hände eine Körperpraktik ist, die sich in der Alltagsfotografie nur selten beobachten lässt. Als Grund dafür nennt Ma-

368 Auf die Interpretation der Banane als Objekt und materieller Träger der Schrift soll hier nicht weiter eingegangen werden, insofern davon ausgegangen wird, dass die Frucht deswegen als beschreibbares Objekt genutzt wurde, weil sie in der Situation eben gerade vorhanden war. Umgekehrt kann die Originalität des unkonventionellen Schreibuntergrunds durchaus ein Grund sein, dass die Mädchen ihre Zeichnung überhaupt fotografiert und im Social Web veröffentlicht haben.

thys den Umstand, dass der direkte Kontakt der Haut als besonders intim empfunden wird, warum sich für die Kamera posierende Personen nur selten an den Händen halten würden.³⁶⁹ Der fotografische Akt, so Mathys weiter, dient denn auch nicht allein der Visualisierung von Freundschaft zu Dokumentations- und Erinnerungszwecken, sondern auch der Formulierung und Stärkung sozialer Beziehungen.³⁷⁰ Dazu gehört ebenso das Agieren vor und hinter der Kamera wie das zeitlich nachgelagerte Anschauen, Besprechen und Teilen der Fotografie mit Freunden und Peers, sei dies beim gemeinsamen Blick auf das Smartphone, als Teil interpersoneller Kommunikation per WhatsApp oder MMS oder im erweiterten Kommunikationsraum des Social Web.

Allerdings kann sich die soziale Dimension durch die Veröffentlichung der Bilder in der Öffentlichkeit des Social Web auch verändern. Dies ist dann der Fall, wenn die Freundschaftserfahrung der an der Herstellung der Fotografie beteiligten AkteurInnen von der dominanten Lesart der Bilder als Repräsentation einer nationalen Identität überlagert wird. Anschaulich macht dies ein letztes Fallbeispiel mit der Doppeladlergeste, das ebenfalls auf der Facebook-Seite «Ich liebe den Balkan» erhoben wurde. Es handelt sich um ein Handyfoto von zwei Mädchen, die je serbische respektive albanische Fanuten-silien auf sich tragen. Entstanden ist das Bild offenbar im öffentlichen Raum, beim gemeinsamen «Unterwegssein» in der Nacht.³⁷¹ Der Kamera zugewandt inszenieren die beiden Mädchen je das gestische Symbol des «anderen» Landes: Während die junge Serbin mit ihren Händen den albanischen Doppeladler darstellt, hat sich die Albanerin bei ihrer Freundin untergehakt und formt ihrerseits den serbischen «Dreifingergruss» (Abb. 34). Der Wohnort der jungen Frauen lässt sich nicht eruieren, es kann aber von einem mitteleuropäischen Kontext ausgegangen werden, da die Repräsentation einer albanischen und serbischen Identität in den Öffentlichkeiten der Balkanstaaten kaum denkbar ist. Ähnlich dem Beispiel mit der beschrifteten Banane legt die Wahl des Bildausschnitts auch bei diesem Bild nahe, dass das Konfliktpotenzial des Dokuments für die an der Aufnahme beteiligten Akteurinnen absehbar war. Dies erklärt, warum der Bildausschnitt so gewählt ist, dass die Gesichter der Mädchen nicht mit abgebildet sind. Tatsächlich zeigen die auf «Ich liebe den Balkan» erhobenen Kommentare zu der Fotografie, dass Aspekte serbisch-albanischer Differenzpolitik auch in postmigrantischen Kontexten und ausserhalb explizit nationalistischer Kommunikationszusammenhänge reprodu-

369 Nora Mathys: *Fotofreundschaften. Visualisierungen von Nähe und Gemeinschaft in privaten Fotoalben aus der Schweiz 1900–1950*. Baden 2013, S. 274.

370 Ebd., S. 30.

371 Vgl. zur Praxis der (audio)visuellen Selbstdokumentation beim nächtlichen Unterwegssein Holfelder/Ritter 2015, S. 110–113.

ziert werden. Dabei zeigen sich auch geschlechtsspezifische Tendenzen. So sind es vor allem männliche User, die Bedenken gegenüber serbisch-albanischen Freundschaftsinszenierungen formulieren. Verwiesen wird dabei auf eine historische Feindschaft der «Völker», insbesondere aber auf die noch jungen Erfahrungen des Kosovokriegs. Exemplarisch dafür steht der Kommentar des Albaners «Am IR», der schreibt:

Manche Leute reden hier von Frieden und Nachbarn. Habt ihr eigentlich die Schraube locker oder so ??? 98% der Serben hassen uns Albaner. Jeder Albaner der im Krieg war, hasst Serbien abgrund tief!! Tatsache!!³⁷²

Umgekehrt äussern sich vor allem junge Frauen positiv zu den Freundschaftsfotografien und betonen die verbindenden Aspekte zwischen den Ländern und ihren BewohnerInnen – nicht selten in einem belehrenden Duktus und appellierend an Vernunft und Ethik: So schreibt eine Userin serbischer Herkunft: «Ob türke kosovo albanerin serbin oder was auch immer es sind alle menschen nur mal so zur info», während es eine junge Frau mit bosnischem Hintergrund einfach «voll süß» findet, «wie sich jetzt alle Albaner/innen und Serb/innen verlinken» würden. Wiederum von einem jungen Mann stammt jedoch ein Kommentar, der die Freundschaft der beiden Mädchen zum Anlass nimmt, sich eine erstarkte Balkanregion frei von ethnischen, religiösen und nationalen Konflikten vorzustellen: «Solche freundschaft sollte doch auf den balkan herrschen!! Wir wären zusammen mit abstand die besten!!»³⁷³

372 Ich liebe den Balkan, www.facebook.com (2012).

373 Ebd.

4 Flagge, Körper, Bild

Anhand vielfältiger Beispiele aus der visuellen und materiellen Kultur wurde im letzten Kapitel besprochen, wie Symbole und Objekte aus nationalen Diskursen im Umgang mit digitaler ICT- und Kameratechnik angeeignet, inszeniert und in das digitale *doing ethnicity* integriert werden. Es konnte gezeigt werden, dass hegemoniale Vorstellungen kultureller und nationaler Identität einerseits reproduziert und reformuliert, andererseits mit anderen, jugend- und populärkulturellen Bedeutungen überformt und für die Aushandlung sozialer Positionen produktiv gemacht werden, sowohl innerhalb der jugendkulturellen Peergroups wie auch gegenüber der Mehrheitsgesellschaft. Sichtbar wurde in der Analyse auch, dass die Repräsentation nationaler Zugehörigkeit im Social Web eine Ressource darstellt, um geteilte Erfahrungen kultureller und sozialer Stigmatisierung zu verhandeln. An diese Beobachtung schliesst das Kapitel an, indem es die populäre Praxis fotografischer (Selbst-)Inszenierung mit der Landesflagge ins Zentrum stellt. Es legt dar, wie Ethnizität und nationale Identität im Zusammenspiel von Körper, Fotografie und nationaler Symbolik performiert werden und wie dabei auf die globalisierten ästhetischen Konventionen fotografischer Selbstdarstellung (der «Selfies») referiert wird. Dabei geht es auch darum, die bildgeschichtlichen, historischen und intermedialen Verbindungen zu rekonstruieren, welche die Praxis des «Flaggenselfies» in kunst- und medienhistorischen Kontexten, aber auch in den gegenwärtigen Populär- und Alltagskulturen verorten.

Fotografische Selbstdarstellung und digitalisierte Kommunikation

Die Repräsentation nationaler Identität ist im digitalen *doing ethnicity* eng mit dem fotografischen Selbstporträt und den damit verbundenen Praktiken der Inszenierung und Medialisierung von Körpern und Objekten verbunden. Das fotografische Selbstporträt verweist auf einen Modus visueller Repräsentation, der im Zuge der Digitalisierung in den vergangenen zehn Jahren einen erheblichen Zuwachs an Bedeutung erfahren hat. Die Veralltäglichung des Bildtyps und der mit dessen Herstellung, Distribution und Rezeption in Verbindung stehenden Praktiken läuft parallel zu der Entwicklung und Veralltäglichung digitaler Geräte und Infrastrukturen. Eine Schlüsselrolle kommt dabei Mobiltelefonen mit integrierter Kamera zu. Das erste derartige Gerät, das Modell «Camesse», wurde im Jahr 1999 vom japanischen Hersteller Toshiba in den Markt eingeführt. Waren Kamerahandys der frühen

Generation verhältnismässig teuer und in ihren fototechnischen Möglichkeiten stark limitiert,³⁷⁴ wurde die Technik im Lauf der Jahre immer kompakter und leistungsfähiger, sowohl bezüglich der Kamera- und Bildschirmtechnik wie auch der für die gegenwärtige Alltagskommunikation zentralen Konnektivität. Zugleich wurden die Geräte billiger in Produktion und Verkauf und somit für ein breites Kundensegment erwerbbar. Parallel dazu entwickelte sich das Social Web hin zu einer Umgebung, in der *mit* und *über* fotografische Bilder kommuniziert wird. Zu Beginn der ersten ethnografischen Internetrecherchen zu dieser Studie, im Jahr 2009, waren bildbasierte Social-Networking-Sites nicht ansatzweise so verbreitet wie heute. Allerdings bezogen bereits frühe (deutschsprachige) Social-Web-Plattformen wie Netlog, meinbild.ch oder mypx.ch ihre Attraktivität aus der bei den jugendlichen UserInnen beliebten Möglichkeit, Bilder in persönlichen Galerien zu speichern und zugänglich zu machen.³⁷⁵ In der Frühphase der bildbasierten Social-Web-Kommunikation waren mit Kamerahandys aufgenommene Selbstporträts jedoch noch weit weniger bedeutsam, was mit der (noch) schlechten Qualität der Bilder und der noch wenig fortgeschrittenen Veralltäglichen der Kamerahandys erklären lässt. Geläufiger war es, mit digitalen Kompaktkameras zu fotografieren und die Dateien anschliessend auf den PC zu übertragen, um sie von dort ins Social Web hochzuladen. Heute ist der Upload von Fotos und Videos ins Internet bei Schweizer Jugendlichen die beliebteste Form, um eigenen Content für das Social Web zu erstellen. Laut der JAMES-Studie 2016 tun dies elf Prozent der Zwölf- bis Neunzehnjährigen mindestens mehrmals pro Woche.³⁷⁶ Allerdings gaben lediglich vierzehn Prozent der dafür befragten Jugendlichen an, jeden Tag digitale Fotografien herzustellen, jedoch würden 29 Prozent – und damit der signifikant grösste Teil der Befragten – mehrmals pro Woche fotografieren.³⁷⁷ Diese Zahlen sind angesichts der noch relativ jungen Möglichkeiten der bildbasierten Kommunikation im WWW beachtlich, wenngleich sie kaum den oft überzeichneten Debatten in Öffentlichkeit und Massenmedien um den Stellenwert der Selbstfotografie in der Alltagskommunikation entsprechen. Im Folgenden geht es denn auch nicht darum, das fotografische Selbstporträt als ein mediales Massenphänomen

374 Obwohl damals eine technische Sensation, ermöglichte das «Camesse» eine Bildauflösung von lediglich 0,1 Megapixeln. Heutige Geräte dagegen produzieren Bilder von fünf bis zehn Megapixeln.

375 Erste deutschsprachige Studien zum Thema sind abgebildet in Ritter/Muri/Rogger 2010 sowie Klaus Neumann-Braun, Ulla Autenrieth (Hg.): Freundschaft und Gemeinschaft im Social Web. Bildbezogenes Handeln und Peergroup-Kommunikation auf Facebook & Co. Baden-Baden 2011.

376 Waller/Willemse/Genner/Suter/Süss 2016, S. 38.

377 Ebd., S. 23.

zu ergründen, sondern die spezifischen (narrativen) Möglichkeiten herauszuarbeiten, welche sich dem digitalen *doing ethnicity* eröffnen.

In gegenwärtigen Diskursen werden fotografische Selbstporträts als «Selfies» bezeichnet. Dieser der Jugendsprache entlehnte Begriff begegnet sowohl im Alltag wie zunehmend auch in wissenschaftlichen Feldern.³⁷⁸ Im Fokus des Interesses steht dabei zumeist die Einbindung des fotografischen «Selbst» in die Kommunikationsumgebung des Social Web und die damit verbundenen Möglichkeiten der Artikulation und Konstruktion von Identität und sozialem Status. José van Dijck beschreibt dies wie folgt:

The self becomes the centre of a virtual universe made up of informational and spatial flows; individuals articulate their identity as social beings not only by taking and storing photographs to document their lives, but by participating in communal photographic exchanges that mark their identity as interactive producers and consumers of culture.³⁷⁹

Für die kulturwissenschaftliche Beschäftigung mit dem Thema Selfie ist es zentral, so Klaus Schönberger, dass die mit der Herstellung, Distribution und Rezeption des Selfies verbundenen (empirischen und beobachtbaren) Praktiken nicht mit den oft kulturpessimistischen Diskursen verwechselt werden, die das Aufkommen des Selfies begleiten.³⁸⁰ Entsprechend müsse in einer empirisch geleiteten Kulturanalyse zwischen den verschiedenen Aspekten differenziert werden, unter denen das Phänomen Selfie diskutiert wird. Schönberger unterscheidet dazu zwischen der technischen Seite der digitalen Verfasstheit, der Produktion der Bildinhalte, den im Bild dargestellten visuellen Codes, den genutzten Distributionswegen und dem Konsum der Bilder.³⁸¹ Dass (und wie) diese verschiedenen Aspekte im «doing» zusammenfallen

378 Vgl. dazu unter anderem Christian Steiger: Selfies und Selfie Sticks. Automedialität des digitalen Selbstmanagements, in: ders., Patrick Breitenbach, Thomas Zorba: *New Media Culture. Mediale Phänomene der Netzkultur*. Bielefeld 2015, S. 67–82; NRW Forum: *EGO UPDATE. A History of the Selfie*, Köln 2015; Isabell Otto, Nikola Plohr: Selfie-Technologie, in: *POP. Kultur und Kritik*, Heft 6 (2015), S. 26–30; Autenrieth, Ulla: Das Phänomen «Selfie». Handlungsorientierungen und Herausforderungen der fotografischen Selbstinszenierung von Jugendlichen im Social Web, in: Jürgen Lauffer, Renate Röllecke (Hg.): *Lieben, Liken, Spielen. Digitale Kommunikation und Selbstdarstellung Jugendlicher heute*. München 2014, S. 52–59.

379 José van Dijck: *Digital Photography. Communication, Identity, Memory*, in: *Visual Communication*, 7/57 (2008), S. 57–76, hier S. 62 f.

380 Schönberger, Klaus: «But first, LET ME TAKE A SELFIE» – eine neue Art sich selbst zu betrachten und zu unterhalten, in: Karl Braun, Claus-Marco Dieterich, Thomas Hengartner, Bernhard Tschofen (Hg.): *Kulturen der Sinne. Zugänge zur Sensualität der sozialen Welt. Sammelband zum 40. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde in Zürich 2015*, Würzburg 2017, S. 37–53.

381 Ebd.

und sich gegenseitig bedingen, zeigt sich auch in den Funktionen, die der Selfiefotografie für die Konstruktion und Repräsentation von Ethnizität und nationaler Identität zukommen. Diesbezüglich von Interesse sind insbesondere die Verbindungen, die sich zwischen dem alltagskulturellen Gebrauch der Bilder, körperlicher Performanz und einer politischen Ikonografie der Inszenierung nationaler Identität ergeben. Die kultur- und medienwissenschaftliche Analyse soll sich aber nicht in formalästhetischer Analogiebildung erschöpfen, sondern muss die ikonografische Dimension der Bilder unter Berücksichtigung ihrer sozialen, alltagskulturellen und technischen Rahmung und entsprechend ihrer historischen Situierung diskutieren.

Die formale und inhaltliche Referenz auf andere Selbstporträts ist grundsätzlich für die kommunikative Funktion der Selfies. Das Selfie, so Isabell Otto, sei auch darum gemeinschaftsbildend, weil es «ein Kollektiv durch Wiederholung und Nachahmung ähnlicher Selfiepraktiken webt, aus denen ähnliche Selfies hervorgehen».³⁸² Die Referenzialität der Selfieästhetik weist aber über den globalen Bezugsrahmen digitaler Selbstfotografie hinaus, insofern im Massenphänomen Selfie bestehende Modi der Inszenierung und Medialisierung des Selbst in neuerer technischer Umgebung fortgeführt werden, die in ihren Grundzügen bereits in vordigitalen Zeiten von Bedeutung waren. Die bildhaften Inszenierungen von Körper und Kleidung in der digitalisierten Alltagskommunikation verweisen auf ästhetische Praktiken der Codierung und Decodierung, die seit der Porträtmalerei der italienischen Renaissance von Bedeutung sind.³⁸³ Sie sind, mit Schönberger gesprochen, persistent.³⁸⁴ Die Praxis des Porträts als Mittel der Kommunikation verweist dabei auf eine medien- und epochenübergreifende Tradierung von Darstellungskonventionen und Sehgewohnheiten, der von den Porträts des Barock und des Klassizismus über die frühen fotografischen Bildnisse inszenierter Attitüden und *Tableaux vivants*³⁸⁵ bis hin zu den privaten Familienbildern der «Kodak Culture»³⁸⁶ und darüber hinaus in die Alltagskommunikation des frühen 21. Jahrhunderts reicht. Unter ihren jeweiligen technischen, kulturellen, sozialen und historischen Voraussetzungen findet «die menschliche Identität», mit Gottfried Boehm gesprochen, im Porträt ihre «Bildform» und

382 Otto/Plohr 2015, S. 28.

383 Dazu umfassend Gottfried Boehm: *Bildnis und Individuum. Über den Ursprung der Porträtmalerei in der italienischen Renaissance*. München 1985, S. 19.

384 Schönberger 2015, ausgeführt wird der Zusammenhang von Persistenz und Rekombination in der *Einleitung* dieses Buches.

385 Vgl. Birgit Jooss: *Lebende Bilder. Körperliche Nachahmungen von Kunstwerken in der Goethezeit*. Berlin 1999; Sabine Folie, Michael Glasmeier, Gerald Matt (Hg.): *Tableaux vivants. Lebende Bilder und Attitüden in Fotografie, Film und Video*. Wien 2002.

386 Richard Chalfen: *Snapshot Versions of Life*. Bowling Green 1987.

benutzt diese «als Spiegel, als Repräsentanten, vor allem als Medium der Erkenntnis ihrer Selbst».³⁸⁷

Fotografische Selbstdarstellungen sind das Ergebnis umfangreicher Anstrengungen, Objekte, Körper und Räume auf eine bestimmte Art in Szene zu setzen. Dabei müssen nicht nur die für das eigene Selbstbild relevanten Codes sichtbar sein, die *Mise en scène* muss auch entsprechend den jugendkulturellen Inszenierungsregeln erfolgen, um positive Resonanz bei den Peers zu erzielen. Damit dies gelingt, müssen ebenso die für eine positive Bewertung notwendigen Codes abgebildet sein, wie das Bild den jugendkulturellen Regeln der Inszenierung und Bildgestaltung zu entsprechen hat. Dazu gehört auch, dass weder der das Gerät haltende Arm noch die Reflexion des Blitzlichts die Bildkomposition stören. Dies stellte insbesondere in der Frühphase der Selfiefotografie eine praktische Herausforderung dar, als die Handys noch über keine «front-facing cameras» verfügten und für ein Selbstbildnis das eigene Spiegelbild abfotografiert werden musste (das erste iPhone mit Frontkamera war 2010 erhältlich). Der achtzehnjährige Paul beschreibt die Problematik von Brennweite, Bildausschnitt und Körperposition in einem Interview wie folgt: «Das ist eben das Problem, wenn man beim Spiegel die Fotos macht. Man muss schauen, dass man noch darauf ist.»³⁸⁸

Durch die im «Spiegelf selfie» unvermeidbare Sichtbarkeit des Geräts im (Spiegel-)Bild kommt dem eingesetzten Kamerahandy eine mehrfache Funktion zu: Einerseits als bildgebendes Gerät, als Speicher sowie als Medium der Rezeption und Distribution, andererseits als mehr oder weniger bewusst in Szene gesetzter Bedeutungsträger. Als ein Objekt materieller Kultur erzeugt das im Spiegelf selfie mit abgebildete Gerät auf mehreren Ebenen Distinktion und Bedeutung: durch das Design, die Marke und das Modell des Handys, aber auch durch die Personalisierung des Geräts durch individuell gestaltete Handyhüllen, Stickers oder Schmuckanhänger (sogenannte Charms), wodurch die Geräte an zusätzlicher Bedeutung in Prozessen jugendkultureller In- und Exklusion gewinnen.³⁸⁹ Solche Artefakte spielen auch im digitalen *doing ethnicity* eine Rolle: Nicht wenige Jugendliche besitzen Handyschutzhüllen im Design von Landesflaggen oder verziert mit nationalen Symbolen. Entsprechend lassen sich im Social Web auch Spiegelf selfies erheben, in denen Schutzhüllen mit nationaler Ikonografie mit abgebildet sind. Die Mobilität

387 Boehm 1985, S. 19.

388 Interview vom 9. 5. 2009, Bülach (Schweiz).

389 Vgl. Holfelder/Ritter 2013, S. 17; Rebekah Willett: Always on. Camera Phones, Video Production and Identity, in: David Buckingham, Rebekah Willett (Hg.): Video Cultures. Media Technology and Everyday Creativity. Basingstoke 2009, S. 210–229, hier S. 218.



Abb. 35, 36: Ethnizität im «Selfiemodus».

des zum Symbolträger umgeformten Geräts ermöglicht es den AkteurInnen, sich spontan, situativ und ortsungebunden ihrer Herkunft zu vergewissern und diese fotografisch festzuschreiben – es braucht dazu lediglich einen Spiegel, wie er in jedem Badezimmer, jedem Toilettenraum oder jeder Umkleidekabine vorkommt (Abb. 35).

Wie präzise und zugleich kreativ die Jugendlichen bei der Aneignung von Räumen, Artefakten und Symbolen agieren, veranschaulicht ein weiteres Spiegelselkie. Das Beispiel stammt vom Netlog-Profil der fünfzehnjährigen Userin «j0vii_x3» und zeigt, wie sich die junge Frau mit der serbischen Flagge inszeniert (Abb. 36). Aufgenommen wurde das Bild mit einer Kompaktkamera. Körper und Kamera wurden dafür so im Raum platziert, dass die im serbischen Wappen dargestellte Krone direkt über dem Scheitel der Frau erscheint: Im Akt des Fotografierens krönt sie sich selbst symbolisch zur (serbischen) Prinzessin. Von besonderem Interesse ist hierbei die für die jugendkulturelle Aneignung von hegemonialen Symbolen und Diskursen oft typische Ambivalenz von Eigensinn und Konformität. So sind im fotografischen «playing princess» einerseits Züge tradierter Archetypen erkennbar, die auf die literarische Figur der schönen, aber einsamen «damsel in distress» referieren, die auf die Erlösung durch ihren Traumprinzen wartet.³⁹⁰ Anderer-

390 Sarah Rothschild: *The Princess Story. Modeling the Feminine in Twentieth-Century American Fiction and Film*. New York 2013, S. 9.

seits lässt sich das Bild als selbstbewusster Akt der Selbstkrönung interpretieren, durch den die junge Frau Autonomie und Selbstbestimmung erklärt. Auch diese Interpretation korrespondiert mit der populären Figur der Prinzessin, verweist aber auf deren Wandel in der Kinder- und Jugendliteratur sowie in Film und Fernsehen, deren neuere Figuration zwar nach wie vor an romantische Rollenbilder anknüpft, aber auch Protagonistinnen zulässt, die «frech, aufgeweckt und aufsässig» sind.³⁹¹

Die zwei Beispiele der Spiegelf selfies zeigen, dass die im digitalen doing ethnicity verwendeten Selbstporträts ebenso unterschiedlich gestaltet sind wie sie auf verschiedene Aufnahmesituationen verweisen und dass dabei die Inszenierung des Körpers oft gleich wichtig ist wie die Darstellung von und mit Objekten und Symbolen. Ulla Autenrieth schlägt vor, die heterogenen im Social Web veröffentlichten Bilder und Fotoalben nach ihren primären Themen und Motiven zu unterscheiden, und zwar in *personenzentrierte*, *objektzentrierte* und *anlasszentrierte* Bilder.³⁹² Folgt man dieser Unterscheidung, sind in der vorliegenden Studie insbesondere die ersten beiden Bildtypen von Bedeutung: Die personenzentrierten Bilder umfassen dabei gemäss Autenrieth primär die Selbstrepräsentation der Profilbesitzer, aber auch Fotografien von Freunden und Bekannten, der Familie oder des Partners. Objektzentrierte Bilder unterteilt Autenrieth in Fotografien privater Objekte wie Gegenstände und Haustiere sowie in Bilder von Marktobjekten, wobei unter diese Kategorie ebenso eigene Fotografien wie Webbilder von Markenprodukten fallen. Allerdings hat sich in der vorliegenden Untersuchung auch gezeigt, dass die jugendlichen BildproduzentInnen die Möglichkeiten digitaler Technik in einer Art und Weise nutzen, die transversal zu kategorialen Trennungen nach Motiven oder Verwendungszweck läuft, wie sie in den Kommunikations- und Medienwissenschaften verbreitet sind. Aus einer praxeologischen kulturwissenschaftlichen Perspektive interessieren die in den Bildern dargestellten Themen und Motiven immer im Zusammenhang dem konkreten «doing», durch welches Medieninhalte, Medienformate und Darstellungsformen angeeignet und aufeinander bezogen werden. Die (ästhetische) Komplexität solcher Prozesse veranschaulicht das Collagenbild eines jungen Mannes mit albanischem Hintergrund, das auf der Schweizer Social-Networking-Site mypix.ch erhoben werden konnte (Abb. 37).

391 Alexandra Ritter, Michael Ritter: Emanzipierte Prinzessinnen? Ein Blick auf die Königstöchter im neuen Märchenbilderbuch, in: *kj&m*, 1 (2013) S. 19–27, hier S. 20 f.

392 Ulla Autenrieth: *MySelf. MyFriends. MyLife. MyWorld*. Foto-Alben auf Social Network Sites und ihre kommunikative Bedeutung für Jugendliche und junge Erwachsene, in: Klaus Neumann-Braun, Ulla Autenrieth (Hg.): *Freundschaft und Gemeinschaft im Social Web. Bildbezogenes Handeln und Peergroup-Kommunikation auf Facebook & Co.* Baden-Baden 2011, S. 123–162, hier S. 129 f.



Abb. 37: Selbstbild mit Baby und Doppeladler.

Das Bild ist ein Hybrid aus fotografischem Selbstporträt, Family-Bild und Hommage an die albanische Herkunft der Familie. Die hinterste Bildebene bildet eine computergenerierte Grafik eines in Flammen stehenden Herzens, das umgeben ist von luziden Blasen und glänzenden Sternen. Der Hintergrund ist in Rottönen und Schwarzabstufungen gehalten, den albanischen Nationalfarben. Das Thema Albanien wird zudem durch den in der Mitte des Herzens dargestellten Doppeladler wiedergegeben sowie durch den ebenfalls im Herzsymbol platzierten albanisch-deutschen Text «Shqip Herz [dt.: «Albaner Herz»] kennt kein Schmerz.» Dass sich diese Repräsentation albanischer Herkunft nicht allein auf den Bildproduzenten, sondern auf seine Familie bezieht, verdeutlichen zwei dem Bild hinzugefügten Porträtfotografien: Auf der ersten ist der junge Mann selbst zu sehen, in zweifacher Ausführung und gespiegelt, jeweils links und rechts von der Herzform platziert. Er präsentiert sich in der Pose des Denkers, wozu er sich mit Daumen und Zeigefinger am Kinn fasst und mit ernstem Blick in die Kamera schaut – eine Pose, die sich in der Frühphase der untersuchten Onlinekommunikation grosser Beliebtheit erfreut hat. Die zweite Fotografie zeigt ein Kleinkind, möglicherweise einen Neffen oder eine Nichte, ein Geschwister oder auch das Kind des jungen Mannes. Beide Figuren wurden mit einem Bildbearbeitungsprogramm entlang der Körperform aus ihrer ursprünglichen Abbildung herausgelöst und in die Collage montiert.

Solche überhöhenden Stilisierungen des Selbst dienen ebenso der individuellen Selbstnarration wie sie Teil eines sozialen Systems sind. Entsprechend sind der Individualität von Inszenierung und Bildgestaltung dadurch Grenzen gesetzt, dass die für die Anschlusskommunikation relevanten Codes bespielt

werden müssen. Die Entscheidung, was auf dem Bild zu sehen ist (das Motiv), wie dieses für die Kamera in Szene gesetzt wird (die Inszenierung) und wie das fotografische Bildnis durch Belichtung, Brennweite, Lichtführung sowie nachträgliche Modifikationen gestaltet wird (Gestaltung), folgt dabei ähnlichen Regeln wie denen der Face-to-Face-Kommunikation. Angelehnt an die Terminologie des Theaters vergleicht Erving Goffman die an einer sozialen Situation Teilnehmenden mit Schauspielern, die das situativ passende Handlungsmuster gegenüber ihrem Publikum zur Darstellung («performance») bringen müssen.³⁹³ Damit dies gelingt, verwenden die performenden AkteurInnen (implizit oder explizit) ein «standardisiertes Ausdrucksrepertoire» (eine «Fassade»), welches sich in der Vergangenheit bereits bei Inszenierungen vor einem ähnlichen Publikum als das richtige erwiesen hat.³⁹⁴ Dieses Ausdrucksrepertoire kann aus Sprache, Mimik, Gestik oder Posen bestehen, beinhaltet aber auch codierte Artefakte wie Kleidung und Accessoires. Die schnelle Lesbarkeit der dargestellten Codes bildet dabei eine Voraussetzung für das Gelingen der Interaktion. Zu berücksichtigen ist jedoch auch, dass das über das Medium Fotografie vermittelte «Rollenspiel» nicht nur auf die Kommunikation zwischen den beteiligten AkteurInnen abhebt, sondern auch die sich inszenierenden Individuen betrifft. Als ein Modus der Selbstmedialisierung ermöglicht es ihnen ein Spiel mit Körper, Bild und Identität, durch welches etablierte Rollenvorstellungen wenn nicht überwunden oder kritisiert, so doch vor dem Hintergrund individueller Erfahrungen und Wünsche interpretiert werden können. Im Anschluss an Michel Foucault lassen sich solche Praktiken als Formen von Selbsttechnologie verstehen, die es dem Einzelnen ermöglichen,

aus eigener Kraft oder mit Hilfe anderer eine Reihe von Operationen an seinem Körper oder seiner Seele, seinem Denken, seinem Verhalten und seiner Existenzweise vorzunehmen, mit dem Ziel, sich so zu verändern, dass er einen gewissen Zustand des Glücks, der Reinheit, der Weisheit, der Vollkommenheit oder der Unsterblichkeit erlangt.³⁹⁵

Diesem Zugang folgend, verweist die fotografische Inszenierung des Selbst auf beides: auf die Erfüllung kommunikativer Anforderungen sowie die Möglichkeit, im kreativen Umgang mit technischen Geräten und ästhetischen Konventionen eigene Erzählungen zu entwerfen und für individuelle Konzepte alltäglicher Lebensführung produktiv zu machen.

393 Erving Goffman: *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag*. München 2010, S. 18.

394 Ebd., S. 23.

395 Michel Foucault: *Technologien des Selbst*, in: Luther Martin, Huck Gutman, Patrick Hutton (Hg.): *Technologien des Selbst*. Frankfurt am Main 1993, S. 24–62, hier S. 26 f.

Flaggenselfies

Damit die an der Kommunikation beteiligten AkteurInnen nicht die Deutungsmacht über ihre Darstellung einbüßen, müssen Rollenspiel und (fotografische) Inszenierung in einer «schnell lesbaren charakterlichen Kurzbeschreibung» aufgehen.³⁹⁶ Dies ist von besonderer Bedeutung, wenn sich die AkteurInnen nur entfernt kennen, was in der Social-Web-Kommunikation oft der Fall ist. Die grundsätzliche Arbitrarität kultureller Zeichen und die damit einhergehende «Interpretationsvariabilität»³⁹⁷ eröffnet den Jugendlichen zwar Möglichkeiten der kreativen Aneignung und Überformung, bedeutet umgekehrt aber auch, dass die von den BildproduzentInnen bevorzugten Bedeutungen nicht unbedingt entsprechend deren Intention «gelesen» werden. Dies kann auch eine Erklärung sein für die Beliebtheit hegemonial konnotierter Codes wie nationaler Symbole oder allseits bekannter Markenlogos in der visuellen Kommunikation der Jugendlichen: Sie versprechen Eindeutigkeit und Differenzierbarkeit in Lebenswelten, die durchzogen sind von Widersprüchen und Mehrdeutigkeiten. Nachvollziehbar wird diese Vorliebe an den fotografischen Selbstporträts, für die sich die Jugendlichen mit der Landesflagge des elterlichen Herkunftslandes in Szene setzen.³⁹⁸ Dabei handelt es sich zumeist um fotografische Selbstporträts, seltener sind Aufnahmen, die von einer zweiten Person gemacht werden. Als bevorzugte Orte der Inszenierung lassen sich zwei räumliche Settings herausstellen: zum einen das eigene Zimmer, in welchem die Landesflagge an der Wand befestigt ist (oft in der Nachbarschaft anderer Artefakte wie Fanposter), zum anderen Räume mit grossen Spiegelflächen wie Badezimmer, Garderoben oder das elterliche Schlafzimmer, die ein gelungenes Spiegelselkie versprechen. Oft werden die Inszenierungen neben der Landesflagge durch weitere Objekte aus dem Alltag der Jugendlichen ergänzt, womit eine zusätzliche Bedeutungsebene in das stilistische Ensemble eingezogen wird. Zu diesen Objekten zählen etwa Schmuckstücke oder als Markenprodukte erkennbare Objekte wie Sonnenbrillen, Gürtelschnallen oder T-Shirts, aber auch national oder religiös codierte Artefakte (Abb. 38, 39). Beliebte sind auch Fanutensilien der nationa-

396 Josef Früchtel, Jörg Zimmermann: Ästhetik der Inszenierung. Dimensionen eines gesellschaftlichen, individuellen und kulturellen Phänomens, in: dies. (Hg.): Ästhetik der Inszenierung. Dimensionen eines künstlerischen, kulturellen und gesellschaftlichen Phänomens. Frankfurt am Main 2001, S. 9–47, hier S. 12.

397 Umberto Eco: Für eine semiologische Guerilla, in: ders. (Hg.): Gott und die Welt. Essays und Glossen. München, Wien 1985, S. 146–156, hier S. 152 f.

398 Dieser Modus der Selbstinszenierung lässt sich auch bei Jugendlichen spanischer, brasilianischer, schweizerischer etc. Herkunft feststellen, jedoch in vergleichsweise geringerer Quantität als bei Akteuren serbischer, kroatischer, kosovarischer etc. Herkunft.



Abb. 38, 39: Zusätzliche Bedeutungsträger: Markenprodukte und religiöse Symbole.

len Sportequipen, insbesondere aber Schmuckanhänger in Form katholischer und serbisch-orthodoxer Kruzifixe, des albanischen Doppeladlers oder der bei Jugendlichen aus Bosnien oder dem Sandžak beliebten Mondsichel.³⁹⁹ Dass die fotografische Inszenierung mit der Landesflagge kein postmigrantisches Phänomen ist, sondern auf eine Praxis transnationaler und translokaler Ethnizitätskonstruktion verweist, zeigt ein Blick auf Facebook-Seiten wie «Schönheiten aus Kroatien». So sind auf der Seite neben Fotografien von in der Schweiz, Deutschland oder Österreich wohnhaften Kroatinnen überwiegend Porträts von in Kroatien lebenden Frauen zu sehen. Darüber hinaus ist die (alltägliche) Inszenierung von Körper und Flagge auch kein balkanspezifisches, sondern ein Phänomen von globaler Reichweite, das, wie Jennifer Marmo am Beispiel der USA gezeigt hat, auf einen patriotischen «state of mind» verweist.⁴⁰⁰

Körper und Artefakte gehören in den fotografischen Selbstinszenierungen mit der Landesflagge untrennbar zusammen. Die Jugendlichen inszenieren ihre Körper stehend vor oder liegend auf der Flagge, wickeln sich in diese ein, legen die Flagge über die Schultern oder halten sie mit ausge-

399 Der Sandžak ist eine grenzübergreifende, im Südwesten Serbiens und Nordosten Montenegros liegende Region, deren Name und räumliche Ausdehnung auf den osmanischen Verwaltungsbezirk Sandžak Novi Pazar zurückgeht. Im ethnisch und religiös gemischten Sandžak leben überwiegend slawische Muslime, die sich als Bosniaken oder Muslime, teilweise auch als Montenegriner bezeichnen. Vgl. Valeria Heuberger: Der Sandschak von Novi Pazar, in: Österreichische Osthefte, 47/1–4 (2006), S. 823–830, hier S. 824.

400 Jennifer Marmo: The American Flag and the Body. How the Flag and the Body Create an American Meaning, in: Kaleidoscope, 9 (2010), S. 45–64.

streckten Armen vor sich hin. Insbesondere die erotisierenden Darstellungen von Flagge und (weiblichem) Körper weisen Anleihen an ein im 19. Jahrhundert entwickeltes Bildprogramm auf, in welchem der weibliche Körper in Kunst und Mythologie als *nationaler* Körper in Szene gesetzt wurde. Kunstgeschichtlich gesprochen handelt es sich bei den in diesem Zusammenhang entstandenen Zeugnissen um Personifikationen, um eine «Verbildlichung eines Begriffs durch eine Figur, die durch ihre Erscheinung, ihr Tun und ihre Attribute gekennzeichnet ist». ⁴⁰¹ Isabel Skokan bezeichnet die Personifikation als eine Spezialform der Allegorie, durch welche abstrakte Begriffe in der Form der menschlichen Gestalt veranschaulicht werden – wobei diese oftmals mit signifikanten Attributen ausgestattet ist, um ihre Deutung zu erleichtern. ⁴⁰² Das kompositorische Zusammenspiel von Körper und Flagge verweist dabei, Uwe Fleckner folgend, auf eine Bildformel, die während der französischen Julirevolution von 1830 entstanden ist, namentlich auf Merry-Joseph Blondels gemalte Allegorie «Les Trois Glorieuses» (Abb. 40). ⁴⁰³

Die Verwandtschaft der Flaggenselfies zu der «das Nationale» idealisierenden Malerei des 19. Jahrhunderts verdeutlicht eine auf meinbild.ch erhobene Fotografie der jungen Schweiz-Kroatin «t0x!cā*Ex0t!cā» («toxica exotica»). Auf dem Bild ist die junge Frau auf einer kroatischen Flagge liegend abgebildet (Abb. 41). Ähnlich dem Bildnis von Blondel besetzt der Körper der Frau den vorderen Bildraum, wird dabei aber von der im Hintergrund platzierten Flagge hinterfangen. Anders als bei Blondels weiblicher Halbfigur sind Schultern und Brust von «t0x!cā*Ex0t!cā» zwar nicht entblösst, jedoch betont sie ihre Brustpartie durch den Ausschnitt ihrer Oberbekleidung. Auch wendet die junge Frau ihren Kopf und Blick vom Betrachter ab, wie dies auch bei Blondels Figur der Fall ist. Während die in Blondels Gemälde dargestellte Frau ihren «leidenschaftlich inspirierten Blick zum Himmel hebt», ⁴⁰⁴ bleiben die Augen von «t0x!cā*Ex0t!cā» geschlossen. Ob damit eine ekstatische Form von quasisexueller Selbstvergessenheit zum Ausdruck gebracht werden soll oder die geschlossenen Augen die beruhigende Gewissheit suggerieren, von der Nation umsorgt zu sein, bleibt in der Interpretation offen.

Wie viele Motive und Darstellungsformen aus der Kunstgeschichte wurde auch die Inszenierung mit der Landesflagge durch die vom Ende des

401 Frank Büttner, Andrea Gott dang: Einführung in die Ikonographie. Wege zur Deutung von Bildinhalten. München 2006, S. 146.

402 Isabel Skokan: Germania und Italia. Nationale Mythen und Heldengestalten in Gemälden des 19. Jahrhunderts. Berlin 2009, S. 41.

403 Uwe Fleckner: Flagge, in: ders., Martin Warnke, Hendrik Ziegler (Hg.): Politische Ikonographie. Ein Handbuch, Bd. I. München 2014, S. 324–330, hier S. 325.

404 Ebd.



Abb. 40, 41: Flagge und Körper: «Les Trois Glorieuses» (1830), Fotografie aus dem Social Web.

18. bis ins frühe 20. Jahrhundert beliebte Mode der Attitüden und Tableaux vivants angeeignet und tradiert, mittels deren KünstlerInnen, BürgerInnen und Vereine kunst- und kulturhistorische Motive nachinszeniert haben.⁴⁰⁵ Ein wiederkehrendes Motiv war dabei die barbusige Frau aus Eugène Delacroix' «La Liberté guidant le peuple», welche, die Trikolore schwingend, das Volk auf die Barrikaden führt – hier zu sehen in einer um 1898 in Niederländisch-Ostindien inszenierten Adaption zur Feier der Krönung von Königin Wilhelmina (Abb. 42).

Während sich diese Inszenierungen bewusst auf die ikonografischen Vorbilder aus der Kunstgeschichte bezogen haben, lässt sich das inszenatorische Wissen im jugendkulturellen doing ethnicity im Anschluss an Karl Polanyi als eine Form von «implizitem Wissen» beschreiben, als eine im Handeln eingelegte Form von Könnerschaft, die sich oft nicht oder nur schwer verbalisieren lässt und deren sich die handelnden AkteurInnen nicht unbedingt bewusst sind.⁴⁰⁶ Der unreflektierte, alltägliche Umgang mit Körper, Bild und Flagge im Selfiemode ist auch ein Hinweis darauf, dass sich die «komposito-

405 Vgl. Jooss 1999; Folie/Glasmeier/Matt 2002.

406 Polanyi, Michael: Implizites Wissen. Frankfurt am Main 1985.



Abb. 42: Tableaux vivants als historische Form der Aneignung (um 1898).

rische Verbindung von Personifikation und Flagge»⁴⁰⁷ als rhetorische Bildformel von ihren kunsthistorischen Vorbildern gelöst hat und mit einer neuen Funktion belegt wurde: Die allegorischen Bilder der gegenwärtigen Inszenierungspraxis beziehen sich nicht mehr auf konkrete Motive, Themen und Figuren aus der nationalen Mythologie und Geschichte, sondern auf eine mehr oder weniger diffuse Vorstellung der Nation als kollektiver Körper. Zugleich wird aber auch deutlich, dass die alten rhetorischen Figuren von durchaus persistentem Charakter sind, insofern identitätspolitische Schlüsselkonzepte wie Nation, Ethnizität und Geschlecht auch in der Wanderung durch verschiedene kunst-, kultur- und medienhistorische Kontexte kaum an Produktivität eingebüsst haben. Dies ist auch ein Hinweis auf die (im Sinne Althusser) versteckte ideologische Dimension der visuellen Alltagspraxis, die der unreflektierten und spassgeleiteten Kombination nationaler Symbole und stereotyper Körperbilder inhärent ist.

Angesprochen ist damit ein hegemoniales Verständnis von Identität und Nationalität, in welchem die Nation als tugendhafter, fruchtbarer, aber in seiner (weiblichen) Sinnlichkeit zugleich auch begehrt und zu schützender Körper repräsentiert wird. Dies wird an den zahlreichen Fotografien von jungen Frauen anschaulich, die ihren Körper auf vielfältige und oft erotisierende Art und Weise mit der Landesflagge verbinden, indem sie sich in diese einwickeln oder die Fahne küssen. Beides verweist auf ein dezidiert heteronormatives Rollenbild, nicht nur weil der weibliche Körper als Ort der visuellen Lust

407 Fleckner 2014, S. 325.

inszeniert wird,⁴⁰⁸ sondern auch aufgrund des Engagements, das die jungen Frauen in ihre «Beziehung» zu der Nation «investieren», indem sie sich selbst erotisieren. Ein dafür exemplarisches Bild zeigt eine junge Frau bosnisch-herzegowinischer Herkunft, die ihre Landesflagge zu einem dekolletierten Minikleid umfunktioniert hat (Abb. 43). Wie bei den bisher besprochenen Selfies scheint es auch hier wichtig, dass sich die Schlüsselemente der Inszenierung ohne Schwierigkeiten identifizieren lassen: So ist der Stoff auf eine Art und Weise arrangiert und die Pose so gewählt, dass die Flagge gut erkennbar ist, aber nicht zu viel an Beinen und Brust verdeckt wird. Zudem trägt die Frau eine silberne Halskette (über der Flagge) und hat ihre langen Haare sorgfältig über die nackten Schultern drapiert. Dass die junge Frau ihren Körper mit nationaler Symbolik «schmückt» und die Fotografie danach im Social Web veröffentlicht, wurde von den zu dem Bild befragten Jugendlichen fast nur positiv bewertet – insbesondere von Frauen. Die abgebildete Frau, so eine der Äusserungen, sei eben nicht nur schön, sondern «eine stolze Frau mit viel Mut und gutem Charakter».⁴⁰⁹ Diese Aussage legt nahe, dass die Jugendlichen in der Bewertung solcher Bilder kaum zwischen der Inszenierung des Körpers und der Repräsentation nationaler Zugehörigkeit unterscheiden, sondern diese unter Attributen wie Schönheit, Stolz und Selbstbewusstsein gemeinsam subsumiert werden.

Vergleichbare Formen der Verkörperung nationaler Symbole lassen sich auch in der Populärkultur der Balkanstaaten beobachten, besonders ausgeprägt im albanischen Kontext. Ein einprägsames Beispiel dafür, das zudem einen Bezug zur postmigrantischen Schweiz aufweist, ist der Auftritt der teilweise in der Schweiz aufgewachsenen Angela Martini, die 2010 als «Miss Universe Albania» am Finale des internationalen Schönheitswettbewerbs teilgenommen hat. Angela Martini war dazu in ein 6000 Dollar teures Kleid des Unterwäschelabels «Victoria's Secret» eingekleidet – eine Interpretation des albanischen Doppeladlers auf rotem Grund, dessen schwarze Flügel aus dem Rücken des Kleidungsstücks herausragen (Abb. 44). Die Zusammenarbeit von Martini mit «Victoria's Secret» ist nicht zufällig: Die Marke ist bekannt für die jährlichen Defiles, bei denen die Models (die sogenannten «Angels») zu den aufwendigen Unterwäschekreationen reich verzierte Engelsflügel tragen, die nun Entsprechung in den Adlerflügeln von Martini finden. Die Besonderheit des Beispiels liegt darin, dass es einen Zusammenhang von nationaler Identität und Gender exponiert, der gerahmt ist durch die Lifestylecodes der globalen Populär- und Konsumkultur.

408 Vgl. Laura Mulvey: Visual Pleasure and Narrative Cinema, in: Screen, 16 (1975), S. 6–18.

409 Interview vom 9. 5. 2009, Bülach (Schweiz).



Abb. 43, 44: Die Flagge als Körperschmuck: Porträt aus dem Social Web, Werbefoto von Angela Martini.

Aber nicht nur weibliche Inszenierungen von Körper und Flagge orientieren sich an heteronormativen Geschlechter- und Körperbildern, sondern auch das doing ethnicity von jungen Männern. Ein Beispiel dafür sind die im Social Web veröffentlichten Fotografien, auf denen junge Männer vor dem Hintergrund der Landesflagge ihre trainierten Körper in Szene setzen. Dies veranschaulicht ein auf Netlog erhobenes Bild des neunzehnjährigen mazedonischen Users «MakeDoncee» (Abb. 45). Für das Spiegelf selfie posiert der junge Mann mit entblösstem Oberkörper, während im Hintergrund die mazedonische Flagge zu sehen ist. Überhöht wird die Körperdarstellung durch seitlich auf den Körper fallendes Streiflicht und einen digitalen Fotofilter, wodurch die Topografie der Muskulatur besonders zur Geltung kommt. Im Unterschied zur detaillierten Darstellung des Armes wird das Gesicht des Mannes durch das bildgebende Kamerahandy vollständig verdeckt. Die Fotografie verweist damit zugleich auf einen Modus der Personifikation und der Entpersonifizierung nationaler Identität: Personifikation, weil der junge Mann im Zusammenspiel von Körper, Kamera und Landesflagge eine Verbindung von Nationalität und eigener Körperlichkeit herstellt und unter den Vorzeichen eines maskulinen Stereotyps performiert. Entpersonifizierung, weil es der BetrachterIn des Bildes nicht möglich ist, das patriotische Muskelspiel mit einer bestimmten Person in Beziehung zu setzen: Der männliche Körper entzieht sich einer individuellen Zuordnung und wird zum anonymen Körper der Nation.⁴¹⁰

410 Wie weitreichend die mit der Repräsentation und Personifikation «nationaler Identität» verbundenen Medialitäten und Körperpraktiken sind, verdeutlichen die Fotografien,



Abb. 45: Inszenierte Männlichkeit vor der Landesflagge.

Die Landesflagge küssen

Die fotografische Inszenierung mit der Landesflagge stellt einen Zusammenhang von Ethnizität, Körperlichkeit und nationaler Identität her, der bisher eher in der politischen Ikonografie als in der Alltagskultur angesiedelt ist. Auf alltagskultureller Ebene beschränkte sich der aktive Umgang mit der Landesflagge auf national gerahmte Ereignisse wie Fussballspiele und nationale Feiertage oder auf Festivitäten, bei denen die beteiligten Personen ihre nationale Herkunft durch das Hantieren mit der Landesflagge repräsentieren. Zu denken ist dabei etwa an Hochzeitsfeste in (post)migrantischen Kontexten. Diesen Anlässen ist gemeinsam, dass sich die Inszenierung mit der Flagge immer auch an ein physisch anwesendes Publikum richtet, sei dies eine Hochzeitsgesellschaft oder die im Stadion anwesenden Sportler und Fans. Mit der Veralltäglichung digitaler Kamertechnik ist die physische Anwesenheit eines Publikums nicht mehr Voraussetzung für die performative Inszenierung. In der fotografischen Situation wird die Kamera selbst zum Akteur, insofern sich die Inszenierung an den Blick der Kamera adressiert, die den Platz eines realen Zuschauers einnimmt, wobei die Kamera (oder das Kamerahandy) zu-

die Tätowierungen mit nationalen Symbolen zeigen. Vgl. S. 85 in diesem Buch. Diese Bilder sind speziell auf ethnonational bis nationalistisch orientierten Websites wie «Serben bringen Glück» oder «Gefällt mir weil ich Albaner bin» verbreitet. Viele dieser Darstellungen stammen jedoch nicht von den UserInnen selbst, sondern wurden von diesen auf anderen Websites oder Foren entdeckt, kopiert oder verlinkt.

gleich auch als Medium der Produktion, Speicherung, Distribution und Rezeption fungiert.

Analytisch kann in solchen inszenatorischen Prozessen zwischen deren Performanz und Performativität unterschieden werden. Der Begriff Performanz verweist auf eine theatrale Inszenierungspraxis, die von einem agierenden Subjekt ausgeht, das intentional handelt, indem es sich für die Kamera in Szene setzt. Der aus John Austins Sprechakttheorie entwickelte Begriff Performativität setzt hingegen kein intentional handelndes Subjekt voraus, sondern geht davon aus, dass sich das Subjekt erst im Vollzug der Handlung konstituiert. Sybille Krämer folgend charakterisiert sich eine performative Äusserung dadurch, dass sie «der faktische Vollzug» ebenjener Handlung ist, die sie sprachlich beschreibt:⁴¹¹ Sie «konstituiert, was sie konstatiert».⁴¹² Dieser Ansatz wurde in den Cultural Studies und den ihnen verwandten Perspektiven wie den Gender Studies auf nichtsprachliche Handlungen ausgeweitet, um die Konstitution und Ausgestaltung von «Kultur» in ihrem praktischen Vollzug zu untersuchen.⁴¹³ Aus bildwissenschaftlicher Perspektive argumentiert, lässt sich in den besprochenen Fotografien eine doppelte Performativität erkennen: zum einen die Performativität der fotografisch dokumentierten Handlung, in deren Vollzug die Idee einer nationalen Identität auf den Körper übertragen wird, zum anderen die Performativität der Bilder selbst, die nicht nur Vehikel der fotografischen Inszenierung sind, sondern selbst als Akteure in Erscheinung treten, indem sie «das verbürgen und bezeugen, was sie sichtbar machen».⁴¹⁴

Den Zusammenhang von Bild, Performanz und Performativität zeigt sich im digitalen doing ethnicity besonders prägnant, wenn sich die jungen Männer und Frauen beim Kuss der Landesflagge fotografieren (oder fotografieren lassen). Beispiele dafür finden sich ebenso in der privaten Social-Web-Kommunikation wie auf thematischen Facebook-Seiten oder in YouTube-Videos. Der Kuss der Flagge referiert dabei auf eine in die visuelle Kultur der Gegenwart eingelassene politische Ikonografie, durch welche nationale Repräsentanten wie Monarchen, Politiker, Militärs oder Sportler das «Vater-

411 Sybille Krämer: Das «Performative» als Thema der Sprach- und Kulturphilosophie, in: Erika Fischer-Lichte, Christoph Wulf (Hg.): Theorien des Performativen, Berlin 2001 (Paragrana. Internationale Zeitschrift für historische Anthropologie, Bd. 10, Heft 1), S. 35–64, hier S. 37.

412 Ebd.

413 Zur Bedeutung des «performative turn» in den Kulturwissenschaften vgl. Doris Bachmann-Medick: Cultural Turns. Neuorientierungen in den Kulturwissenschaften. Reinbek bei Hamburg 2009.

414 Ludger Schwarte: Einleitung. Die Kraft des Visuellen, in: ders. (Hg.): Bild-Performanz. Die Kraft des Visuellen. München 2011, S. 11–31, hier S. 13.

land» ihrer Treue versichern. Dies geschieht etwa im Rahmen ritualisierter Handlungen wie Initiationen oder beim Ablegen des Fahneneids beim Militär. Auch in postmigrantischen Kontexten ist der Kuss der Landesflagge ein symbolischer Akt, mit dem die Treue und Liebe zum (elterlichen) Heimatland zum Ausdruck gebracht werden soll. Darüber hinaus gibt die reale Gegenwart von Körper und Materialität den Jugendlichen eine Möglichkeit, die abstrakten Ideen von Herkunft und nationaler Zugehörigkeit auf sinnliche Art zu erfahren und sich so ihrer nationalen Identität zu vergewissern. Zugleich muss die Begegnung von Körper, Kuss und Flagge so arrangiert sein, dass ein Bild entstehen kann, welches nicht auch den formalen Bedingungen der Peergroup entspricht – nur dann kann es seine kommunikative und narrative Funktion optimal entfalten. Wie sorgfältig solche fotografischen Inszenierungen komponiert werden, zeigt eine auf Netlog erhobene Fotografie einer neunzehnjährigen Schweiz-Kroatin namens «ponoshrvatske_kike» (dt.: «Kroatiens Stolz Kike»). Auf dem fotografischen Selbstbild ist zu sehen, wie die junge Frau den Stoff der kroatischen Flagge mit der Hand zum Mund führt, den Fahnenstoff aber mit den Lippen gar nicht berührt, sodass sowohl Gesicht und Mimik wie auch das kroatische Staatswappen im Bild erkennbar bleiben (Abb. 46). Hinzu kommt, dass die Frau einen übergrossen Rosenkranz um den Hals trägt, womit sie dem Bild eine weitere Bedeutungsebene gibt. Diese Praxis der Ausstaffierung mit symbolischen Objekten, aber auch der Aufbau des Bildes schlägt erneut eine Brücke zu der von Merry-Joseph Blondel im Gemälde «Les Trois Glorieuses» umgesetzten Bildformel, in welchem die weibliche Halbfigur als zusätzlichen Bedeutungsträger einen Lorbeerkranz auf dem Kopf trägt und Eichenlaub in der Hand hält, während ihr der Stoff der Fahne schützend über die nackte Schulter fällt.

Als zentrales Motiv postmigrantischer Ethnizitätskonstruktion begegnet der Kuss der Landesflagge nicht nur als fotografisches Motiv in der Onlinekommunikation, sondern auch in Musikvideos. Anders als in der statischen Fotografie ermöglicht es das zeitbasierte Medienformat Video, die performative Dimension des Handlungsvollzugs in ihrer zeitlichen Abfolge darzustellen – vom Niederknien vor der Flagge bis zum Kuss des Fahnenstoffs. Dass die im jugendkulturellen doing ethnicity aufgegriffenen Bildformeln im Zusammenhang mit populärkulturellen Darstellungen stehen, veranschaulicht ein Musikvideo zum (deutschsprachigen) Song «100 Jahre – 100 Vjet» der deutsch-albanischen Rapper Gjilan G und Leo. Veröffentlicht wurde das Video 2012 anlässlich der hundertjährigen Unabhängigkeit Albaniens.⁴¹⁵ Der Liedtext thematisiert Mythos und Geschichte des albanischen «Volks» von einer

415 Alba Kingz feat. Leo – 100 Jahre – 100 Vjet (Offizielles Video), www.youtube.com (2012).



Abb. 46: Der Kuss der Flagge als jugendkulturelle Praxis.

behaupteten illyrischen Abstammung bis zu den Befreiungskämpfen im Kosovo Ende der 1990er-Jahre.⁴¹⁶ Das Musikvideo beginnt mit einer Sequenz aus dem albanischen Spielfilm «Nëntori i dytë» (AL 1982, dt.: «Der zweite November»). Der Film von Regisseur Viktor Gjika erzählt aus albanischer Perspektive die Geschichte der Ereignisse, die zur Proklamation des unabhängigen Albaniens im November 1912 geführt haben. Die Sequenz stammt aus einer der Schlusszenen von Gjikas Spielfilm, in welcher nacherzählt wird, wie der albanisch-kosovarische Freiheitskämpfer Isa Boletini nach der Ausrufung der Unabhängigkeit in der Stadt Vlora ankommt und auf den politischen Anführer Ismail Qemali trifft. In einer emotionalen Szene kniet Boletini ehrfurchtsvoll vor der albanischen Flagge nieder, um diese zu küssen (Abb. 47).

Indem das Musikvideo von Gjilan G und Leo just an jenem Punkt beginnt, an dem die Erzählung von «Nëntori i dytë» endet, verknüpft es die Geschichte von Gjilan G und Leo mit der Geschichte um die albanische Unabhängigkeit zu einer überzeitlichen Erzählung. Dass die Stuttgarter Protagonisten ihre filmische Rolle in Analogie zu den Nationalhelden der heroischen Vergangenheit imaginieren, verdeutlicht eine weitere Sequenz, die am Ende des Musikvideos zu sehen ist. Die rund drei Sekunden lange Sequenz zeigt ein Reenactment von Isa Boletinis Kuss in «Nëntori i dytë». Zu sehen ist, wie der Rapper Leo erst in die Kamera blickt (den Zuschauer anblickt), sich anschlies-

416 Zum Musikvideo von Gjilan G und Leo vgl. auch S. 114 f. in diesem Buch.



Abb. 47, 48: Politische Bedeutung: Spielfilm «Nëntori i dytë» (1982), Adaption im Hip-Hop-Video von Gjilan G und Leo (2012).

send über die albanische Flagge beugt und diese küsst (Abb. 48). Auf der Ebene der filmischen Erzählung wie auch auf der Ebene des Performativen verbinden die Rapper die Ereignisse der Vergangenheit mit ihrer eigenen, postmigrantischen Gegenwart und konstruieren so – analog zur medialen Transformation des Motivs – eine über verschiedene historische, geografische und soziale Kontexte hinausreichende Kontinuität des «Albanischseins».

«Nationalstolz» als Differenzen überwindende Praxis?

Den unterschiedlichen Modi der Inszenierung mit der Landesflagge ist gemeinsam, dass sie sich auf eine explizit nationale Ikonografie beziehen, dass deren politische Dimension von den Jugendlichen jedoch kaum reflektiert wird. Die wenigsten AkteurInnen verstehen ihre visuelle Praxis als eine politische, sondern als eine Möglichkeit, nationale Herkunft auf personalisierende Art und Weise (durch die Inszenierung des Körpers) und in einem gesellschaftlich etablierten Modus der Kommunikation (im Modus des Selfies) zu repräsentieren. Dies unterscheidet die alltagskulturelle Performanz von Ethnizität und nationaler Zugehörigkeit von Darstellungen, deren Inhalte sich – wie etwa im Video von Gjilan G und Leo – explizit auf die politische Dimension beziehen. Die Darstellung nationaler Zugehörigkeit im Selfie-modus ist immer auch Teil jugendkultureller In- und Exklusionsprozesse durch eine gemeinsame Praxis der fotografischen Inszenierung. Dazu zählt insbesondere die Abgrenzung gegenüber Personen und Personengruppen, die über keinen «Nationalstolz» verfügen würden. Ein junger Mann mit italienischem Hintergrund bringt diese in einem Interview folgendermassen zum Ausdruck:

Ich bin stolz darauf, Italiener zu sein. Sehr. Die [auf einem der gezeigten Bilder] ist halt stolze Bosnierin, einer ist stolzer Albaner oder stolzer Schweizer. Die haben alle ihren Stolz. Die können so viele Fotos mit ihrer Flagge machen. Die wollen zeigen, dass sie aus diesem Land kommen. Das finde ich gut so.⁴¹⁷

In ähnliche Richtung weist die Aussage der Albanerin Albulena. Auch für sie ist die Repräsentation nationaler Herkunft grundsätzlich positiv belegt, weshalb sie sich auch über den Nationalstolz von anderen freuen würde:

Ich finde halt, jede Nationalität von einem selbst gefällt einem. Egal welches Nationalität und wo man immer es sieht. Einfach positiv gemeint, sieht man es ja gerne.⁴¹⁸

Dass die Repräsentation nationaler Identität unter postmigrantischen Jugendlichen aus den westlichen Balkanstaaten als eine Differenzen überwindende Praxis wahrgenommen wird, die transversal zu den identitätspolitischen Diskursen der elterlichen Herkunftsländer liegt, zeigt sich auch in der untersuchten Onlinekommunikation. Auf balkanorientierten Facebook-Seiten wie «Ich liebe den Balkan» konnten zahlreiche Fotografien erhoben werden, auf denen

417 Interview vom 9. 5. 2009, Bülach (Schweiz).

418 Interview vom 18. 1. 2010, Bülach (Schweiz).

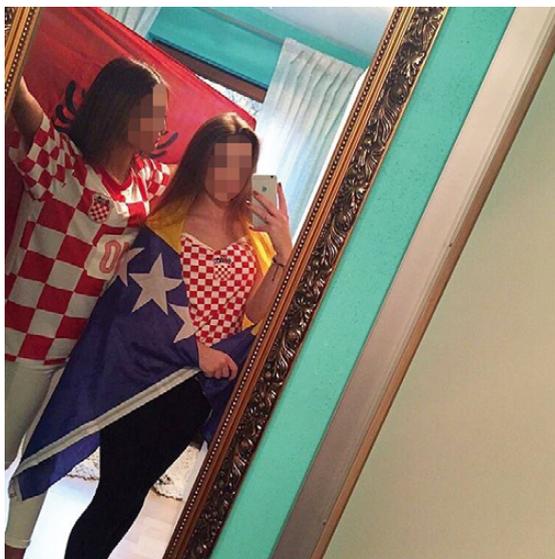


Abb. 49: Fotografieren als Freizeitaktivität: Flaggenselfie unter Freundinnen.

Jugendliche zu zweit oder auch in Gruppen gemeinsam mit den Landesflaggen ihres jeweiligen Herkunftslandes posieren.⁴¹⁹ Exemplarisch dafür ist ein Spiegelselvie von zwei jungen Frauen, die beide ein Trikot der kroatischen Fussballnationalmannschaft tragen. Zugleich hält eine der Frauen eine albanische Flagge hinter ihrem Kopf in die Höhe, während sich ihre Freundin die Fahne von Bosnien und Herzegowina über die Schultern gelegt hat (Abb. 49).

Anders als bei der in Kapitel 3 besprochenen Fotografie, auf der zwei Mädchen zusammen den albanischen Doppeladler und den serbischen Dreifingergruss inszenieren, finden sich zu diesem Bild kaum negative Kommentare. Dies mag mit den nationalen Diskursen in Kroatien, Bosnien und Herzegowina zusammenhängen, in denen der kroatisch-bosniakische Krieg weit weniger präsent ist als die Konflikte der beiden Länder mit Serbien respektive dem Staatenbund Serbien und Montenegro. Zudem lässt sich allein über die Internetrecherche auch nicht erfahren, ob die jungen Frauen möglicherweise (auch) einen bosnischen oder albanischen Hintergrund haben. Auf die postmigrantische Alltagskommunikation perspektiviert, scheint jedoch vor allem

419 Ich liebe den Balkan, www.facebook.com (2012).

die Beobachtung wichtig, dass herabsetzende Äusserungen zur Nationalität anderer UserInnen von der Community gewöhnlich nicht honoriert werden. Es sei «nicht schön», so die Serbin Natasa, «wenn jetzt einer kommt und Deine Albanische Flagge abfackelt oder meine serbische». Zudem gehe sie davon aus, dass sich niemand daran störe, wenn sie Bilder mit «ihrer» (der serbischen) Flagge veröffentliche, schliesslich hätten andere UserInnen «ja auch eine eigene».⁴²⁰ Kommt es dennoch zu Beleidigungen innerhalb der Kommunikation auf Facebook und Netlog, würden die UserInnen selbstregulierend gegen die Störenfriede verfahren:

Niemand ist so blöde und schreibt «scheiss Serbe» oder so. Wenn er das machen würde, wüsste er genau, dass dieser zurückkommentiert. Und wenn er dann wieder antwortet, würde er den Kommentar einfach löschen. So dämlich wäre niemand.⁴²¹

Allerdings ist die von Natasa beschriebene Praxis der Selbstregulierung primär in Netzwerken wirkungsvoll, deren AkteurInnen miteinander bekannt sind und eine gemeinsame Vorstellung von Inhalt und Form der Kommunikation haben. Auch soll die Vielfalt der im Social Web beobachtbaren Inszenierung mit der Landesflagge nicht darüber hinwegtäuschen, dass manche UserInnen solche Inszenierungen zwar positiv bewerten, selbst aber keine entsprechenden Bilder herstellen und veröffentlichen. Exemplarisch verdeutlicht dies eine Aussage der siebzehnjährigen Kosovarin Safete, die sich zu den Flaggenselfies wie folgt äussert:

Wofür sollte ich da meine Fahne präsentieren? Ich sollte das nicht, ich weiss selber, was ich bin [...] Das machen so Leute, die einen riesen Stolz haben bei den Ländern. Ich sage ja auch nicht, dass ich keinen Stolz habe, aber ich habe das nicht nötig zum präsentieren, mein Land und alles. Ich weiss ja selber, wie es aussieht.⁴²²

Die Aussage von Safete ist ein Hinweis darauf, dass die fotografische Inszenierung mit nationalen Symbolen ein anerkannter Modus der Repräsentation von Ethnizität und Herkunft ist, den die jugendlichen AkteurInnen mit dem sozialen Status, aber auch mit dem Charakter einzelner Personen in Zusammenhang bringen – wobei Bewertungen durchaus widersprüchlich ausfallen können. Zudem kann der selbstbewusste Umgang mit nationalen Symbolen als eine Form von Widerständigkeit interpretiert werden, durch welche die

420 Interview vom 9. 5. 2009, Bülach (Schweiz).

421 Ebd.

422 Interview vom 18. 1. 2010, Bülach (Schweiz).

Jugendlichen die Konventionen der Mehrheitsgesellschaft und deren Erwartungen an Integration und Interkulturalität herausfordern, womit sie sich zumindest in den Kontexten postmigrantischer Jugendkulturen auch Anerkennung sichern können.

Augenbilder

Ein weiteres Beispiel für die personalisierende Praxis der Aneignung und Konstruktion ethnischer und nationaler Identität sind die im Social Web verbreiteten Darstellungen von Augen, in deren Pupille mit Bildbearbeitungssoftware eine Landesflagge platziert wurde. Bilder dieser Art begegnen in unterschiedlichen Kommunikationsumgebungen: als Avatare in Onlineforen, als Profilbilder im Social Web oder als eigenständige Bilder in den persönlichen Galerien auf Facebook oder Netlog. Augenbilder sind ein jugendkulturelles Phänomen von globaler Erstreckung, unter denen Bilder mit der Landesflagge nur einen kleinen Teil darstellen. Je nach jugendkulturellem Kontext wird die Pupille dabei durch Symbole wie Herzen, Totenköpfe oder Schlangenaugen ersetzt oder auch einfach nur mit Glitzerelementen verziert. Andere Augenbilder kommen ohne das Hinzufügen von Symbolen aus, wurden gestalterisch jedoch so nachbearbeitet, dass die Iris oder das (oft bunte) Augen-Make-up farblich hervortreten. Hergestellt wurden die Bilder entweder fotografisch oder mittels Rendering-Software. Beziehen lassen sich Augenbilder über spezialisierte Websites wie 24GB.de⁴²³ oder Imagehoster wie Photobucket. Auf Photobucket finden sich unter der Rubrik «Eyes Pictures & Images» über 415 000 solche Bilder.⁴²⁴ Augenbilder mit der Landesflagge werden oft von den UserInnen selbst hergestellt, was sich auch an der brüchigen Ästhetik der Montage erkennen lässt. Ein Beispiel dafür ist ein Bild, das die Serbin Natasa auf ihrem tagged.com-Profil veröffentlicht hat. Das Bild hat sie gemeinsam mit einem Kollegen hergestellt, der im Umgang mit Bildbearbeitungssoftware versiert ist. Zusammen haben sie eine grafische Darstellung der serbischen Flagge im Netz gesucht und in eine (zuvor in ein Schwarzweissbild umgerechnete) Fotografie ihres Auges montiert (Abb. 50).

Nach dem Entstehungsgrund für dieses Bild gefragt, erzählt Natasa, dass ihr einerseits Fotografien des eigenen Auges gefallen würden und ihr andererseits ihre Herkunft wichtig sei. Es war für sie darum naheliegend, die beiden Vorlieben zu kombinieren, so wie sie das auch schon bei anderen UserInnen gesehen hatte. Wie Natasa ausführt, ist der Zusammenhang von

423 Augen – GB Pics – Gästebuch Bilder für Jappy, www.24gb.de (2016).

424 Eyes Pictures & Images, www.photobucket.com (2016).



Abb. 50: Das Augenbild als Marker «ethnischer Identität».

nationaler Herkunft und Identität, der sich aus der Kombination der Symbole ergibt, durchaus gewollt und hinsichtlich der Kommunikation im Social Web intendiert:

... ich bin ja Serbin und die Flagge ist das Symbol für mich. Ich bin Serbin und alle sollen es auch wissen. Und das mit dem Auge ist einfach so eine Kombination, das ist jetzt etwas philosophisch. Wenn sie mir in die Augen schauen, wissen sie, was ich bin, sozusagen.⁴²⁵

Nicht alle Augenbilder zeigen jedoch die eigenen Augen, sondern bauen auf grafischen oder fotografischen Darstellungen auf, die bereits im WWW verfügbar sind. Ein Beispiel dafür findet sich auf dem Netlog-Profil der Schweiz-Kroatin «cro-baby-katy» (Abb. 51). Auf dem Bild ist ein auf die Hand gestütztes Frauengesicht in grünblauer Farbe dargestellt. Die Iris beider Augen wurde je durch die grafische Darstellung einer Landesflagge ersetzt, vermutlich derjenigen der Herkunftsländer der Eltern von «cro-baby-katy»: Das linke Auge zeigt die kroatische Flagge, das rechte Auge diejenige von Bosnien und Herzegowina. Das Bild vermittelt einen zugleich melancholischen wie verführerischen Eindruck und spricht die BetrachterInnen trotz (oder gerade wegen) seiner Künstlichkeit durch eine besondere, zugleich melancholische und erotisierende Affektstruktur an: Unter den gesenkten Augendeckeln hervor ist der zugleich stechende und laszive Blick direkt auf die Betrachtenden gerichtet, während zugleich eine Träne aus dem linken Auge fließt. Zusätzlich zum Blick bezieht das Bild seine affektive Funktion durch die sanft auf die Unterlippe gelegte Fingerspitze. Die imaginäre Frau

425 Interview vom 9. 5. 2009, Bülach (Schweiz).



Abb. 51: Computergeneriertes Augenbild.

signalisiert gegenüber dem Betrachter zugleich Begehren wie den Wunsch, begehrt zu werden, während die Tränen bereits darauf hinweisen, dass das Begehren nach Zuwendung unerfüllt bleibt. Die balkanbezogene Codierung des Bildes kann auf einer Metaebene als Metapher für das ambivalente Verhältnis «des Balkans» zum westlichen Europa interpretiert werden respektive für die dafür kennzeichnende Doppelung von Subalternität und Selbstbehauptung – wenn auch klar ist, dass die Einbettung des Bildes in die Alltagskommunikation kaum dieser Intention folgt.

Das Bild von «cro-baby-katy» wurde vollständig am Computer generiert. Eine Bildrecherche im Internet zeigt allerdings, dass die beiden Landesflaggen erst nachträglich in die Augen montiert wurden. Über die Google-Bildersuche lassen sich zahlreiche Varianten der Darstellung erheben, die alle auf dieselbe Ausgangsdatei verweisen (Abb. 52).⁴²⁶ Dabei zeigt sich auch, dass das Bild nicht nur von «cro-baby-katy», sondern von AkteurInnen aus unterschiedlichen Kontexten angeeignet, gestalterisch modifiziert (Abb. 53) oder auch mit zusätzlichem Text belegt wurde: Abbildung 54 zeigt, wie das Bild durch mythologisch anmutende Bildelemente ergänzt und versehen mit dem Text «IF I WS A TEAR ... / I WANT TO BE BORN IN YOUR EYES / LIVE ON YOUR CHEEKS / AND DIE ON YOUR LIPS.....» in ganz verschiedenen Zusammenhängen im Social Web Verwendung findet, in denen melancholische Gefühle verhandelt werden.

426 Der Wandel von einem (semi)professionell produzierten Wallpaper zu einem in die Peergroup-Kommunikation eingebetteten UserInnen-Bild im Social Web wird nicht nur auf inhaltlicher, sondern auch auf technischer Ebene deutlich: Misst das grösste Wallpaper-Bild 1024 × 768 Pixel bei einer Punktdichte von 96 dpi, zählt das Collagebild lediglich 390 × 236 Pixel bei 72 dpi.



Abb. 52–54: Wechselnde Bedeutungen: Bildvarianten aus dem Social Web.

Die Augenbilder sind nicht nur ein Beispiel für das von Henry Jenkins beschriebene «fluide Fließen» von digitalem Content durch verschiedene mediale und soziale Kontexte, sondern auch dafür, wie jugendkulturelle Praxen und medientechnische Innovationen in der «convergence culture» zu zusammenhängen.⁴²⁷ Sandra Weber und Claudia Mitchell haben auf eine strukturelle Ähnlichkeit in der Dynamik jugendkultureller Identitätskonstruktion und technischer Entwicklungsprozesse hingewiesen, um zu zeigen, wie neue Technologien und die mit diesen verbundenen Kommunikationsoptionen insbesondere von adoleszenten Akteuren angeeignet werden:

Like youth identities, new technologies keep changing, converging, morphing – seemingly always in flux, and like youth identities, young people’s own digital productions facilitate a blending of media, genres, experimentations, modifications, and reiterations ...⁴²⁸

An den Augenbildern lässt sich aber auch zeigen, wie diese Praxis der Aneignung und Überformung tradierten Darstellungsformen und konventionalisierten Bedeutungen aufsitzt, welche in einer historisch-kulturwissenschaftlichen und kunstgeschichtlichen Perspektive weit hinter das digitale Zeitalter zurückweisen. Die Bedeutung des Auges als Symbol in Prozessen der Identitätskonstruktion ist eingelassen in eine in der Antike begonnene Auseinandersetzung über die Fragmentierung und Parzellierung des Körpers und seiner Funktionen.⁴²⁹ Später kam dem Auge in christlich-religiösen Kontexten eine grosse Bedeutung zu, von der es erst in der Aufklärung entkoppelt und für andere, pro-

427 Vgl. Jenkins 2006.

428 Sandra Weber, Claudia Mitchell: Imaging, Keyboarding, and Posting Identities. *Young People and New Media Technologies*, in: David Buckingham (Hg.): *Youth, Identity, and Digital Media*. Cambridge (MA) 2008, S. 23–47, hier S. 26 f.

429 Astrit Schmidt-Burkhardt: *Sehende Bilder. Die Geschichte des Augenmotivs seit dem 19. Jahrhundert*. Berlin 1992, S. 1.



Abb. 55: Historische Bildnisminiatur (zwischen 1790 und 1810).

fane Aussagen in künstlerischen und alltagskulturellen Zusammenhängen verfügbar gemacht wurde.⁴³⁰ Die Geschichte des Augenporträts als eigenständige Form der (privaten) Konstruktion und Kommunikation personeller Identität beginnt gegen Ende des 18. Jahrhunderts. So waren Bildnisminiaturen mit dem Auge als Motiv im Zeitalter der Empfindsamkeit in den «besseren Gesellschaften» Europas und der USA verbreitete Artefakte, die, geschenkt und getauscht, als erotischer Fetisch und Memorialbildnis für Liebe und Freundschaft versteckt mitgetragen wurden.⁴³¹ Das in Abbildung 55 dargestellte Objekt ist dafür ein bekanntes Beispiel. Die zwischen 1790 und 1810 in einer unbekanntenen Manufaktur gefertigte Miniatur zeichnet sich dadurch aus, dass dem gemalten Auge Tränen aus kleinen Diamanten hinzugefügt wurden.⁴³²

430 Ebd., S. 16.

431 Vgl. Hanneke Grootenboer: *Treasuring the Gaze. Intimate Vision in Late Eighteenth-Century Eye Miniatures*. Chicago 2012; Elizabeth Fay: *Fashioning Faces. The Portraitive Mode in British Romanticism*. Durham 2010.

432 Darin lässt sich auch ein früher Modus der Montage von Symbolen unterschiedlicher Medialität und Materialität erkennen, welcher der Montage von Fotografie und grafischen Symbolen zu einem digitalen Augenbild nicht unähnlich ist.

Ähnlich dem digitalen Augenbild von «cro-baby-katy» referiert die Miniatur auf eine Ikonografie der (weiblichen) Gefühle, die mit der kommunikativen Verwendung der Darstellung in Zusammenhang steht. Hanneke Grootenboer beschreibt die soziale Funktion der historischen Bildnisminiatur so, dass diese den Blick der dargestellten Person einem ausgewählten Kreis von Rezipienten zugänglich macht, jedoch erst in Kenntnis der porträtierten Person mit einer spezifischen, intimen Bedeutung belegt werden kann.⁴³³ Dieses Prinzip ist den digitalen Augenbildern nicht unähnlich, insofern auch diese ihre personalisierende Funktion erst durch das Inbezugsetzen der Darstellung mit einer bestimmten Person erlangen. Allerdings sind die Augenbilder im Social Web zumeist eingebettet in ein Konvolut unterschiedlicher Fotografien und kontextbildender Texte, die Rückschlüsse auf die im Bildnis dargestellten Personen ermöglichen. Die soziale Funktion der digitalen Augenbilder liegt denn auch weniger im Spiel mit Blick und Begehren in einer intimen Beziehung als auf einem Modus der Personalisierung von Identität und Ethnizität, der sich sowohl an ein Publikum wie an die porträtierte Person selbst richtet: Augenbilder stellen eine Möglichkeit dar, zugleich Identität gegen aussen zu repräsentieren wie sich dieser selbst zu versichern. Wenn Natasa zu ihrem Augenbild mit der serbischen Landesflagge sagt: «Wenn sie mir in die Augen schauen, wissen sie, was ich bin», betrifft dies nicht nur das Wissen ihrer Kommunikationspartner, sondern auch das Wissen der jungen Frau über sich selbst.

Trotz der formalästhetischen Analogien mit den Bildnisminiaturen und der teilweise ähnlichen sozialen Potenziale verweisen die digitalen Augenbilder weniger auf ein neues Zeitalter der Empfindsamkeit als auf den Stellenwert von Symbolen in Alltagskommunikation und Populärkultur. Die gegenwärtige Bedeutung des Auges als populärkulturelles Motiv lässt sich an einer ikonografischen Betrachtung des Auges als bildnerisches Motiv in Kunst und Populärkultur veranschaulichen.⁴³⁴ Obwohl der gesellschaftliche Trend der Augenminiaturen gegen 1830 verschwand, blieb das Augenporträt in der Kunstgeschichte weiterhin bedeutsam. An Pierre-Louis Piersons um 1860 entstandenen Porträts von Virginia Oldoini, Gräfin von Castiglione, hat Hanneke Grootenboer gezeigt, wie das Augenporträt und dessen Funktion als intimes, kleinformatiges und transportables Körperbild mit den neuen technisch-medialen Möglichkeiten der Fotografie vereinzelt weitergeführt

433 Grootenboer 2012, S. 47.

434 Die Diskussion des Auges als Symbol und Motiv in Kunst und Populärkultur kann hier nur in groben Zügen und unvollständig erfolgen. Für eine genauere Betrachtung vgl. Schmidt-Burkhardt 1992.

wurde.⁴³⁵ Wie Astrit Schmidt-Burkhardt in ihrer Geschichte des Augenmotivs seit dem 19. Jahrhundert gezeigt hat, findet das Auge als künstlerisches Motiv allerdings erst gegen Ende des 19. Jahrhunderts in der Malerei des Symbolismus wieder grössere Verbreitung (etwa bei Odilon Redon), ehe es in den psychoanalytisch geprägten Kunstströmungen der 1920er- und 1930er-Jahre, insbesondere im Kreis der Surrealisten, einen erneuten Zuwachs an Bedeutung erfährt. Beispiele dafür finden sich in Werken von René Magritte, Max Ernst, Salvador Dalí oder Man Ray. Einem kunst- und filmaffinen Publikum bekannt ist etwa die Eröffnungsszene aus dem surrealistischen Film «Un chien andalou» (F 1929) von Luis Buñuel, in welcher der Augapfel einer Frau mit einem Rasiermesser zerschnitten wird. Eine weitere Konjunktur erlebt das Motiv in der an den klaren Symbolsprachen des Comic orientieren Pop-Art der 1960er- und 1970er-Jahre sowie später in der neoexpressiven Malerei der 1980er-Jahre durch Künstler wie Helmut Middendorf, Julian Schnabel oder Walter Dahn. Die Bedeutung von Augenbildern in der visuellen Alltagskultur der Gegenwart lässt sich denn auch über die Entgrenzung von Kunst sowie der Populär- und Alltagskulturen verstehen. Dies betrifft die Wechselwirkung zwischen Kunst, Konsum und Populärkultur – zum Beispiel in der Werbung oder in der Unterhaltungsindustrie –, kann aber auch vor dem Hintergrund der Popularisierung psychoanalytischer und später befreiungspsychologischer Strömungen interpretiert werden, die das Augenmotiv als Symbol für das geheimnisvolle Selbst bis heute prädestinieren. Kolportiert wird dabei eine Bedeutung des Auges nicht nur als sehendes Organ, sondern als unverfälschbarer Ausdruck von Identität und «Fenster zur Seele», auf den sich auch die im doing ethnicity verwendeten Darstellungen beziehen.

Die populäre Ikonografie des Auges wird den jugendlichen MedienproduzentInnen aber weniger durch kunst- und kulturhistorische oder psychologische Diskurse vertraut sein als durch bekannte Einzelarbeiten von Künstlern wie M. C. Escher oder Dalí, vor allem aber durch die Verwendung des Augenmotivs in der Unterhaltungsindustrie: Augenbilder mit in die Iris montierten Symbolen finden in grosser Anzahl Verwendung auf Buchumschlägen, Filmplakaten und DVD-Covers, insbesondere von (bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen beliebten) fantastischen und dystopischen

435 Ebd., S. 175 f. Auf der bekannten Fotografie «Scherzo di Follia» (1863–1866) ist zu sehen, wie sich die Comtesse mit einem Passepartout das Gesicht abdeckt und durch das in Gold gefasste Oval verführerisch in die Kamera blickt. In den für den privaten Gebrauch der Gräfin bestimmten Fotografien wird das Spiel mit binären Bedeutungen fortgeführt, das die psychosoziale Situation der Augenminiaturen auszeichnet und das Fay als «secrecy and revelation, viewing and being viewed» beschreibt, vgl. Fay 2010, S. 125.

Geschichten, Horror-, Psycho- und Tech-Thrillern.⁴³⁶ Einer globalen, insbesondere auch jungen Leserschaft bekannt sind zudem die Dollarzeichen in den Augen von Carl Barks' Comicfigur Dagobert Duck. Als Adaption in Form eines Emojis mit Dollaraugen hat das Motiv 2015 Eingang in die digitalisierte Alltagskommunikation gefunden. Die Beispiele aus der Populärkultur verdeutlichen, dass die gestalterische Hybridisierung von Symbol und Auge Teil einer globalen visuellen Kultur ist, welche den Jugendlichen aus ihrer alltäglichen Medienrezeption vertraut ist. Damit verweisen die im digitalen doing ethnicity erhobenen Augenbilder exemplarisch auf einen Modus der Aneignung und Umcodierung von populärkulturellen Inhalten, deren dominante Bedeutungsdimension durch das Hinzufügen von nationalen Symbolen spezifiziert und auf die Konstruktion von Ethnizität bezogen wird.

436 Beispiele dafür finden sich auf der Website des Bloggers Christophe Courtois, der Filmplakate mit dem Augenmotiv aus unterschiedlichen Genres zusammengestellt hat. Die Zusammenstellung zeigt, wie je nach Genre und Inhalt der beworbenen Filme eine organische (zum Beispiel «Frankenstein Unbound», USA 1990) oder technisch-organische (zum Beispiel «Bionic Woman», USA 2007) Verbindung von Auge und Symbol hergestellt wird. Auf anderen Plakaten dient die Pupille als Spiegel dessen, was die schauende Person anblickt: Den Mörder in «Candyman» (USA 1992), die Welt der Saurier in «Dinosaur» (USA 2000) oder die unheimlichen Weiten des Weltraums in «Nos amis les Terriens» (F 2007). Vgl. *Ces affiches me sortent par les yeux*, www.afficheschristophe-courtois.blogspot.ch (2011).

5 Balkanbilder

Das digitale doing ethnicity wurde in den bisherigen Kapiteln als eine (inter)mediale Praxis vorgestellt, durch welche kulturelle und soziale Zuschreibungen unter den wechselnden Vorzeichen von Jugendkultur und Migration verhandelt werden. Dabei werden Inhalte aus unterschiedlichen diskursiven, aber auch technisch-medialen Kontexten angeeignet, modifiziert und durch die Veröffentlichung im Social Web als soziale Ressource produktiv gemacht. Anhand gegenwärtiger wie auch historischer Beispiele wurde deutlich gemacht, wie die visuelle Praxis der Jugendlichen dabei entlang von Konventionen erfolgt, die sich sowohl an der globalisierten Ästhetik der Social-Web-Kommunikation orientieren wie an kunstgeschichtlich und alltagskulturell tradierten Darstellungsformen. Herausgearbeitet wurde auch der Stellenwert von nationalen Symbolen und die oft expliziten Bezugnahmen auf die nationalen Diskurse der elterlichen Herkunftsländer. Im Unterschied zu den teilweise expliziten Referenzen auf die identitätspolitischen Diskurse der elterlichen Herkunftsländer sind im bisherigen Verlauf der Untersuchung kaum Bilder begegnet, welche die Lebenswelten der westlichen Balkanstaaten zum Thema haben. Im Zentrum dieses Kapitels stehen nun die thematisch und ästhetisch vielfältigen Bilder und Bild-Text-Hybride, mittels deren Situationen aus den Alltagskulturen der elterlichen Herkunftsländer dokumentiert und kommentiert werden. Den Ausgangspunkt dafür bildet ein Konvolut von Bildern, die auf der Facebook-Seite «Ich liebe den Balkan» erhoben wurden und anhand deren diskutiert wird, wie «der Balkan» als Ort geteilter Erfahrungen konstruiert wird. Es wird gezeigt, wie über die Kommunikation im Social Web ein Reflexionshorizont geschaffen wird, vor dessen Hintergrund die Jugendlichen ihre (oft konflikthafter) Erfahrungen mit den Lebenswelten und Milieus der Herkunftsländer thematisieren und verhandeln. Aus der Perspektive kulturwissenschaftlicher Technik- und Medienforschung interessiert dabei auch, wie als subaltern angerufene AkteurInnen die Möglichkeiten digitaler Medientechnik nutzen, um kollektives Wissen zu produzieren und öffentlich zu machen, und welche soziotechnischen «Enablingpotenziale» dadurch erreicht werden.

Medienamateure zwischen Hegemonie und Widerständigkeit

Im technisch-medialen doing ethnicity beziehen sich Jugendliche und junge Erwachsene auf bereits vorhandene (massenmediale) Repräsentationen, treten aber auch als ProduzentInnen eigener Bilder in Erscheinung. Mobile

Kameras und Smartphones ermöglichen es ihnen, ihre Balkanreisen mit geringem Aufwand zu dokumentieren und die entstandenen Bilder online zu teilen. Aber auch bereits im Internet veröffentlichte Balkanbilder werden von den Jugendlichen angeeignet und auf ihren Onlineprofilen geteilt und republiziert. Der Herstellung, Gestaltung und Distribution solcher Bilder kommen dabei verschiedene Funktionen zu: Über die Bilder verhandeln die Jugendlichen familiäre Beziehungen und setzen sich mit den elterlichen Herkunftskulturen auseinander. Sie sind aber auch ein Mittel der Erinnerung und Selbstdokumentation und ermöglichen es den in postmigrantischen Kontexten lebenden AkteurInnen, Wissen über die «Heimat» innerhalb der Peergroup darzustellen und sich hierüber sozial zu positionieren. Dabei agieren sie immer auch als MitautorInnen einer kollektiven Imagination des Balkans, dessen BewohnerInnen und Alltagskulturen. Die medialisierte Konstruktion des Balkans erfolgt also nicht nur vermittelt über die in den hegemonialen Kontexten von Massenmedien, Kunst und Wissenschaft entstandenen Bilder des Balkanischen, sondern auch über die alltäglichen Repräsentationen von «Herkunft» und «Heimat» durch AkteurInnen postmigrantischer Alltagskulturen.⁴³⁷

Dass Laien als Produzenten und Distributoren visueller Medien in Erscheinung treten und ihre Anliegen und Erfahrungen in öffentlichen Zusammenhängen darstellen und verhandeln, ist nicht erst ein Phänomen digitaler Netzwerk- und Medienkultur. Erst jedoch mit der Verbreitung digitaler Medientechnik seit Mitte der 1990er-Jahre vermochten die nichtprofessionellen MedienproduzentInnen die gesellschaftlichen Randzonen zu verlassen und die globalen Sphären des Imaginären und der Bildlichkeit umfassend zu besetzen. Die Geschichte der (visuellen) Amateurkultur reicht zurück in die frühe Laienfotografie, als das technikaffine Bürgertum um die Mitte des 19. Jahrhunderts die Möglichkeiten der Fotografie für sich entdeckte. Mit der Erfindung preiswerter und leicht bedienbarer Handkameras ab 1880 erweiterte sich nicht nur der Kreis der fotografischen Akteure,⁴³⁸ auch die Begriffe Dilettant und Amateur waren bereits in der Frühzeit der nichtprofessionellen Fotografie gebräuchlich.⁴³⁹ Die Anfänge der fotografischen Amateurkultur fallen in einen Zeitraum, in dem der Platz des damals neuen Mediums Fotografie zwischen anerkannter Professionalität und fehlender gesellschaftlicher Anerkennung gegenüber der «wahren» Kunst der Malerei

437 Zur diskursiven Konstruktion des Balkans vgl. [Kapitel 1](#) dieses Buches.

438 Susanne Regener: Medienamateure im digitalen Zeitalter, in: Fotogeschichte. Beiträge zur Geschichte und Ästhetik der Fotografie, 11/1 (2009), S. 5–9, hier S. 7.

439 Timm Starl: Knipser. Die Bildgeschichte der privaten Fotografie in Deutschland und Österreich von 1880 bis 1980. München, Berlin 1995, S. 13.

noch in Aushandlung war.⁴⁴⁰ Dies änderte sich durch die Gründung fotografischer Amateurvereinigungen um die Jahrhundertwende. Die diesen Gruppen zugehörigen «Liebhaberfotografen» formulierten einen Anspruch auf ästhetische Autorität gegenüber den am Geschmack der Massenproduktion ausgerichteten Konventionen der privaten «Knipserfotografie» und deren «anspruchloser» Dokumentation alltäglicher Routinen.⁴⁴¹ Im Zuge der fortwährenden Popularisierung des Fotografierens als Freizeitbeschäftigung hat das gebildete und vermögende Bürgertum seinen exklusiven Anspruch an die Produktion fotografischer Bilder jedoch zusehends verloren. Die Vereinfachung und Verbilligung bildgebender Technik und das verbreitete Bedürfnis nach fotografischer Dokumentation des Alltags haben im frühen 20. Jahrhundert auch AkteurInnen populärer Kulturen zu AmateurfotografInnen werden lassen.⁴⁴² Nach dem Zweiten Weltkrieg und unter dem Einfluss zunehmender Kaufkraft, technischer Innovation und ökonomischer Formierung durch die Fotoindustrie hat eine bis in die digitale Gegenwart andauernde Veralltäglichung der Fotografie als Medium privater Kommunikation

440 Vgl. Manuela Barth, : Die Stunde der Amateure. Zum Amateurbegriff im Prozess der Digitalisierung der Fotografie, in: Irene Ziehe, Ulrich Hägele (Hg.): Digitale Fotografien. Kulturelle Praxen eines neuen Mediums. Münster, New York, München, Berlin 2009, S. 85–99, hier S. 92.

441 Vgl. Starl 1995, S. 15 f. Mit Starl wird Knipserfotografie hier verstanden als historischer Begriff für nichtkünstlerische Gelegenheits- und Amateurfotografie mit der Absicht, das «eigene Dasein bildlich aufzuzeichnen für eine zeitlich nachgelagerte Ordnung und gemeinschaftliche Sichtung der entstandenen Fotografien» (ebd., S. 22). Silke Götttsch verweist insbesondere auf das Anliegen der um die Jahrhundertwende populären Heimatbewegung, die Amateurfotografie als Projekt ästhetischer Bildung zu etablieren, vgl. Silke Götttsch: Die schwere Kunst des Sehens. Zur Diskussion über Amateurfotografie in Volkskunde und Heimatbewegung um 1900, in: Carola Lipp (Hg.): Medien populärer Kultur. Erzählung, Bild und Objekt in der volkskundlichen Forschung. Frankfurt am Main, New York 1995, S. 395–405, hier S. 396.

442 Während der 1920er-Jahre agierten politisch engagierte Amateure innerhalb der Arbeiterbewegung als «Arbeiterfotografen» und verfügten ab 1926 mit der Zeitschrift «Der Arbeiter-Fotograf» auch über ein eigenes Organ zur Förderung einer «revolutionären und alternativen Bildberichterstattung» über die Arbeits- und Alltagskultur der Zwischenkriegszeit. In einem 1926 publizierten Aufruf zur Herstellung und Zusendung von Bildern des politischen, sozialen und wirtschaftlichen Lebens der Arbeiter forderte die kommunistische Zeitschrift «Arbeiter-Illustrierte-Zeitung» sogar ausdrücklich dazu auf, «die Schönheit der eigenen Arbeit [...] aber auch das Grauen des sozialen Elends mit freiem Mute zu fotografieren». Vgl. Korrina Lorz: Das Dorf im Blick. Arbeiterfotografie im Westerzgebirge, in: Wolfgang Hesse (Hg.): Die Eroberung der beobachtbaren Maschinen. Zur Arbeiterfotografie der Weimarer Republik. Leipzig 2012, S. 67–112, hier S. 73, sowie Joachim Büthe, Thomas Kuchenbuch, Günther Liehr, Friedhelm Roth, Jan Thorn Prikker, Alois Weber, Richard Weber: Der Arbeiterfotograf. Dokumente und Beiträge zur Arbeiterfotografie 1926–1932. Köln 1978, S. 33, zitiert in Lorz 2012, S. 73.

und Dokumentation eingesetzt und es privaten Personen ermöglicht, mit eigenen Bildern an der (fotografischen) Konstruktion von Wirklichkeit zu partizipieren. Richard Chalfen beschreibt diese mit der privaten Fotografie verbundene Ermächtigung der AmateurInnen in der von ihm als «Kodak Culture» bezeichneten Amateurkultur wie folgt:

Mass media can be understood to represent statements about life constructed by «an unelected media elite». But modern camera technology allows ordinary people to participate in pictorial communication in personal and private ways. Participation is now open to anyone. Any ordinary person, untrained in the visual arts of unskilled in media production, can make personal audio-visual statements about private aspects of life.⁴⁴³

Mit der Verbreitung digitaler Fotoapparate, der Ubiquität von Mobiltelefonen mit integrierter Kamera sowie der Möglichkeit, die produzierten Bilder auf einfache Weise zu teilen, zu modifizieren und in den Öffentlichkeiten des Social Web zu publizieren, haben die visuelle Kultur der Amateure und die damit verbundenen Praktiken und technisch-medialen Dispositive einen gewaltigen Zuwachs an Bedeutung erfahren – und damit auch die historische Figur des Amateurs als ein sich zwischen der Bipolarität von Experten- und Laienkultur bewegender Akteur. Um diese zentralen AkteurInnen digitaler Medienkultur zu charakterisieren, hat sich in kultur- und medienwissenschaftlichen Diskursen in den vergangenen Jahren der Begriff Medienamateur etabliert.⁴⁴⁴ Ex negativo beschreiben Susanne Regener und Katrin Köppert mit dem Begriff einen Typus des nichtprofessionellen Medienproduzenten, genauer

all jener nicht-professionellen Produzent_innen von Fotografien, Erinnerungsalben, Filmen [...], die heute als Internetakteur_innen auch als Prosumer, Produzter oder schlicht User bezeichnet werden.⁴⁴⁵

Anders als bei den ökonomischen Feedbackmodellen verpflichteten Produzenten-Konsumenten-Modellen des «prosumer»⁴⁴⁶ oder des «producer»⁴⁴⁷ gewichtet das Konzept des Medienamateurs stärker die Möglichkeit gesellschaftlicher Einflussnahme und sozialer Ermächtigung. Regener und Köppert sehen die Sozialfigur des Medienamateurs historisch perspektiviert als Teil

443 Chalfen 1987, S. 8.

444 Zur digitalen Amateurkultur vgl. ðReichert 2008; Regener 2009; Susanne Regener, Katrin Köppert: Medienamateure in der homosexuellen Kultur, in: dies. (Hg.): privat/öffentlich. Mediale Selbstentwürfe von Homosexualität. Wien, Berlin 2013, S. 7–17.

445 Regener/Köppert 2013, S. 12.

446 Kelly 2005.

447 Bruns 2008.

einer «Geschichte jener als Liebhaber an einer Sache sich engagierenden Nicht-Profis», die als privat und/oder semiöffentlich agierende Foto-, Film- oder FunkamateurlInnen ab 1900 wirksam waren.⁴⁴⁸

Im Zuge der fortschreitenden Veralltäglichsung digitaler Kommunikations- und Kamertechnik sind es jedoch längst nicht mehr nur «Liebhaber» und engagierte Nichtprofis, die als BildproduzentInnen agieren und in Erscheinung treten. So gut wie jede und jeder, der oder die über ein schnittstellenfähiges Kamerahandy verfügt, ist grundsätzlich in der Lage, Bilder zu produzieren und zu veröffentlichen. Allerdings zeigt sich der insbesondere in medien- und kulturwissenschaftlichen Diskursen, aber auch im Feld des politischen Aktivismus oft mit Hoffnung bedachte Zusammenhang von Amateurkultur, kritischer Medienpraxis und sozialer Ermächtigung in einer empirischen Betrachtung eher widersprüchlich. So bedeutet allein der Umstand, dass als subaltern angerufene AkteurInnen wie «MigrantInnen» oder «Jugendliche» nun in grosser Skalierung als MedienproduzentInnen agieren, nicht per se, dass das in den digitalen Netzwerken produzierte kollektive (Bild-)Wissen quer zu hegemonialen Diskursen liegt oder gar eine Form von Gegenöffentlichkeit hervorzubringen vermag.⁴⁴⁹ Zwar finden sich im digitalen doing ethnicity durchaus Aspekte, die auf gesellschaftspolitische Anliegen verweisen und Perspektiven eröffnen, die Alternativen zu hegemonialen Diskursen aufzeigen. Zugleich werden hegemoniale Vorstellungen von Herkunft, Nationalität oder Geschlecht, aber auch die Versprechungen der Konsumkultur von den Jugendlichen kaum bewusst infrage gestellt. Diese unreflektierte Ambivalenz von Kritik und Hegemonie markiert auf der Sachebene einen deutlichen Unterschied zu dem taktisch geleiteten Umgang mit symbolischen Ressourcen, mit dem sich politische AktivistInnen die technisch-medialen Strukturen des WWW bewusst zunutze machen, um sich «eigene offen strukturierte und demokratisch gestaltete Räume zu schaffen».⁴⁵⁰

448 Regener/Köppert 2013, S. 12.

449 Auf die unterschiedlichen Konzepte von Öffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit soll hier nicht näher eingegangen werden, insofern die untersuchten Praktiken und Praxen zwar mit Blick auf Milieus und sozialen Status, aber nicht primär vor dem Hintergrund ihres Klassencharakters interpretiert werden, wie dies etwa Oskar Negts und Alexander Kluges Konzept der proletarischen Öffentlichkeit nahelegen würde. Vgl. Oskar Negt, Alexander Kluge: Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit. Frankfurt am Main 1977. Für einen Überblick über verschiedene Konzepte von Gegenöffentlichkeit vgl. Jeffrey Wimmer: (Gegen-)Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft. Analyse eines medialen Spannungsverhältnisses. Wiesbaden 2007.

450 Winter 2010, S. 37. Zum politischen Umgang mit Medientechnik in sozialen Bewegungen vgl. auch Andrej Mischerikow: Aneignung und Umnutzung. Medientechnik und soziale Bewegungen, in: Klaus Schönberger, Ove Sutter: Kommt herunter, reißt euch

Das Mitwirken an der «medialen Strukturiertheit»⁴⁵¹ des Balkans durch die Produktion eigener Bilder kann als eine widerständige Praxis interpretiert werden, durch welche sich die Jugendlichen eine Form von Mitbestimmung über hegemoniale Vorstellungen des Balkans und des Balkanischen schaffen. Gerade Bilder, mittels deren kulturelle Klischees und Stereotype persifliert und in ironischer Absicht stilisiert werden, verweisen auf einen Modus des doing ethnicity, in dem sich durchaus Aspekte von Gegenkultur und Widerständigkeit erkennen lassen. Allerdings sind auch diese (visuellen und sprachlichen) Artikulationen des Balkanischen in vielen Fällen durchzogen von hegemonialen Vorstellungen von kultureller Identität, Gender und sozialem Status. Diese für das digitale doing ethnicity in vielerlei Hinsicht charakteristische Ambivalenz von Eigensinn und Hegemonie ist allerdings kein postmigrantisches Phänomen, sondern begegnet vor dem Hintergrund von «race, class and gender» auch in anderen soziokulturellen Kontexten. So hat Paul Willis in seiner für die Cultural Studies einflussreichen Ethnografie junger Männer der britischen Arbeiterklasse in den 1970er-Jahren festgehalten, wie es ihnen die Stilisierung von Maskulinität und Machismo ermöglicht, ihren Stolz unter den prekären Bedingungen der Lohnarbeit zu bewahren.⁴⁵² So wie die Männer bei Willis durch ihr Verhalten interne wie auch externe Vorstellungen von «der Arbeiterklasse» reproduzieren, schaffen sich auch die postmigrantischen Jugendlichen zwar eine selbstbewusste Erzählung über das eigene «Balkanisch-Sein», können aus dem hegemonialen Zuschnitt ihrer Repräsentationen jedoch nur schwer Ressourcen für ihre sozialen Kämpfe ableiten.

Kontext: Die Facebook-Seite «Ich liebe den Balkan»

Trotz des Fehlens einer dezidiert kritischen Perspektive auf die (Re-)Produktion kultureller Stereotype weisen die jugendkulturellen Imaginationen und Repräsentationen des Balkans über eine einfache Ästhetisierung von Landschaft, Geschichte und Alltagskultur im Medium der Fotografie hinaus. Eingelassen in die Kommunikation zwischen den im Social Web agierenden AkteurInnen kommen den von den jugendlichen MedienamateurInnen hergestellten und publizierten «Balkanbildern» verschiedene soziale Funktionen zu: Sie ermöglichen eine kollektive Imagination einer gemeinsamen «Herkunftskultur», sind ein Mittel für die Verhandlung geteilter Erfahrungen mit

ein ... Eine kleine Geschichte der Protestformen sozialer Bewegungen. Berlin, Hamburg 2009, S. 240–267.

451 Zimmermann 2014, S. 19 f.

452 Vgl. Paul Willis: Spass am Widerstand. Gegenkultur in der Arbeiterschule. Hamburg 1979.

den Alltagskulturen der elterlichen Herkunftsregionen und bieten schliesslich Gelegenheit für die Akkumulation von sozialem Status durch die Repräsentation von Wissen über die «Kulturen des Balkans».

Um mehr über die Inhalte und Gebrauchsweisen solcher Balkanbilder zu erfahren, wurden exemplarisch die auf der Facebook-Seite «Ich liebe den Balkan» veröffentlichten Bilder erhoben, systematisiert und einzelne Fallbeispiele zur Interpretation herausgegriffen. Die Grundlage dafür bildet ein Konvolut von 283 Bildern, die während rund drei Monaten auf der Facebook-Seite veröffentlicht wurden.⁴⁵³ Die erhobenen Bildbestände lassen sich entlang der dargestellten Themen und Motive in zwölf thematische Komplexe unterscheiden:

Scherzbilder und Memes (mit Balkanbezug)	75 Bilder
Porträts von Frauen	56 Bilder
Speisen und Lebensmittel	35 Bilder
Nationale Symbole	31 Bilder
Landschaften und Ortschaften	29 Bilder
Scherzbilder und Memes (mit popkulturellem Bezug)	19 Bilder
Porträts von Männern	14 Bilder
Celebrities	7 Bilder
Trachten	6 Bilder
Freundschaftsbilder	6 Bilder
Politische Motive	4 Bilder
Flyer für Balkanpartys	2 Bilder

In einer ersten Betrachtung fällt auf, dass eine signifikante Zahl der Bilder über eine «balkanspezifische» Engführung hinausweisen. Dies betrifft die in den Bildern dargestellten Themen und Motive, aber auch die Art und Weise ihrer Darstellung, etwa durch die populärkulturelle Rahmung im Modus von Scherzbildern («Memes») oder Porträtfotografien. Im Folgenden werden ausgesuchte Fallbeispiele vorgestellt, deren Inhalte und Gestaltung exemplarische Rückschlüsse auf die intermedialen und transkulturellen Verkopplungen des doing ethnicity anbieten.

Balkan-Memes

Bilder, mit denen die jugendlichen MedienamateureInnen ihre balkanbezogenen Erfahrungen und Vorstellungen ironisieren, sind der bei Weitem am meisten verbreitete Typ auf «Ich liebe den Balkan». Die ProduzentInnen

453 Dazu wurden sämtliche zwischen dem 1. Januar und dem 20. März 2015 auf der Facebook-Seite publizierten Bilder erhoben und kategorisiert.

dieser Bilder bedienen sich dafür eines Korpus von narrativen Strategien (Parodie, Persiflage, Überzeichnung, Remix), Motiven (Prominente, Politiker, Partys, Food, Sport) und Bildtypen (Memes, Schnappschüsse, Fail-/Win-Videos⁴⁵⁴ etc.) aus der digitalen Kultur. Manche der Bilder beziehen ihre kommunikative Funktion primär aus der Darstellung einer besonderen, oft absurden Situation, die von den ProduzentInnen und RezipientInnen der Bilder auf ihre Vorstellung des Balkans bezogen wird.⁴⁵⁵ Für andere Scherzbilder werden Fotografien und Texte so kombiniert, dass sich aus dem Zusammenspiel der beiden Botschaften eine witzige Aussage ergibt, die «den Balkan» zum Thema hat. Solche Bilder entsprechen in ihrer inhaltlichen und ästhetischen Strukturiertheit einem Bildtyp, der mit der zunehmenden Veralltäglichen digitaler Kommunikation zu einer eigentlichen Chiffre der visuellen Kultur des Internets geworden ist, den sogenannten Memes.

Memes sind im WWW zirkulierende Bilder oder (weniger oft) Videos, die mit Texten oder Bildelementen «remixt» werden, wodurch eine neue, meist parodistische und oft skurrile Bedeutung entsteht. Der Begriff Mem wurde der Theorie des Zoologen und Evolutionsbiologen Richard Dawkins entlehnt, der versuchte, die Evolutionstheorie auf kulturellen Wandel zu übertragen.⁴⁵⁶ Analog zu den Genen definiert Dawkins «memes» als kleine Einheiten der «kulturellen Vererbung», die durch Kopie oder Imitation zwischen Personen weitergegeben werden. Dabei durchlaufen sie ähnlich wie die Gene Prozesse der Replikation, Variation, Konkurrenz, Selektion und Retention.⁴⁵⁷ Im Kontext von digitaler Kommunikation wird mit dem Begriff eine dynamische und virale Form der Bildmanipulation bezeichnet, die oft als symptomatisch für die Konvergenz- und Do-it-yourself-Kultur bezeichnet wird. Typischerweise werden Memes über die Kanäle des Social Web verbreitet – wobei sie je nach Kontext verändert und mit neuen Botschaften versehen werden. Limor Shifman argumentiert, dass die für Memes typische Eigenschaft, sich einerseits auf der Mikroebene zu bewegen, andererseits die Einstellungen, Verhaltensweisen und Handlungen von gesellschaftlichen Gruppen beeinflussen zu können, ihre Entsprechung in der Art und Weise findet, wie «Kultur» in den digitalen Umgebungen des Social Web geformt wird.⁴⁵⁸ Als ein Medium der Aneignung und Zirkulation per se, so wäre hier zu argumen-

454 Fail-/Win-Videos sind zumeist mit dem Handy aufgenommene Filme, die zeigen, wie eine zumeist mit Sport oder Geschicklichkeit verbundene Aktion besonders gut gelingt («win») oder spektakulär misslingt («fail»).

455 Vgl. dazu das Thema Technik-Erzählungen in diesem Kapitel, S. 173 f.

456 Richard Dawkins: *Das egoistische Gen*. Berlin, Heidelberg, New York 1978.

457 Limor Shifman: *Meme. Kunst, Kultur und Politik im digitalen Zeitalter*. Berlin 2014, S. 15.

458 Ebd., S. 22.

tieren, ist die ästhetische und technisch-mediale Strukturiertheit von Memes exemplarisch für den Zusammenhang von Transkulturalität, Trans- und Intermedialität und die sich daraus ergebenden subversiven und narrativen Potenziale. Kultur- und medienwissenschaftlich orientierte Ansätze verweisen denn auch auf die Handlungsfähigkeit, die sich im Umgang mit Memes entwickeln lässt. Betont wird damit auch die aktive Rolle der sozialen AkteurInnen als Grundlage von Kultur und Kommunikation gegenüber einem Konzept, das Memes als ein sich allein durch sich selbst verbreitendes Phänomen versteht. Henry Jenkins et al. fassen dies wie folgt zusammen:

Yet these models – the idea of the meme and the media virus, of self-replicating ideas hidden in attractive, catchy ideas we are helpless to resist – is a problematic way to understand cultural practices. We want to suggest that these materials travel through the web because they are meaningful to the people who spread them. At the most fundamental level, such an approach misunderstands the way content spreads, which is namely, through the active practices of people.⁴⁵⁹

Die Bedeutungsdimension von Memes ergibt sich aus der Anrufung spezialisierter sub- und populärkultureller Wissensbestände. Damit sind sie ein distinktives Medium, das «Insider» von «Outsidern» trennt. Sie sind auch ein Medium der Ränder, insofern sie ihre Pointe an den Bruchlinien von Bild und Text, von Klischee und Erfahrung und von Imagination und Realität entwickeln. In diesem Sinne sind sie prädestiniert für die Verwendung als mediales Artefakt, durch welches stereotype Balkanbilder und tatsächliche Erfahrungen miteinander ins Spiel gebracht werden, ohne dass Klischee und Erfahrung sich abtossen oder einander auflösen.⁴⁶⁰

Orientalisierung postmigrantischer Alltagskultur

Vorstellungen von kultureller Differenz werden nicht nur in Bildern konstruiert, die das Leben in der Balkanregion zum Thema haben, sondern auch mit Blick auf das Alltagsleben in den deutschsprachigen Wohnländern. Dabei werden – in einem Modus umgekehrter Stereotypisierung – Themen und Situationen aus dem Alltag inszeniert, um auf angebliche Unterschiede zwischen einer westeuropäischen «Rationalitätskultur» und der «Lebendig-

459 Henry Jenkins, Xiaochang Li, Anna Krauskopf: *If It Doesn't Spread, It's Dead: Creating Value in a Spreadable Marketplace*. Cambridge (MA) 2009, S. 13 f.

460 Zu den widerständigen Potenzialen der Meme-Ästhetik vgl. Olga Goriunova: *Die Kraft der digitalen Ästhetik. Über Meme, Hacking und Individuation*, in: *Zeitschrift für Medienwissenschaft*, 8 (2013), S. 70–87.



Abb. 56: Differenzkonstruktion in einem digitalen Scherzbild.

keit» der Kulturen der Balkanregion hinzuweisen. Abbildung 56 zeigt dies exemplarisch. Auf dem Bild sind zwei Fotografien einander gegenübergestellt, die offenbar im selben Treppenhaus entstanden sind und Wohnungseingänge zeigen. Während auf der Fotografie links lediglich ein ordentlich platzierter Fussabtreter und eine Pflanze zu sehen sind, zeigt die rechte Fotografie ein Durcheinander von rund zwei Dutzend Schuhen. Der über die Fotografien gelegte Text ordnet die beiden Situationen jeweils einem als «schwäbisch» bezeichneten («besuch bei schwabos») und einem «ausländischen» («besuch bei ausländer») Haushalt zu – wobei «Schwabo» im umgangssprachlichen Gebrauch zum Beispiel von deutschsprachigen Kroaten als Synonym für Deutsche, Österreicher, teils auch für Schweizer Verwendung findet.

Die Stilisierung der Unordnung im «eigenen» Wohnungseingang als Zeichen eines regen Soziallebens kann als positive Umcodierung der oft negativen Erfahrung interpretiert werden, wenn die Sichtbarkeit von Migranten in alltäglichen Zusammenhängen als Störung codiert und kulturalisiert wird. Eingeschrieben in die jugendkulturelle Selbstethnisierung lässt sich in den Bildern aber auch eine balkanspezifische Bedeutungsebene erkennen, die an einen alten Modus der Orientalisierung der Balkanregion durch ästhetische

Strategien erinnert. Dabei wird eine Ost-West-Dichotomie fortgeschrieben, durch welche «der Balkan» als ein in Opposition zur aufgeklärten Rationalität und zu den Ordnungsprinzipien des westlichen Europas stehender, unordentlicher, aber lebendiger (und bisweilen gefährlicher) Ort entworfen wird.⁴⁶¹ Im Modus des Visuellen wird dabei eine seit dem 19. Jahrhundert eingeübte Praxis des Sprechens über «den Balkan» reaktiviert, den Tanja Zimmermann als «Phantasma des Unverständlichen und Unsichtbaren» bezeichnet.⁴⁶² Diese würde einhergehen mit «einer Verschiebung vom Verbalen ins Visuelle», in welcher «der Balkan» nur noch aus «Klängen, Rhythmen und imaginären Bildern» besteht.⁴⁶³ Vergleichbare ethnozentrische Muster finden sich in frühen Fotografien der Balkanregion, die zwecks Erforschung südöstlicher europäischer «Volkskultur» auf Expeditionen hergestellt oder von lokalen Fotografen erworben wurden. Ulrich Hägele hat gezeigt, wie insbesondere Fotografien von Märkten und Warenumschatz kulturelle Gegensätze zwischen dem gesitteten Norden/ Westen und der «südlich-enthemmten Form der Lebensweise» in der Balkanregion vermitteln.⁴⁶⁴ Während auf historischen Bildern mitteleuropäischer Handelsplätze oft nur wenige Menschen zu sehen sind, komme auf den Fotografien südeuropäischer Märkte ein «buntes Treiben» zum Ausdruck.⁴⁶⁵ Dieses «Gewimmel» von Mensch, Tier und Waren», so Hägele, verweist auf einen vermeintlich regellosen und «unentwirrbaren kulturellen Zusammenhang», der im Gegensatz zum Topos des disziplinierten wilhelminisch-habsburgischen Alltags steht.⁴⁶⁶ Ein typisches, wenn auch eher spätes Beispiel dafür ist eine 1936 von der deutschen Journalistin, Publizistin und späteren «Zeit»-Chefredakteurin Marion Gräfin Dönhoff in Tirana aufgenommene Fotografie einer Marktszene (Abb. 57).⁴⁶⁷

Die überzeitliche Beharrlichkeit solcher Bilder des Balkanischen illustriert ein 2014 im «Magazin» der Schweizer Zeitung «Tages-Anzeiger» erschienener Artikel. Symptomatisch für die diskursive Erstreckung des Balkanorientalismus handelt der Bericht nicht etwa von einem der Balkanstaaten, sondern vom Brunnenmarkt, einem Strassenmarkt im Wiener Gemeinde-

461 Vgl. dazu die Ausführungen in Kapitel 1 dieses Buches.

462 Zimmermann 2014, S. 126.

463 Ebd., S. 127 f.

464 Ulrich Hägele: Foto-Ethnographie. Die visuelle Methode in der volkskundlichen Kulturwissenschaft. Tübingen 2007, S. 87.

465 Ebd., S. 88.

466 Ebd.

467 Eine umfangreiche Dokumentation von zwischen 1863 und den 1950er-Jahren entstandenen Fotografien von Albanien finden sich auf der Website des Albanologen Robert Elsie, darunter auch Bilder von Marion Gräfin Dönhoff. Vgl. www.albanianphotography.net.

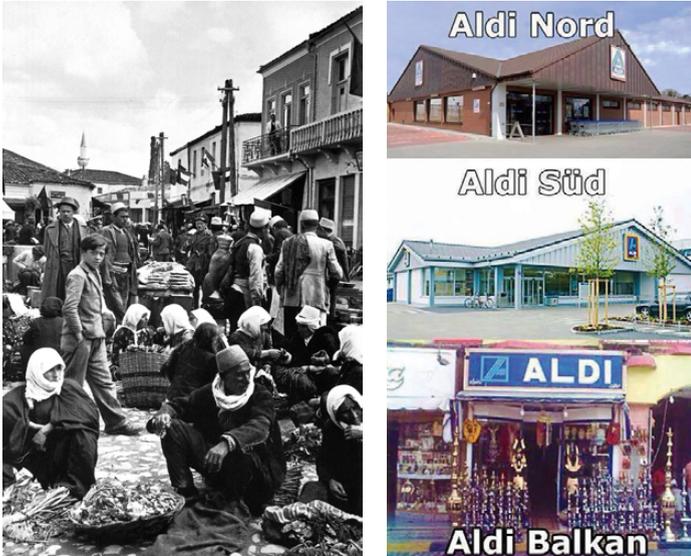


Abb. 57, 58: Imaginationen des Balkanischen: historisches Triauna (1936), Internet-Memes auf Facebook.

bezirk Ottakring, in welchem viele Menschen aus der Balkanregion leben. In diesem Viertel, so der Autor, habe Wien ein «anderes Gesicht» als in den Reiseprospekten und in der Innenstadt, «hier ist Balkan». Man wähnt sich in einem Reisebericht des 19. Jahrhunderts, wenn der Autor den Ort beschreibt als ein «Gewusel und Gewurle» und von dessen «Farbenpracht», von «Duftwolken von Koriander und grilliertem Lammfleisch» und dem «Geschnatter der Menschen, all der Ausländer, Serben, Türken, Deutschen, Griechen, Inder, Polen, Vietnamesen» schreibt.⁴⁶⁸

Das Thema des Marktes begegnet auch im jugendkulturellen doing ethnicity. Konkret wird dies an einem Meme, in welchem kulturelle Differenzkonstruktionen anhand des Discounters Aldi verhandelt werden (Abb. 58). Das Bild ist aus drei Fotografien zusammengesetzt. Sie zeigen eine Filiale von Aldi Nord, eine Filiale von Aldi Süd sowie einen kleinen Souvenirshop, über dessen Eingang ebenfalls ein Aldi-Schriftzug befestigt ist. Auf den Fotografien sind keine Personen zu sehen, inszeniert wird ausschliesslich Architektur und Aussenraumgestaltung. Dabei wird die alte Dichotomie von

468 Flirt mit dem Balkan, www.blog.dasmagazin.ch (2014).

Ordnung und Chaos, von Reglement und Improvisation fortgesetzt: Hier die mit deutscher Gründlichkeit normierten Zweckbauten, da der mit bunter Auslage bestückte Kleinbetrieb, der sich, dem Stereotyp des schlitzohrigen Händlers vom Balkan entsprechend, Logo und Name des deutschen Konzerns zu eigen macht. Wesentlich subtiler eröffnet das Meme aber noch eine zweite, wenn auch vom Bildproduzenten kaum intendierte Bedeutungsebene: Während sich Aldi Nord und Aldi Süd die Geografie den Himmelsrichtungen entsprechend aufteilen, fällt «der Balkan» als unspezifisches Drittes aus dem Raster eurozentrischer Denkmuster.

«50 Shades of Pite»: Esswaren als fotografisches Motiv

Ein wiederkehrendes Thema in der visuellen Konstruktion einer gemeinsamen balkanischen Herkunft sind die Esskulturen der Region. Auf ethnoorientierten Facebook-Seiten ebenso wie in der privaten Onlinekommunikation lassen sich zahlreiche von den Jugendlichen hergestellte Fotografien finden, auf denen die Speisen und Lebensmittel dargestellt sind, die als typisch für die Esskulturen der elterlichen Herkunftsregionen gelten. Unterteilt werden können diese Bilder einerseits in Fotografien, auf denen Markenprodukte aus der regionalen Lebensmittelindustrie abgebildet sind (zumeist Produkte, die bei den Jugendlichen über «Kultstatus» verfügen, wie die Haselnusswaffeln der Marke «Eurocrem»), zum anderen in Fotografien von traditionellen Speisen wie Ćevapčići oder dem Blätterteiggebäck Pita (respektive Burek).

Dass mit der Handykamera die Zubereitung und Präsentation von Speisen fotografiert wird und die Bilder im Social Web geteilt werden, ist ein globaler Trend. Angestossen wurde dieser massgeblich von der digitalen «Pinnwand» Pinterest, einer primär von Frauen genutzten Plattform,⁴⁶⁹ auf der die UserInnen selbst hergestellte oder arrangierte Objekte für Haus und Garten präsentieren, unter anderem Fotografien aufwendig zubereiteter Speisen. Das Phänomen der Foodfotografie steht aber auch in Zusammenhang mit der bereits vor Kamerahandys und Social-Web-Kommunikation verbreiteten Medialisierung des Kochens und Essens durch die zahllosen TV-Kochshows. Gemeinsam ist den verschiedenen Modi der Medialisierung, dass dabei das Visuelle sowohl in der Zubereitung wie im Konsum von Speisen einen Zuwachs an Bedeutung gegenüber geschmacklichen und olfaktorischen Sinneseindrücken erfährt. Als Bezeichnung für solche stark auf die ästhetische (visuelle) Qualität bedachte Praxis der Inszenierung und Mediali-

469 Pinterest. A Review of Social Media's Newest Sweetheart, www.engage.com (2014).

sierung von Esskultur hat sich in der Populärkultur und teilweise auch in wissenschaftlichen Diskursen der Begriff «food porn» etabliert.⁴⁷⁰ Während mit dem Begriff in der Alltagssprache allgemein das Phänomen des (zumeist zeitnahen) Fotografierens, Teilens und Kommentierens von Speisen im Social Web bezeichnet wird, fokussiert der wissenschaftliche Diskurs auf die psychologische Dimension der Transformation nichtvisueller Sinneserfahrungen wie Geschmack, Geruch und Haptik in ein Bild. Der Anthropologe Richard Magee spricht diesbezüglich von einem Akt quasivoyeuristischer Stimulation, den er wie folgt beschreibt:

Food, when removed from the kitchen, becomes divorced from its nutritive or taste qualities and enters a realm where surface appearance is all-important. [...] The interest here is in creating a graphic simulation of real food that is beyond anything that the home cook could produce.⁴⁷¹

Hinsichtlich dem doing ethnicity kann das Fotografieren von Essen und Ernährung als eine Erweiterung der Freud'schen Erfahrung sinnlicher Lust und oraler Einverleibung interpretiert werden, mit der versucht wird, die sinnlich-ästhetische und performative Erfahrung von «Heimat» im Umgang mit dem Essen festzuhalten, um sich später daran zu erinnern. Dabei ist bereits das Essen selbst ein wichtiges Medium der Erinnerung und retrospektiven Konstituierung von sozialen Beziehungen: Über das Essen, so Heike Müns, würden wir uns nicht nur daran erinnern, was wir als Kinder gegessen und zubereitet haben, sondern auch an die Personen, mit denen wir am Tisch gesessen und gegessen haben.⁴⁷² Der Zusammenhang von Essen und Identität ist denn auch ein klassisches Thema der volkskundlichen Kulturwissenschaften und der Soziologie.⁴⁷³ Geschmack und kulinarische Gewohnheiten haben eine ausgeprägte distinktive Funktion, die konstitutiv ist für die Herausbildung und Ausdifferenzierung von Habitus, Distinktion und sozialer Positionierung.⁴⁷⁴ Essen und Ernährung werden dabei als Teil eines Zeichensystems

470 Vgl. unter anderem Richard Magee: Food Puritanism and Food Pornography. The Gourmet Semiotics of Martha and Nigella, in: *Americana. The Journal of American Popular Culture*, 6/2 (2007).

471 Ebd.

472 Heike Müns: Essen und Trinken als Bekenntnis: Heimat – kulturelle Identität – Alltagserfahrung, in: Heinke Kalinke, Klaus Roth, Tobias Weger (Hg.): *Esskultur und kulturelle Identität. Ethnologische Nahrungsforschung im östlichen Europa*. München 2010, S. 11–26, hier S. 19.

473 Aus volkskundlich-kulturwissenschaftlicher Perspektive vgl. unter anderem Ulrich Tolksdorf: *Nahrungsforschung*, in: Rolf Brendich (Hg.): *Grundriss der Volkskunde. Einführung in die Forschungsfelder der Europäischen Ethnologie*. Berlin 2001, S. 239–254.

474 Aus soziologischer Perspektive vgl. unter anderem Pierre Bourdieu: *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt am Main 1987, S. 288 f.;

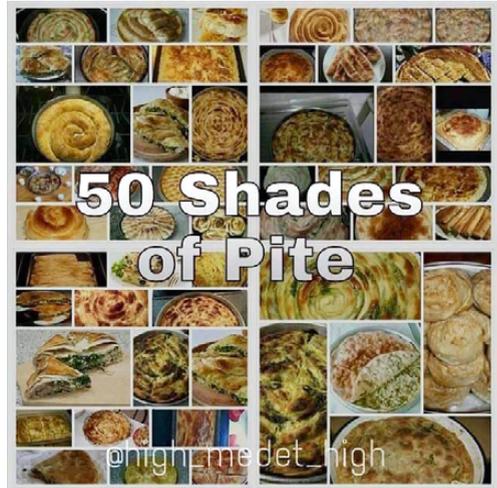


Abb. 59: «50 Shades of Pite»: kulinarisches Wissen und populärkulturelle Referenz.

analysiert, über das Vorstellungen von Kultur, Zugehörigkeit und Tradition formuliert werden (und das in der Foodfotografie reproduziert und erweitert wird). Davon zeugen unter anderem die wiederkehrenden Versuche, Produkte, Speisen und Zubereitungsarten als Teil einer «Nationalküche» zu definieren. Tatsächlich ist das Konzept einer «nationalen Küche» ebenso virtuell und konstruiert wie das Konzept der Nation als einer «vorgestellten Gemeinschaft». ⁴⁷⁵ Küchen und Essgewohnheiten sind zumeist von regionaler Prägung und in ihrer Ausdehnung nicht durch Sprache oder nationale Grenzen limitiert, was auch auf die «Balkanküche» zutrifft. ⁴⁷⁶ So spricht Cristina Bradatan von der Persistenz eines ähnlichen kulinarischen Geschmacks in der geografischen Region der Balkanhalbinsel, wobei sich dieser unabhängig von den verschiedenen politischen Regimen und gesellschaftlichen und ökonomischen Entwicklungen und trotz des geringen Kontakts zwischen den Menschen aus den verschiedenen Staaten der Region entwickelt hat. ⁴⁷⁷ Als

Georg Simmel: Soziologie der Mahlzeit, in: Der Zeitgeist. Beiblatt zum Berliner Tageblatt, Nr. 41 (1910).

475 Evgenija Krāsteva-Blagoeva: Tasting the Balkans: Food and Identity, in: Ethnologia Balkanica, 12 (2008), S. 25–36, hier S. 26.

476 Cristina Bradatan: Cuisine and Cultural Identity in Balkans, in: Anthropology of East Europe Review, 21/1 (2003), S. 43–47, hier S. 44.

477 Ebd.

Grund dafür vermutet Bradatan einerseits den konservativen Charakter von Essgewohnheiten, zum anderen den schwachen Druck nach kulturellem und ökonomischem Wandel in der sozialistischen Periode: «[...] the society's pressure toward changing food habits is low in regions where the population is homogeneous and the majority of people eat at home.»⁴⁷⁸

Dass im südöstlichen Europa ähnliche Speisen in verschiedenen Variationen und – je nach sprachlichem und regionalem Kontext – unter unterschiedlichen Bezeichnungen vorkommen, thematisiert ein auf «Ich liebe den Balkan» veröffentlichtes Bild: Es zeigt eine Montage aus rund fünfzig einzelnen Fotografien, auf denen das in der Balkanregion beliebte Blätterteiggebäck abgebildet ist, das je nach Füllung, Form und Machart in den verschiedenen Regionen des ehemaligen Jugoslawiens als Burek, Pita oder (in Serbien) Savijača bezeichnet wird. Im Stil eines Meme ist die Bildmontage mit dem Text «50 Shades of Pite» ergänzt, einer ironischen Anspielung auf die populären Trivialromane der «Fifty Shades of Grey»-Trilogie (Abb. 59).⁴⁷⁹

Dass Fotografien von Speisen aus der Balkanregion zu Memes umgestaltet und mit einer parodistischen Textbotschaft versehen werden, lässt sich im postmigrantischen doing ethnicity wiederholt beobachten. Die fotografischen Motive beschränken sich dabei gewöhnlich auf Speisen wie Burek, Pita und Čevapčići – auf populäre Gerichte also, die durch die Migration aus dem südöstlichen Europa auch in den Wohnländern der Jugendlichen bekannt sind. Den Bildern kommt dabei eine zweifache Funktion zu: Zum einen eröffnet die Bekanntheit der abgebildeten Speisen kommunikative Potenziale, die über ethnoorientierte Zusammenhänge hinausführen. Für junge Erwachsene in den urbanen Regionen Europas gehört die schnelle Verpflegung in Imbisslokalen mit «orientalischen» Speisen wie Kebab, Falafel oder eben Burek zur alltäglichen Esskultur. In diesen Kontexten sind die Speisen als Marker eines urbanen, durch und durch transkulturellen Lebensstils codiert. Erleichtert wird die kommunikative Einbindung des besprochenen Bildes durch dessen populärkulturelle Rahmung in der Meme-Ästhetik, aber auch durch die Bezugnahme auf E. L. James' weltbekannte «Fifty Shades of Grey»-Romane. Zum anderen können sich Jugendliche mit Balkanbezug innerhalb ethnoorientierter Netzwerke durch die Herstellung, Veröffentlichung oder das Kommentieren solcher Bilder als ExpertInnen für die Alltagskulturen der Balkanregion profilieren, indem sie sich sachkundig über die vielfältigen Varianten und Zubereitungsarten des Gebäcks äussern.

478 Ebd.

479 Vgl. E. L. James: *Fifty Shades of Grey*. New York 2011; E. L. James: *Fifty Shades Darker*. New York 2012a; E. L. James: *Fifty Shades Freed*, New York 2012b.

Technikerzählungen

Ein weiteres populäres Thema, über welches eine Dichotomie westlicher und südosteuropäischer Alltagskultur konstruiert wird, ist der Umgang mit Technik in der Balkanregion. Technik wird dabei als Teil einer Erzählung in Szene gesetzt, mit der die postmigrantischen AkteurInnen ihre Erfahrungen mit den unterschiedlichen Rationalitäten und Lebensweisen im deutschsprachigen Europa und in der Balkanregion verhandeln. Die auf Facebook erhobenen Bilder und Kommentare legen allerdings nahe, dass es dabei eher um Differenzen zwischen urbanen und ländlichen Gesellschaften geht als um «kulturelle Unterschiede», wie dies von den Jugendlichen in kulturalisierender Perspektive angenommen wird. Der narrative Einbezug des Technischen in die bildhaften Erzählungen über gesellschaftlichen Wandel ist ebenso Teil der Technikgeschichte wie die Inszenierung von Technik mit der Herstellung kultureller und nationaler Differenzen in Verbindung steht. Thomas Hengartner spricht davon, dass Bilder, Vorstellungen und Projektionen an der Aushandlung der gesellschaftlichen Bedeutung von Technischem beteiligt sind, und dies sowohl in problematisierender wie in akzeptanzsteigernder Weise.⁴⁸⁰ Dazu zählt Hengartner ebenso die grossen wissenschaftlichen und populären Technik-Evolutions-Mastererzählungen «vom Faustkeil zur jeweiligen Most-High-Tech», wie auch die Bilder, mit denen einzelne Kommunikationsmedien in ihre kulturellen Verhandlungen eingetreten sind.⁴⁸¹ Zugleich bieten die mediale Inszenierung von technischen Artefakten und der an diese gebundenen kulturellen Praktiken und sozialen Praxen auch Möglichkeiten, gesellschaftliche Veränderungen zu reflektieren und zu deuten. Zugleich wird dem Technischen seit der Moderne eine ausgeprägte Funktion für die Konstruktion kultureller und nationaler Identität zugesprochen. Die wohl stärksten Formen solcher Technikinszenierung als Inszenierung nationaler Identität waren die Landesausstellungen des 19. Jahrhunderts, die immer auch technologische Leistungsschauen waren. David Gugerli spricht von «generalisierbaren, kollektiv verbindlichen, immer jedoch ambivalenten Semantiken im Zeitalter des Nationalismus», die gekoppelt sind an die Bedeutungsfelder von Fortschritt und Modernität, von Kultur und Zivilisation sowie von Technik und Wissenschaft.⁴⁸²

480 Hengartner 2012, S. 128.

481 Ebd.

482 David Gugerli: «In magischem Glanze hoch empor?» Wissenschaft, Technik und Nation 1883, in: Georg Kohler, Stanislaus von Moos (Hg.): Expo-Syndrom? Materialien zur Landesausstellung 1883–2002. Zürich 2002, S. 191–206, hier S. 192.

Anders als in historischen und gegenwärtigen nationalen Diskursen stehen im jugendkulturellen doing ethnicity nicht technische Leistungen und Errungenschaften im Zentrum der Technikerzählungen, sondern die «Erfahrungsdimension von Technischem»,⁴⁸³ in der kulturelle und ethnische Differenzen eröffnet werden. Auf Ebene der Praktiken kann dabei unterschieden werden zwischen der *Dokumentation technischer Artefakte* und der Darstellung von Situationen, in deren Zentrum der *Umgang mit Technik* steht. Als Beispiel für die Dokumentation technischer Artefakte können die Handyfotografien gesehen werden, mit welchen die Jugendlichen planerische oder bauliche Mängel abbilden, die besonders spektakulär scheinen, etwa eine ins Leere führende Aussentreppe oder ein inmitten einer Strasse gesetzter Leitungsmast (Abb. 60). Aufgenommen werden solche Fotografien während der Urlaubsreisen in die elterlichen Herkunftsländer, teilweise aber auch von Personen, die dort leben. Typisch für ihren viralen Charakter ist, dass manche dieser Bilder auch in anderen ethno- und unterhaltungsorientierten Netzwerken begegnen, wobei sie durch das Hinzufügen von Texten wahlweise auf balkanische, türkische oder indische Kontexte bezogen werden. Ein anderes beliebtes Motiv der Technikinszenierung zeigt sich in Fotografien, auf denen Automobile von prestigereichen (bevorzugt deutschen) Herstellern wie BMW, Mercedes-Benz oder Audi abgebildet sind, die auf schlammigen Vorplätzen und staubigen Strassen parkiert sind (Abb. 61). Diesen Bildern kommen im doing ethnicity verschiedene Funktionen zu: Zum einen verhandeln die Jugendlichen darüber das in den westlichen Wohnländern populäre Klischee, wonach Männer aus den westlichen Balkanstaaten bevorzugt teure deutsche Automobile erwerben – wobei das Stereotyp nicht infrage gestellt, sondern bestätigt und positiv bewertet wird. Zum anderen wird in diesen Bildern aus mitteleuropäischer Perspektive ein Kontrast zwischen den Möglichkeiten der Konsumindustrie und den alltagskulturellen Wirklichkeiten der elterlichen Herkunftsländer in Szene gesetzt, der die schlechte ökonomische Verfassung der Balkanländer betont.

Stärker auf die Erfahrungsdimension des Technischen verweisen diejenigen Bilder, welche auf den konkreten Umgang mit technischen Geräten und Infrastrukturen verweisen. Dabei werden über die Thematisierung des Technischen soziale Konfliktlinien unterschiedlicher Art thematisiert. Diese betreffen zum einen die Brüche im Verhältnis zu den eigenen Alltagsroutinen, die sich bei Besuchen in den elterlichen Herkunftsregionen eröffnen, zum anderen die oft als konflikthaft erlebte Aushandlung von Werten und Erwartungen zwischen verschiedenen Generationen und Gesellschaften. Auf den

483 Hengartner 2012, S. 132.

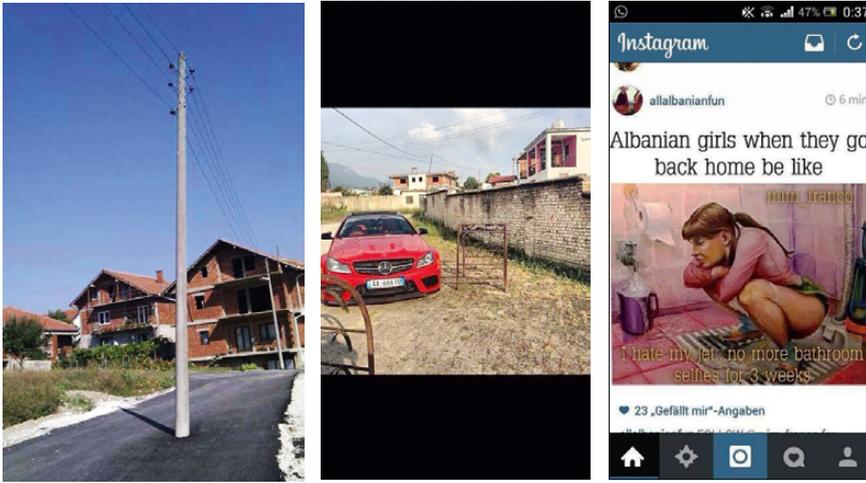


Abb. 60–62: Technikerfahrung als Gegenstand kultureller Differenzkonstruktion.

ersten Aspekt, die Störung der Alltagsroutine, verweist eine auf der Facebook-Seite «Gefällt mir weil ich Albaner bin» erhobene Illustration, in welcher sich eine junge Frau beklagt, dass sie während ihrer Albanienreise nicht wie gewohnt digital kommunizieren kann. Auf dem Bild ist eine Frau dargestellt, die auf einer für viele islamische Länder typischen Hocktoilette kauert, neben ihr steht ein Kessel mit Wasser für die Spülung (Abb. 62). Beschriftet ist das Bild mit den Worten «I hate my jet ... no more bathroom selfies for 3 weeks» (sinngemäss dt.: «Ich hasse es zu pissen ... Keine Badezimmerselfies mehr für drei Wochen»), übertitelt ist es mit dem Text: «Albanian girls when they go back home be like» (dt.: «So sind albanische Mädchen, wenn sie in die Heimat zurückkehren»). Der ironisch formulierte Text spricht zwei Themen an. Erstens macht sich die Bildproduzentin über die Praxis lustig, sich jederzeit und an jedem Ort für ein Selfie in Szene zu setzen. Dabei referiert sie auch auf die bei Jugendlichen beliebte Praxis, sich im Badezimmer zu fotografieren.⁴⁸⁴ Zweitens kann die Textbotschaft hinsichtlich Vorbehalten gegen die Ausstattung und Raumqualität des albanischen Badezimmers interpretiert werden, die ein gelungenes Badezimmerselfie verunmöglichen, nicht nur wegen des fehlenden Spiegels, sondern auch weil sich die rudimentäre Sanitäranlage von den oft reich ausgestatteten und dekorierten Badezimmern unter-

484 Zur Praxis des Badezimmerselfies vgl. S. 129 f. in diesem Buch.

scheidet, denen in der Schweiz und Deutschland oft auch eine repräsentative Funktion zukommt. Die albanische Alltagskultur wird also in zweifacher Hinsicht als eine Störung thematisiert: zum einen als eine Störung des alltäglichen Umgangs mit digitaler Kamera- und Kommunikationstechnik, also des Herstellens, Anschauens und Teilens von Selfies während des Aufenthalts im Badezimmer. Was Hengartner als das «Gewohnt-Sein» an Technisches» im Alltag beschreibt,⁴⁸⁵ bricht in der ungewohnten Situation auf und nimmt die als mangelhaft empfundene Infrastruktur und Einrichtung des Raums zum Anlass für die Konstruktion kultureller Differenz. Zum anderen – auch das ist eine Technikerzählung – verweist das Bild darauf, wie sich die im westlichen Europa sozialisierten Jugendlichen in den intimen Routinen ihres Alltags durch die ungewohnte Benützung der Hocktoilette gestört fühlen oder sich deswegen gar schämen.

Soziale Rollen und Konflikte

Neben ökonomischen und technisch-infrastrukturellen Aspekten werden soziokulturelle Unterschiede zwischen den postmigrantischen Lebenswelten und den Alltagskulturen der elterlichen Herkunftsregionen auch an geschlechtsbezogenen Erfahrungen diskutiert. Insbesondere von jungen Frauen werden dabei unterschiedliche Wertvorstellungen und Rollenbilder thematisiert. Dies konnte in den geführten Interviews festgestellt werden, zeigt sich aber ebenso in der Kommunikation auf ethnoorientierten Facebook-Seiten. Ein Beispiel dafür ist [Abbildung 63](#): Das Bild ist eine Fotomontage, auf der eine Gruppe betagter Frauen zu sehen ist, die vor einem Haus sitzen und deren Köpfe durch fotografische Abbildungen von Überwachungskameras ersetzt worden sind. Betitelt ist der Facebook-Eintrag mit «Komšije be like ... » (dt.: «Nachbarn sind wie ...»), woraus sich Rückschlüsse auf die symbolische Bedeutung der im Bild dargestellten Mensch-Technik-Hybride ableiten lassen: Sie versinnbildlichen die (über)wachenden Blicke der EinwohnerInnen, denen sich die Jugendlichen ausgesetzt fühlen, wenn sie mit ihren Eltern zu Besuch in deren Herkunftsorten sind. Der Facebook-Eintrag generierte breite Zustimmung, vor allem bei jungen Frauen, die das Bild in ihren Kommentaren auf ihre eigenen Erfahrungen beziehen. Die quantitative Signifikanz von weiblichen Kommentaren kann als Hinweis verstanden werden, dass junge Frauen den Kontakt mit der einheimischen Bevölkerung auf andere Art konflikthaft erleben, als dies bei jungen Männern der Fall ist – insbesondere dann, wenn es um die Aushandlung geschlechtsspezifischer Rollenbilder geht.

485 Hengartner 2012, S. 123.



Abb. 63, 64: Geschlechterrollen als Thema von Scherzbildern.

Auf die Verhandlung von Geschlechterrollen verweisen auch ein weiteres auf «Ich liebe den Balkan» erhobenes Bild und die dazu verfassten Kommentare (Abb. 64). In der oberen Hälfte des Bildes ist eine junge Frau abgebildet, die gemeinsam mit anderen Frauen auf einer Party ausgelassen tanzt. Ergänzt ist die Fotografie mit dem Text «normal girls 25th birthday». Im Kontrast dazu steht die in der unteren Bildhälfte dargestellte Bild-Text-Kombination, welche ebenfalls eine junge Frau zeigt, die jedoch weinend und mit verlaufenem Augen-Make-up auf dem Boden einer Dusche sitzt. Als Grund für die missliche Lage der Frau benennt der Text den Umstand, dass es sich um eine ebenfalls 25-jährige Frau aus der Balkanregion handelt, die jedoch noch nicht verheiratet ist: «Balkanian Girls be like: Im 25 and NOT MARRIED». Das Bild ist bezüglich der postmigrantischen Konstruktion des Balkanischen aufschlussreich, weil es zeigt, wie ein konservatives Geschlechterbild von den UserInnen zwar kritisiert wird, sich diese Kritik aber über eine implizite Herabwürdigung des Balkans als «gesellschaftlich rückständig» artikuliert. Diese Praxis der Annahme und Reproduktion negativer Klischees verweist auf einen Mechanismus der (Selbst-)Stigmatisierung, den Maria Todorova als typisch für die Zurichtung der Balkanregion und deren BewohnerInnen ausgeführt hat.⁴⁸⁶ Dass zu dem Bild bis dato rund 240 Kommentare geschrieben wurden und es von über 1200 UserInnen «geliked» wurde, zeigt, dass sich junge Frauen durch das Thema des Bildes durchaus in ihrer Erfahrung ange-

486 Vgl. Todorova 1999, S. 64 f. Vgl. auch [Kapitel 1](#) dieses Buches.

sprochen fühlen. Dies veranschaulicht der Kommentar einer Userin, die schreibt (mit einem zwinkernden Emoji als Zugabe): «So wird man dort erzogen mit 25. nicht verheiratet -> dein Leben hat kein Sinn.» Der Kommentar wird von einer weiteren Userin ergänzt mit den Worten: «haha jaaa, erst keinen Freund haben dürfen und dann aber mit iwann verheiratet sein müssen.»⁴⁸⁷

Das Beispiel ist auch ein Hinweis darauf, dass Besuche bei in den Balkanstaaten lebenden Verwandten und Bekannten gerade für in der Schweiz oder Deutschland aufgewachsene und lebende Jugendliche eine soziale Herausforderung darstellen können. Die Reisen in die Balkanregion folgen nicht einer üblichen «Dramaturgie des Urlaubs»,⁴⁸⁸ sie rufen andere, weniger vertraute Rollenmuster ab als die typische «Urlaubsrolle».⁴⁸⁹ Exemplarisch verdeutlichen dies die Äusserungen der Albanerin Safete bezüglich der Schwierigkeiten, sich für den Alltag im Kosovo passend zu kleiden. So zögen sich die jungen Leute im Kosovo in ihrer Wahrnehmung zwar fast jeden Tag wie für eine Party an, also «eher in Richtung der Popstars, so wie sich die Sängerinnen dort anziehen», mit «kurzen Röcken, Minirock oder kurzen Oberteilen». Allerdings treffe dies nicht auf ihre Verwandten zu und generell eher weniger auf «die Leute aus der Schweiz», die sich «meistens schon auch in der Richtung der Schweiz» kleiden würden. Sie selbst sei deshalb darum bemüht, den Erwartungen ihrer Familie gerecht zu werden, insbesondere den Vorstellungen ihres Vaters und der ebenfalls aus der Schweiz angereisten Verwandtschaft, weshalb sie sich im Kosovo nicht «so ganz übertrieben» kleide.⁴⁹⁰

Dass Jugendliche die Kommunikation mit Eltern, Grosseltern, Verwandten etc. als problematisch erleben, ist ein Phänomen der Adoleszenz. Unterschiedliche sprachliche, soziokulturelle und sozioökonomische Hintergründe können dabei jedoch eine zusätzliche Erschwernis darstellen. Mit Erving Goffman gesprochen, müssen die AkteurInnen ihren «dramatischen Auftritt» den lokalen Routinen anpassen, was nach einem besonderen Mass an «Ausdruckskontrolle» verlangt.⁴⁹¹ Dies gelingt aber nur dann, wenn die jugendlichen AkteurInnen mit den Erwartungen, Themen und Codes der sozialen Kontexte vertraut sind und geübt darin, diese zu erkennen und für die Kommunikation produktiv zu machen. Allerdings sind die persönlichen Kontakte zu den Alltagskulturen der elterlichen Herkunftsregionen eher sel-

487 Ich liebe den Balkan, www.facebook.com (2015).

488 Horst W. Opaschowski: *Tourismus. Systematische Einführung – Analysen und Prognosen*. Opladen 1996, S. 105 f.

489 Ebd., S. 106 f.

490 Interview vom 9. 5. 2009, Bülach (Schweiz).

491 Goffman 2010, S. 48–54.

ten, was einen routinierten Umgang mit den lokalen Regeln der Kommunikation erschwert. Viele der befragten Jugendlichen gaben in den Interviews an, dass sich ihre Besuche der elterlichen Herkunftsländer lediglich auf einen kurzen Zeitraum (Sommerferien), auf einen engen geografischen Raum (Herkunftsort der Eltern) sowie auf wenige Personen aus dem Nahbereich der Familie beschränken. Zudem werden die Reisen in die Herkunftsländer der Eltern oft mit Urlaubstagen am adriatischen Meer kombiniert, sodass die Familien, wie dies der Kosovare Amir beschreibt, jeweils «drei Wochen unten, zwei Wochen an Meer» verbringen.⁴⁹² Die Balkanreisen finden also zu einem wesentlichen Teil in touristischen Settings statt, die von der lokalen Alltagskultur mehr oder weniger entkoppelt sind. Hinzu kommt, dass der Face-to-Face-Kontakt mit den Alltagskulturen der elterlichen Herkunftsländer durch den Übertritt ins Erwerbsleben erschwert wird. So berichtet Amir, dass er früher «immer drei Wochen» in den Urlaub gefahren sei, jetzt aber angefangen habe zu arbeiten und er darum gar nicht wisse, wie diese Urlaube zukünftig ausfallen würden.⁴⁹³

Die Bildbeispiele und Facebook-Kommentare ebenso wie die Aussagen aus den Interviews verdeutlichen, dass von den Jugendlichen als kulturelle und ethnische Differenzen interpretierte Erfahrungen oft auf Bruchlinien zwischen den Generationen und Lebensstilen verweisen, auf Konflikte also, die auch innerhalb der Gesellschaften der jeweiligen Länder ausgetragen werden. Die erhobenen Bild- und Textbeispiele verdeutlichen zudem, dass im Social Web performiertes Wissen über die regionalen Alltagskulturen oft weniger auf eigenen Erfahrungen als auf den Erzählungen von Eltern und Verwandten, auf dem Konsum von Massenmedien aus den elterlichen Herkunftsländern⁴⁹⁴ und nicht zuletzt auf den innerhalb der jugendlichen Peer-groups (re)produzierten Imaginationen des Balkans beruht. Dabei zeigt sich auch, dass soziokulturelle und sozioökonomische Aspekte im jugendkulturellen doing ethnicity zwar thematisiert, soziale Differenzenerfahrungen aber immer vor dem Hintergrund von Ethnizität und Nationalität interpretiert werden. Offengelegt wird auch ein Spannungsverhältnis zwischen der Imagination und Erfahrung unterschiedlicher «Heimaten». Während im jugendkulturellen Sprachgebrauch der Begriff oft synonym für das Herkunftsland respektive das Herkunftsland der Eltern verwendet wird, betonen kulturwissenschaftliche Ansätze die soziale Rahmung der Erfahrung von «Heimat». Hermann Bausinger verweist auf ein Verständnis von Heimat als «Nahwelt, die ver-

492 Interview vom 9. 5. 2009, Bülach (Schweiz).

493 Ebd.

494 Zum Medienkonsum in postmigrantischen Kontexten vgl. [Kapitel 2](#) dieses Buches.

ständig und durchschaubar ist» und den Rahmen bildet, in dem sich «Verhaltenserwartungen stabilisieren» und «sinnvolles, abschätzbares Handeln möglich ist».⁴⁹⁵ Dieses Verständnis steht jedoch oft in widersprüchlicher Beziehung zu den Erfahrungen, welche die Jugendlichen im Kontakt mit den Alltagskulturen der elterlichen Herkunftsländer machen. Zugleich ist «Heimat» ein Konzept, das eine ausgeprägte imaginäre Dimension aufweist. Bernhard Hüppauf folgend, muss allerdings auch eine Analyse von «Heimat» als imaginärer Ort die Existenz eines faktischen (territorialen) Raums berücksichtigen, will sie den Begriff nicht in der geistesgeschichtlichen Tradition der Romantik als metaphysisch und «von der Last der Lebenswirklichkeit gereinigt» verstehen.⁴⁹⁶ Die Idee einer «Heimat» bedinge immer auch einen örtlichen Handlungsraum, an dem sich deren Imagination festmachen lässt. Die Konstruktion von «Heimat» zeichne sich dabei gerade dadurch aus und sei auch darauf angewiesen, dass das Bestimmte stets in das Unbestimmte der Vorstellungen übersetzt wird:⁴⁹⁷ Erst «affektiv besetzte Bilder im Kopf», so Hüppauf, würden aus einer geografischen Region eine Heimat entstehen lassen.⁴⁹⁸

«Balkan-Heritage» und Nationalgeschichte

Als beliebte Motive zeigen sich im digitalen doing ethnicity fotografische Darstellungen von Landschaften, Denkmälern, besonderen Bauwerken oder historischen Stätten in den Regionen und Ländern des westlichen Balkans. Zwei Aspekte fallen dabei auf: zum einen die Orientierung der jugendkulturellen Bildproduktionen an den inhaltlichen und formalen Konventionen der Reisefotografie, zum anderen die Abwesenheit von alltagskulturellen Situationen, was für das an «Land und Leuten» interessierte Genre der Reisefotografie untypisch ist. Wenn junge Frauen und Männer mit Kamerahandy und digitalen Kompaktkameras ihre Reisen in die Herkunftsländer ihrer Eltern dokumentieren, setzen sie eine Praxis des Festhaltens von Reiseeindrücken fort, die eng mit der Entwicklung des Mediums Fotografie verbunden ist. Die Anfänge der Reisefotografie liegen im 19. Jahrhundert, als Forschungsreisende, Missionare und Händler das neue Medium nutzten, um Landschaften,

495 Hermann Bausinger: Heimat und Identität, in: Konrad Köstlin, Hermann Bausinger (Hg.): Heimat und Identität. Probleme regionaler Kultur. Neumünster 1980, S. 9–24, hier S. 20.

496 Bernhard Hüppauf: Heimat – die Wiederkehr eines verpönten Wortes. Ein Populärmythos im Zeitalter der Globalisierung, in: Gunther Gebhard, Oliver Geisler, Steffen Schröter (Hg.): Heimat. Bielefeld 2007, S. 109–140, hier S. 116.

497 Ebd., S. 112.

498 Ebd.

Pflanzen, Tiere, aber auch Personen und deren Gebräuche zu dokumentieren. Als Massenphänomen etablierten sich die Reisefotografie (und später der Reisefilm) jedoch erst ab den 1960er-Jahren, begünstigt durch das Aufkommen des Massentourismus und die zeitgleiche Entwicklung kostengünstiger und leicht handhabbarer Foto- und Filmapparate für den Amateurbereich.⁴⁹⁹ Mit der Ubiquität einfach handhabbarer, kostengünstiger und heute zumeist in Smartphones integrierter Kameras hat sich die Reisefotografie verändert, insofern nicht mehr die Eltern (zumeist der Vater) die Hoheit über die Dokumentation von Urlaubsreisen haben: Die Jugendlichen entscheiden weitgehend selbst, bei welchen Gelegenheiten sie zur Kamera greifen, was sie festhalten und ob (und mit wem) sie ihre Bilder teilen. In der Analyse der auf Netlog und Facebook erhobenen Balkanbilder zeigt sich jedoch, dass sich die Urlaubs- und Reisefilme der Jugendlichen kaum von denen der Erwachsenen unterscheiden. Eine Ausnahme bilden die besprochenen Fotografien, mit denen als skurril oder witzig empfundene Situationen zumeist baulicher oder technischer Art dokumentiert werden.

Abgesehen von solchen Memes und Scherzbildern folgt die fotografische Praxis der Jugendlichen jedoch weitgehend einem konventionalisierten touristischen Blick auf Natur und Kultur: Fotografiert und im Social Web veröffentlicht werden bevorzugt Strandszenen, Landschaften und Orte, denen eine besondere kulturgeschichtliche und nationalkulturelle Bedeutung zugesprochen wird. Verwendung finden dabei neben den von den UserInnen selbst aufgenommenen Fotografien auch Amateurfotografien und Stockimages aus dem Internet. Im Unterschied zu globalen Ikonen der Reisefotografie wie dem Eiffelturm in Paris, den Niagarafällen oder den Pyramiden von Giseh, haben die im Social Web publizierten Aufnahmen oft nur eine regionale Bedeutung als «iconic sites».⁵⁰⁰ Motive wie die Crkva sv. Marka (St.-Markus-Kirche) in Zagreb oder die montenegrinische Kircheninsel Gospa od Škrpjela in der 1979 ins UNESCO-Weltkulturerbe aufgenommenen Bucht von Kotor in Montenegro sind ausserhalb kultur- und balkanaffiner Kreise kaum bekannt. Dies trifft selbst auf Orte mit internationaler Ausstrahlung zu wie die ebenfalls von der UNESCO gelisteten Altstädte von Dubrovnik oder Mostar mit der bekannten Neretva-Brücke Stari Most, die durch die TV-Berichterstattung zu Ikonen sinnloser Kriegszerstörung geworden sind. Allerdings werden diese Ortschaften und Bauwerke im postmigrantischen doing ethnicity kaum als Orte nationaler Identität und Erinnerungspolitik

499 Genauer zur Urlaubsfotografie Starl 1995, S. 125 f.

500 Tim Edensor: *National Identity, Popular Culture and Everyday Life*. Oxford, New York 2002, S. 45.

thematisiert. Die Einbindung von Städten, Klöstern, Kirchen, Bergen, Buchten und Inseln in die nationalen Erzählungen des jeweiligen Landes wird von den Jugendlichen zwar nicht infrage gestellt. Die nationale Bedeutungsebene wird jedoch subsumiert unter die Vorstellung einer gemeinsamen, transnationalen «Balkan-Heritage», die von den Ufern der Drau im slowenischen Maribor bis zu den Ruinen des antiken Butrint in Albanien reicht. Wie sich diese Idee im postmigrantischen Bildhandeln operationalisiert (beziehungsweise mit hervorgebracht wird), lässt sich an dem im Social Web verbreiteten Bildtyp der «Postkartencollage» nachvollziehen. Solche Bilder sind aus einzelnen Fotografien zusammengesetzt, zumeist aus Stockimages in Postkartenästhetik, auf denen Sehenswürdigkeiten aus den verschiedenen Balkanländern abgebildet sind. [Abbildung 65](#) ist dafür ein typisches Beispiel.

Jede der im Collagenbild verwendeten Fotografien ist mit dem Namen des jeweiligen Ortes versehen: Split, Dubrovnik, Novi Sad, Mostar, Prizren etc. In der Übersicht fällt auf, dass Bilder der grossen Städte wie Zagreb, Belgrad oder Skopje auf der Zusammenstellung fehlen. Dies legt die Vermutung nahe, dass es sich bei den abgebildeten Städten entweder um Orte handelt, zu denen die Mitglieder der «Ich liebe den Balkan»-Community eine persönliche Bindung haben oder dass diese von den BildproduzentInnen als besonders authentisch für «die Kultur des Balkans» angesehen werden. Ein weiteres Merkmal des Bildes liegt in der Verortung innerhalb der Facebook-Seite «Ich liebe den Balkan» durch die mehrfache (und in unterschiedlicher Typografie gesetzte) Nennung der Website in der linken oberen Bildhälfte. Das Bild als Ganzes repräsentiert die Vorstellung einer zwar individuellen, jedoch mit den Akteuren der Community geteilten Liebe zu einem imaginären Balkan. Der für Bilder dieser Art charakteristische Modus der visuellen Konstruktion eines transnationalen Balkans durch die Montage geografisch und historisch unterschiedlich kontextualisierter Motive erinnert an die Programme des jugoslawischen Apparats, mit denen, wie Tanja Zimmermann ausführt, ethnische, religiöse und alltagskulturelle Unterschiede zwischen den verschiedenen jugoslawischen Bevölkerungsgruppen nivelliert und letztlich abgeschafft werden sollten, während zugleich folkloristische Gegensätze propagiert wurden mit dem Ziel, die kulturellen Eigenheiten der einzelnen Regionen und Teilrepubliken zu «bloss ästhetischen Kontrasten» herunterzuspielen.⁵⁰¹ Zimmermann verweist auf die ebenso innerhalb wie ausserhalb Jugoslawiens erschienenen Bildbände, die das Land «zusehends in eine Postkarte transformierten». Als Beispiel dafür nennt sie das 1956 veröffentlichte Fotobuch «Jugoslawien. Ein Bildwerk» des deutschen Fotografen Otto

501 Zimmermann 2014, S. 263 f.

Abb. 65: Postkartenästhetik: Konstruktion transnationaler «Balkan-Heritage».

Siegner.⁵⁰² Die im Buch publizierten Fotografien sind nach ihrer geografischen Lage entlang der vier Himmelsrichtungen geordnet, während Bezüge zu einer kroatischen, serbischen, albanischen etc. Alltagskultur und Kulturgeschichte zumeist implizit bleiben. Die programmatische Anlage dieses Buches verdeutlicht das von Arnold Schulz verfasste Vorwort, in dem der Autor seine Vision eines geeinten Jugoslawiens vorstellt, das für seine BewohnerInnen «die Verwirklichung eines jahrhundertealten Traums»⁵⁰³ darstelle, der sich über die religiöse Trennung erhebe, die «einen Keil zwischen die einstmals gleichen südslawischen Volksstämme getrieben» habe.⁵⁰⁴ Zimmermanns Befund, dass Jugoslawien durch die entkontextualisierende Zusammenführung der Bilder zum «zeitlosen Bildwerk» und «unwirklichen <Traumland>» erstarrte,⁵⁰⁵ lässt sich in ähnlicher Form auf die visuelle Konstruktion einer transnationalen «Balkankultur» übertragen, die aus den Montagebildern der postmigrantischen Medienamateuren hervorgehen.

502 Otto Siegner: Jugoslawien. Ein Bildwerk. Fribourg 1956.

503 Ebd., o. S.

504 Ebd., o. S.

505 Zimmermann 2014, S. 265.

In der jugendkulturellen Alltagskommunikation finden sich allerdings auch Fotografien, deren Motive aufgrund ihrer nationalen und nationalgeschichtlichen Bedeutung im Widerspruch zu der (jugoslawischen) Vorstellung eines geeinten und brüderlichen Balkans stehen. Dies betrifft insbesondere fotografische Darstellungen von nationalen Denkmälern und Erinnerungsorten in Serbien, Kroatien oder dem Kosovo. Der Historiker Thomas Nipperdey beschreibt das Nationaldenkmal als einen in den politischen und nationalistischen Strömungen des 19. Jahrhunderts verankerten «Versuch, der nationalen Identität in einem anschaulichen, bleibenden Symbol gewiss zu werden».⁵⁰⁶ Dass Denkmäler beliebte Ausflugsziele sind, ist denn auch kein primäres Phänomen gegenwärtig boomender «cultural heritage»-Strategien in Politik und Tourismus, sondern eingelassen in eine bürgerliche Erinnerungskultur. Vor diesem Hintergrund verweist die fotografische Dokumentation von Denkmälern und deren Repräsentation in privaten Bildgalerien im Social Web retrospektiv nicht nur auf die fotografische Amateurkultur und Ausflugsfotografie, sondern weiter (und über das Medium Fotografie hinaus) auf die Praxis der Veralltäglichung nationaler Bildwelten, durch welche Büsten und Kleindenkmäler Ende des 19. Jahrhunderts Eingang in die privaten Wohnräume des Bürgertums gefunden haben.⁵⁰⁷

Neben Fotografien von Denkmälern und Wahrzeichen aus dem Mittelalter und der neueren Geschichte begegnen im Social Web auch Erinnerungsorte des ausgehenden 20. Jahrhunderts, die in Zusammenhang stehen mit der gewaltförmigen Desintegration Jugoslawiens. Ein Beispiel dafür sind die in kroatischen Kontexten wiederholt begegnenden Aufnahmen des am Zusammenfluss von Vuka und Donau stehenden Denkmals, das an die kroatischen Verteidiger des belagerten Vukovar im Jahr 1991 erinnert. Exemplarisch dafür ist ein Bild, das eine neunzehnjährige Kroatin aus der Schweiz mit Namen «ponoshrvatske_kike» auf ihrem Netlog-Profil veröffentlicht hat (Abb. 66).

Dass gerade dieses Denkmal (respektive dessen fotografische Repräsentation) bei Jugendlichen mit kroatischem Hintergrund Aufmerksamkeit zu erzeugen vermag, kann unter verschiedenen Gesichtspunkten interpretiert werden: Zum einen vor dem Hintergrund nationaler Diskurse um die Souveränität Kroatiens, in denen der Belagerung und Zerstörung der Stadt Vukovar durch Verbände der Jugoslawischen Volksarmee und serbische Freischärler eine wichtige Rolle zukommt. In diesem Diskurs ist das Denkmal Teil einer

506 Thomas Nipperdey: Nationalidee und Nationaldenkmal in Deutschland im 19. Jahrhundert, in: ders.: Kann Geschichte objektiv sein? Historische Essays, hg. von Paul Nolte. München 2013, S. 105–160, hier S. 108.

507 Vgl. Friedemann Schmolz: Verewigte Nation. Studien zur Erinnerungskultur von Reich und Einzelstaat im wittenbergischen Denkmalkult. Tübingen, Stuttgart 1995, S. 77.



Abb. 66, 67: Denkmal in Vukovar, im Krieg zerstörter Wasserturm.

kollektiven kroatischen Erinnerungskultur, die je nach familiärem Kontext auch mit den biografischen Erfahrungen von Eltern und Verwandtschaft in Beziehung steht. Wie Thomas Nipperdey anhand des Leipziger Völkerschlachtdenkmal herausgestellt hat, identifiziert sich die Nation im Denkmal mit sich selbst und wird zur Kampf-, Schicksals- und Opfergemeinschaft,⁵⁰⁸ einer Gemeinschaft, der sich auch die im deutschsprachigen Europa aufgewachsenen Jugendlichen zumindest temporär zugehörig fühlen. Zum anderen bietet sich das Denkmal von Vukovar als fotografisches Motiv auch deshalb an, weil sein ästhetisches Dispositiv über den Referenzrahmen des Krieges hinausweist. Die Kreuzform des Bauwerks ist eine den Jugendlichen vertraute Form, die im medialisierten doing ethnicity von kroatischen Jugendlichen eine bedeutende Rolle spielt, sei es als grafisches Symbol oder als fotografiertes Artefakt, zum Beispiel in Form eines Schmuckstücks.⁵⁰⁹ Die Fotografie von «ponoshrvatske_kike» (dt.: «Kroatiens Stolz Kike») zeigt das Denkmal aus Untersicht. In Film und Fotografie wird diese Perspektive eingesetzt, um einen überragenden Akteur aus Point-of-View-Einstellung zu inszenieren. Auch im vorliegenden Bild wird das Kreuz zum übermächtigen Motiv stilisiert, welches den Bildraum dominiert. Verstärkt wird dieser Effekt durch das Fehlen einer Umgebung, die Rückschlüsse auf die Größe des vor

508 Nipperdey 2013, S. 151.

509 Zum katholischen Kreuz als Artefakt fotografischer Inszenierungen vgl. S. 84 in diesem Buch.

einem neutralen Hintergrund fotografierten Kreuzes ermöglicht: Allein aus der fotografischen Darstellung und ohne Kontextwissen lässt sich nicht erkennen, dass das Denkmal in seiner Höhe die Grösse eines Menschen um das Vier- bis Fünffache überragt. Durch die Symmetrie der Darstellung, die Aufnahme aus Untersicht und den (beinahe) monochromen Bildhintergrund wird das Denkmal im fotografischen Prozess zum grafischen Symbol, dessen räumliche Dimension und örtliche Situierung kaum noch von Bedeutung sind.

Diese fotografische Praxis kann als eine Form von Aneignung interpretiert werden, durch welche die Jugendlichen das für die nationale kroatische Identitätspolitik wichtige Kreuz mit seiner alltäglichen Bedeutung als katholisch-kroatisches Symbol überformen. Durch die bewusste Gestaltung des Bildes werden so zugleich Anschlussmöglichkeiten für die Kommunikation mit (auch nichtkroatischen) Peers geschaffen, wie die Jugendlichen die Erwartungen von Eltern und Verwandtschaft bedienen, die Ereignisse von 1991 zu erinnern. Diese potenziell mehrfache Funktion des Bildes als Kommunikationsmittel sowohl im Kontext der Familie wie in der jugendkulturellen Alltagskommunikation wäre wohl schwieriger mit einer Fotografie zu erreichen, deren Inhalt expliziter auf die realen Spuren des Krieges verweist. In einer semiotischen Perspektive unterscheidet sich das ästhetische Dispositiv des Denkmals entscheidend von den (im Pierce'schen Sinne) indexikalischen Zeichen des Krieges, die in Form von Ruinen und Einschusslöchern Gewalt und Zerstörung erkennen lassen. Es ist darum nachvollziehbar, dass sich ausserhalb ethnonationalistisch orientierter Kontexte kaum Fotografien des zur Ruine geschossenen Wasserturms finden, obwohl dieser für die kroatische Bevölkerung der Stadt von grosser symbolischer Bedeutung ist (Abb. 67). In seiner brutalen, unmittelbar auf die Kriegshandlungen referierenden Ästhetik passt der zerstörte Wasserturm nur schlecht in die konventionalisierte Ikonografie der Reisefotografie, durch welche sich die Jugendlichen der Anerkennung durch ihre Peers versichern können.⁵¹⁰

510 Entsprechende Fotografien konnten in der untersuchten Onlinekommunikation nicht erhoben werden, wengleich auch Fotografien des offiziellen Denkmals von Vukovar nur partikular eine Rolle spielen. Eine Ausweitung der Untersuchung auf stärker nationalistisch geprägte Kommunikationszusammenhänge könnte möglicherweise weitere Verwendungen dieser Bilder aufzeigen.

Abb. 68: «Kroatien mein Leben»: Ethnizität im Modus globaler Urlaubssikonografie.



Urlaub versus Alltagsleben

Der Grossteil der im Social Web veröffentlichten Urlaubsbilder entsprechen den inhaltlichen und formalen Konventionen, die sich mit der Etablierung der privaten Reise- und Urlaubsfotografie herausgebildet haben. Die Jugendlichen fotografieren Sehenswürdigkeiten, Landschaften und immer wieder sich selbst beim Posieren im Abendlicht oder am Strand. Hinsichtlich des postmigrantischen doing ethnicity sind unter diesen Bildern insbesondere die Porträtfotografien von Interesse, die an den Stränden der Adria in Kroatien oder Montenegro entstanden sind. Nicht anders als die Dokumentationen von Sehenswürdigkeiten folgen auch diese Bilder einer globalisierten Ikonografie, entsprechend der sich junge Männer und Frauen vor dem oft kitschig-romantischen Hintergrund von Landschaft und Sonnenuntergang fotografisch in Szene setzen. Zugleich lässt sich beobachten, wie die Jugendlichen ihre Fotografien von Stränden, Buchten und Häfen durch das Hinzufügen von Textinformation als kroatisch, montenegrinisch etc. spezifizieren. Dies geschieht durch kontextualisierende Kommentare im Social Web oder auf der Bildebene durch das Platzieren von entsprechenden Textbotschaften auf den Fotografien. In Abbildung 68 ist dies in typischer Art zu sehen: Das Bild zeigt eine junge Frau, die von erhöhter Position über die adriatische Küstenlinie in das abendliche Meer blickt. Erst der Schriftzug «Croatia moj zivot» (dt.: «Kroatien mein Leben») verortet jedoch die Aufnahme im Kontext einer Kroatienreise und identifiziert zugleich den kroatischen Hintergrund der abgebildeten Person. Durch die bewusst gesetzte Information wird aus dem gewöhnlichen Erinnerungsbild ein Bild der Sehnsucht nicht nur nach geografischer Ferne und Distanz zum Alltagstrott, sondern auch nach einer «kroatischen Heimat», in der die Sonne über intakten Landschaften strahlt und das Meer zum Baden einlädt. Die Verwendung des Anglizismus «Croatia» anstelle des kroatischen Worts «Hrvatska» macht das Bild zudem anschlussfähig für die Kommunikation mit RezipientInnen,

die der kroatischen Sprache nicht mächtig sind, während es zugleich kosmopolitische Weltläufigkeit vermitteln will.

Mit der rapiden Verbreitung von schnittstellenfähigen Kamerahandys, von Fotodiensten wie Instagram und der damit einhergehenden Praxis des «Taggens» von Bildern mit Schlagwörtern («Hashtags») hat sich die Praxis der postmigrantischen Reise- und Urlaubsfotografie erweitert: Onlinedienste wie Instagram oder WhatsApp ermöglichen das zeitnahe Uploaden von Fotografien bereits während des Urlaubs, zudem können die UserInnen mit der Hashtag-Funktion Auskunft über Ort und Anlass der Aufnahme geben oder Angaben zu den Gefühlen machen, die sie mit diesen Orten verbinden. Damit geht auch eine Verschiebung der sozialen Funktion dieser Bilder von einem primären Medium der Erinnerung zu einem Medium der Kommunikation einher: Lag die Funktion der analogen (und frühen digitalen) Fotografien noch primär im autobiografischen Erinnern und in der Verifizierung des «life as it was»,⁵¹¹ hat sich dies durch die Etablierung und Verbreitung digitaler Medientechnik geändert. Zwar sind Erinnerung und Beglaubigung nach wie vor zentrale Funktionen der Reisefotografie. Ebenso kam der Fotografie schon in vordigitalen Zeiten eine ausgeprägte soziale Funktion zu. Während diese aber eher in der Konstruktion von Familienleben und Familiengeschichte lag (und liegt), nutzen mit digitaler Medientechnik sozialisierte Akteure Bildmedien stärker für die alltägliche Pflege von Beziehungen und zur sozialen Positionierung innerhalb ihrer (jugendkulturellen) Peergroup. Die Medienwissenschaftlerin José van Dijk beschreibt dies wie folgt: ««Connecting» or «getting in touch» rather than «reality capturing» or «memory preservation», are the social meanings transferred onto this type of photography.»⁵¹² Das digitale doing ethnicity wird dabei zu einer Form des «instant doing ethnicity», indem die Beglaubigungsfunktion nicht mehr der Reise nachgelagert ist, sondern bereits *während* der Reise stattfinden kann.

Zugleich lässt sich beobachten, dass die jugendlichen BildproduzentInnen ihre Urlaubsbilder durch das Hinzufügen von digitalen Filtern in der retrospektiven Ästhetik analoger Schmalfilm- und Polaroidfotografien gestalten. Die dabei simulierte Materialität und Zeitlichkeit der Bilder schafft eine imaginäre Verbindung zu der Zeit, als die eigenen Eltern als junge Erwachsene in den Urlaub gefahren sind und die den Jugendlichen aus den elterlichen Fotoalben vertraut ist. Die Verwendung von solchen «Retro»-Filtern ist ein populärkultureller Trend von globaler Reichweite, der ebenso die visuelle Alltagskommunikation betrifft wie die Felder der Werbung und der Mode.

511 Van Dijk 2008, S. 58.

512 Ebd., S. 61 f.

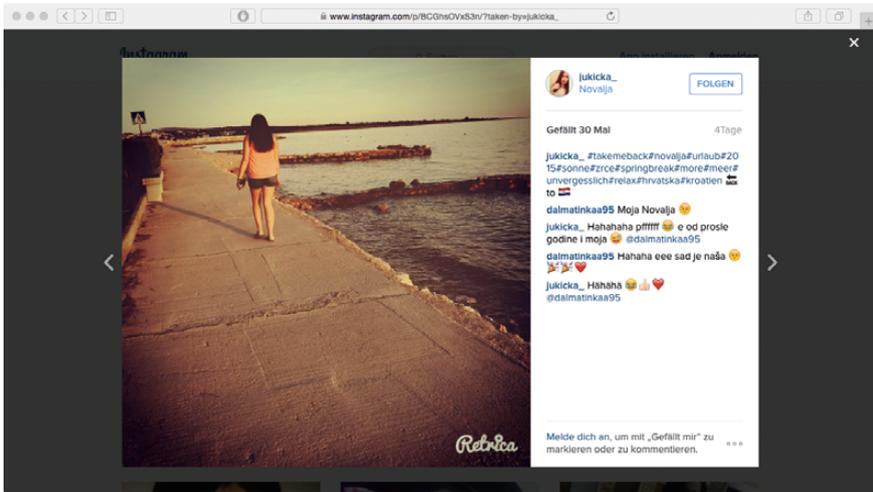


Abb. 69: Digitale Patina: Referenz auf vordigitale Urlaubsbilder.

Vor dem Hintergrund von Migration und Urlaubsfotografie kann dieser Praxis jedoch eine besondere narrative Bedeutung zugesprochen werden, insofern sich die jungen Frauen und Männer damit Möglichkeiten schaffen, sich selbst in die «prä migrantischen» Jugendjahre ihrer Eltern im Jugoslawien der 1970er- und 1980er-Jahre zu imaginieren. Ein anschauliches Beispiel dafür findet sich auf dem Instagram-Profil einer in München lebenden Kroatin «jukicka_»: ⁵¹³ Die mit der App «Retrica» in der Ästhetik eines Polaroidbildes bearbeitete Fotografie zeigt die junge Frau beim Spazieren in der Abendsonne an der Hafentmole von Novalja, einer auf der Adriainsel Pag gelegenen Stadt (Abb. 69). Sichtbar wird dabei auch, wie die postmigrantischen AkteurInnen über solche Bilder nicht nur ihren (mit einem Hashtag als «#unvergeßlich» bezeichneten) Kroatienurlaub, sondern damit verbunden auch «ihre» kroatische Herkunft verhandeln. So kommentiert die ebenfalls in München lebende, aus der benachbarten Stadt Zadar stammende Freundin «dalmatinkaa95» das Bild mit den Worten «Moja Novalja» (dt.: «Mein Novalja»), worauf «jukicka_» mit dem Satz «Hahaha eee sad je naša» (dt.: Hahaha, das ist nun unseres») betont, dass der Ort nun ein Teil der gemeinsamen Biografie sei.

513 jukicka_, www.instagram.com (2016).

Die spezifische Funktion der Urlaubsfotografien sowohl für die Selbstnarration wie für die Konstruktion und Verhandlung von Ethnizität innerhalb der Jugendlichengruppe erweitert die in der wissenschaftlichen Literatur hauptsächlich angeführten Funktionen, wonach die private Reise- und Urlaubsfotografie primär der persönlichen Erinnerung, der Selbstvergewisserung und dem familiären Zusammenhalt diene.⁵¹⁴ Zwar kann auch die fotografische Praxis der postmigrantischen Jugendlichen als ein Modus der «schöpferischen Aneignung und Verarbeitung der Urlaubswelt» interpretiert werden, wie dies Cord Pagenstecher für den Massentourismus der Nachkriegszeit feststellt.⁵¹⁵ Ebenso verweist die über weite Strecken kanonische Wahl der fotografischen Motive auf die von Susan Sontag diagnostizierte «Verweigerung von Erfahrung» im Kontakt mit den Alltagskulturen der bereisten Orte, insofern sich die Erfahrung der Reisenden darauf beschränkt, ihre Erfahrungen «in ein Abbild, ein Souvenir» zu verwandeln.⁵¹⁶ Sontag bezieht ihre Überlegungen auf die fotografische Praxis von Reisenden, die durch das Fotografieren versuchen würden, eine unsichere und unbekannte Situation kontrollier- und verhandelbar zu machen – wobei allein das Hantieren mit der Kamera «beruhigend» sei und das akteursseitige «Gefühl der Desorientierung, das durch Reisen oft verschärft wird», mildere.⁵¹⁷

Während die Touristen bei Sontag durch das Fotografieren Distanz zwischen sich und den Alltagskulturen der bereisten Orte herstellen, werden die aus der Schweiz, Deutschland oder Österreich angereisten Jugendlichen bei den oft mehrtägigen Familienbesuchen unweigerlich in soziale (zumeist familiäre) Situationen involviert. Dennoch bleiben ihnen die Alltagskulturen der elterlichen Herkunftsländer oft in vielerlei Hinsicht fremd und werden, wie die Beispiele in diesem Kapitel gezeigt haben, vor allem dann dokumentiert, wenn vertraute Genres wie Foodfotografie, Scherzbilder oder Urlaubsbilder bedient werden können. Anders als in der klassischen Reisefotografie geht es hierbei gerade nicht darum, das «authentische Leben» zu finden und zu Beweis Zwecken zu dokumentieren.⁵¹⁸ Hinzu kommt, dass sich die alltagskulturelle Dimension der oft hybriden Trips aus Urlaub, Reise und Familienzusammenkunft oft nur schlecht in die etablierten Bildprogramme der Jugendlichen einpassen lassen,

514 Cord Pagenstecher: Antreten zum Lotterleben. Private Fotoalben als Quelle einer Visual History des bundesdeutschen Tourismus, in: Schweizerische Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialgeschichte, 20 (2005), S. 201–220, hier S. 205.

515 Ebd.

516 Susan Sontag: Über Fotografie. München, Wien 1987, S. 15.

517 Ebd.

518 Vgl. Chalfen 1987, S. 100 f., sowie Dean MacCannell: Staged Authenticity. Arrangements of Social Space in Tourist Settings, in: American Journal of Sociology, 79/597 (1973), S. 589–603, hier S. 592.

die für jedes fotografische Motiv eine bestimmte Form der Inszenierung und Bildgestaltung vorschlagen. Vor diesem Hintergrund können die in den Interviews getätigten Aussagen interpretiert werden, in denen die Jugendlichen von ihrer fotografischen Praxis berichten. So erzählt die achtzehnjährige Natasa, dass sie während der Ferien in Serbien vor allem dann fotografiere und filme, wenn sie mit FreundInnen in ihrem Alter die Stadt erkunde. Dabei konzentriert sie sich auf Motive aus dem lokalen «cultural heritage»-Kanon sowie auf Motive, die einen dezidiert jugend- oder populärkulturellen Bezug ermöglichen, etwa Nightlife-Lokalitäten oder Einkaufsmöglichkeiten:

Mit dem Kollegen sind wir einfach durch die Stadt gefahren und haben voll laut Musik aufgedreht. Wir sind mit offenem Fenster durch die Stadt gefahren mit der Kamera und haben gefilmt mit Musik dazu. Und geredet, «das ist dies, das ist das». Ich hatte meinen Teil, dann auch Kollegen. Jetzt machen wir einfach eine Runde durch die Stadt, um zu zeigen, wie es ist, wo wir leben. Einfach mal so von unserer Stadt, was wir gut finden. Die wichtigen Sachen zeigen, was symbolisch für die Stadt wäre.⁵¹⁹

Danach gefragt, was sie als «wichtige Sachen» bezeichnen würde, antwortet Natasa:

In den meisten Städten gibt es eine grosse Statue oder sonst ein Symbol, das wichtig ist. Wir sind einfach ins Zentrum der Stadt, das haben wir gezeigt beim Durchfahren. Dann eine Strasse mit viel Clubs, wo man in den Ausgang geht. Dann einfach Läden, wo man shoppen geht und die man liebt an der Stadt und wo man selber hingeht.⁵²⁰

Orte und Grenzen

So, wie sich auf den auf Netlog, Facebook oder Instagram veröffentlichten Reise- und Urlaubsbildern eine auffallende Abwesenheit von Alltagsszenen feststellen lässt, lässt sich auch eine starke Intention beobachten, die Reisen in die elterlichen Herkunftsländer als Besuch in der «Heimat» darzustellen. Besonders gut lässt sich dies an einem Bildtyp nachvollziehen, welcher in den postmigrantischen Bildwelten wiederkehrend begegnet. Es handelt sich um Fotografien von Grenzschildern, Ortstafeln und Wegweisern, welche die besuchten Länder und Orte bezeichnen. Aufgenommen werden die Fotografien vom Strassenrand aus (Abb. 70) oder aus dem fahrenden Fahrzeug (Abb. 71).

519 Interview vom 9. 5. 2009, Bülach (Schweiz).

520 Ebd.



Abb. 70, 71: Ankunft in der «Heimat»: Grenztafeln als fotografisches Motiv.

Für viele Familien sind Automobile oder Fernbusse das bevorzugte Reisemittel, um von der Schweiz, Deutschland oder Österreich aus in die oft abseits der urbanen Zentren gelegenen Ortschaften zu gelangen. Verschiedene im Social Web veröffentlichte Beiträge zeigen, wie die Erfahrung dieser An- und Abreisen von den Jugendlichen thematisiert und in die Erzählung einer postmigrantischen «Balkanidentität» integriert wird. Eine narrative Funktion kommt dabei insbesondere der Benennung der verschiedenen Reiseetappen, Grenzübertritte und schliesslich dem Ankommen in der «Heimat» zu. Diese Erfahrung teilen die im westlichen Europa lebenden AkteurInnen aus den Ländern und Regionen des ehemaligen Jugoslawiens nicht nur miteinander, sondern auch mit Jugendlichen, deren Eltern aus Ländern wie der Türkei oder Griechenland ins deutschsprachige Europa ausgewandert sind und deren Fernreisen zu wesentlichen Teilen über dieselben Routen erfolgen. Ein auf www.balkanforum.info verfasster Beitrag eines deutsch-türkischen Users namens «Kelebek» gibt Einblick in die Gefühlsregime, die in der Erinnerung an die Reisen «in den Osten» angerufen werden.⁵²¹ Ausgangspunkt des Beitrags ist die Frage von «Kelebek», was aus ihrer Heimat die Mitglieder des Forums vermissen würden. Anders als es die Formulierung der Frage nahelegt, behandelt der Eintrag aber nicht die türkische «Heimat» des Autors, sondern bezieht sich auf die Reise im Auto von Deutschland in die Türkei. Die von «Kelebek» beschriebene Erfahrung von «Heimat» macht sich denn auch nicht an seiner Begegnung mit der türkischen Alltagskultur fest, sondern an seiner Reise, durch die sich der junge Mann Stück für Stück von dem als Zumutung empfundenen Alltag in Deutschland entfernt. Beschrieben wird diese Erfahrung in blumigen Worten und mit Verweis auf stereotype Bilder:

521 Was vermisst ihr aus eurer Heimat?, www.balkanforum.info (2010).

Man wächst in Europa auf, in einer völlig fremden Gesellschaft. Alles anders, Menschen sind kalt und zurückgezogen. Jeder denkt an sich und keiner teilt was. Dann kommen ein mal im Jahr die Sommerferien, man macht sich auf den Weg ... bald in der Heimat, weg von Hans ... weg von Hansa ... weg von Curry Wurst Geruch und weg von Regen ... man fährt los über Österreich, Slowenien ... Kroatien ... wobei da kein Unterschied ist ... kommt nach Serbien, wo übergewichtige serbische Polizisten Bahsis wollen und man ihnen einfach nur ne 20 Cent Schokolade aus Deutschland gibt ... dann kommt man nach Mazedonien zwischen Bergen und Weingerüchen fährt man in das Land Alexanders ... neben dem Meer entlang ... sieht langsam erste Anzeichen von der Heimat und pullert mit dem Bein auf den Gas, damit man endlich ankommt ...⁵²²

Im Anschluss an die schriftliche Erzählung seiner Fahrt durch die Balkanregion zeigt «Kelebek» eine Fotografie einer Verkehrstafel, welche nach der Überquerung des Bosphorus die Ankunft auf dem asiatischen Kontinent anzeigt, verbunden mit der an die UserInnen gerichteten Frage: «Wisst ihr was für ein Gefühl das ist, wenn man dieses Schild sieht?»⁵²³ Der Autor kombiniert den assoziativen Reisebericht mit einem fotografischen Bild zu einer Geschichte, wobei die Fotografie zugleich den Höhepunkt und Endpunkt der Erzählung bildet. Der mediale Bruch von Bild und Text markiert dabei zugleich auch die Grenze zwischen einem «Hier» und einem «Dort». Der vermeintlichen visuellen Evidenz der Fotografie kommt dabei die Aufgabe zu, nicht allein das «Ankommen», sondern genauer das «Ankommen *in der Heimat*» festzuhalten. Wenn Susan Sontag von der Fotografie schreibt, sie scheine zu bestätigen, «wovon wir gehört haben, woran wir aber zweifeln»,⁵²⁴ trifft dies hierbei auch auf den Umgang mit der abstrakten Idee von «Heimat» zu respektive deren doppelte Repräsentation in Bild und Text. Zugleich ermöglicht es die Transformation der Reiseerfahrung in das Medium Fotografie, das flüchtige Erlebnis des Ankommens durch das retrospektive Betrachten des Bildes zu erinnern und nachzuempfinden.

Der Beitrag von «Kelebek» verdeutlicht, dass Grenztafeln Teil eines Symbolsystems sind, innerhalb dessen ihnen die Aufgabe zukommt, die territorialen Grenzen der souveränen Staaten zu markieren. Zugleich werden damit in einem alltagssprachlichen und identitätspolitischen Verständnis von «Kultur» auch die Grenzen zwischen unterschiedlichen «Kulturen» und «Ethnien» repräsentiert. Bezüglich der postjugoslawischen Staaten kommt dieser Funktion be-

522 Ebd.

523 Ebd.

524 Sontag 1987, S. 11.



Abb. 72: Konstruktion eines territorialen Balkans: Montagebild auf Facebook.

sondere Aufmerksamkeit zu. Die Desintegration der ehemaligen Republik Jugoslawien war bestimmt durch eine enge Verbindung von Territorium, Ethnizität und Religion, die auch in den nationalen Diskursen der Gegenwart ungebrochen begegnet. Vor diesem Hintergrund fallen die auf balkanorientierten Facebook-Seiten wie «Ich liebe den Balkan» beliebten Montagen auf, die aus Fotografien von Grenzschildern der verschiedenen Balkanstaaten zusammengesetzt sind (Abb. 72). Dieser Modus der Umcodierung gleicht den bereits besprochenen Montagebildern, auf denen Ansichten verschiedener Ortschaften nebeneinander arrangiert sind. So, wie dabei auf die Idee eines transnationalen «Kulturraums» des Balkans referiert wird, verweisen die aus abfotografierten Grenzschildern zusammengesetzten Montagebilder auf die Vorstellung eines gemeinsamen territorialen Raums. Je nachdem wird das Ensemble der zu den Balkanstaaten gezählten Länder von den jugendlichen BildproduzentInnen erweitert um die südlichen und östlichen Nachbarstaaten Jugoslawiens, namentlich um Bulgarien, Griechenland und Rumänien. Vergleichbare Konstruktionen eines transnationalen geografischen und kulturellen Raums finden sich auch in den Populärkulturen der Balkanregion, zum Beispiel im Videoclip zum Lied «Rodni kraj» (dt.: sinngemäss «Heimatort», wörtlich «Geburtsort») der bosnisch-serbischen Turbofolk-Sängerin Indira Radić.⁵²⁵ Im Refrain des im Jahr 2005 veröffentlichten Liedes werden die Grossstädte der jugoslawischen Nachbarstaaten aufgezählt, als akustische Kulisse werden dazu Jubelgeräusche eingespielt. Im Musikvideo wird die Aufzählung zum einen durch Aufnahmen von Sehenswürdigkeiten der entsprechenden Orte illustriert, zum anderen werden

525 Indira Radić – Rodni kraj (Official Spot 2005), www.youtube.com (2014).



Abb. 73, 74: Bedeutsame Orte: Musikvideo von Indira Radić (2005).

Wegweiser eingeblendet, auf denen die im Liedtext erwähnten Städtenamen stehen: Ljubljana, Zagreb, Sarajevo, Banja Luka, Podgorica, Skopje, Novi Sad, Belgrad ... (Abb. 73, 74).

Beispiele dafür, wie territoriale Grenzen durch die filmische Darstellung von Grenzschildern und Ortstafeln inszeniert werden, finden sich auch in der globalen Populärkultur. Im Erzählkino dient die Darstellung solcher Markierungen vor allem dazu, einen Handlungsort innerhalb der filmischen Erzählung zu spezifizieren. Eine entsprechende Szene findet sich etwa in Paul Green-grass' Hollywood-Blockbuster «Green Zone» (USA/F/E 2010), in der zu sehen ist, wie ein US-amerikanischer Konvoi in der irakischen Hauptstadt Bagdad ankommt. Auch in Musikvideos, insbesondere im Hip-Hop, ist die Darstellung von Ortstafeln ein verbreitetes Mittel, um die örtliche Verankerung der Musiker visuell zu unterstreichen und die RapperInnen als RepräsentantInnen dieser Ortschaften oder Stadtteile in Szene zu setzen. Dies veranschaulicht zum Beispiel das Musikvideo zur Single «lighters up» der US-amerikanischen Rapperin Lil' Kim, einer 2005 veröffentlichten Hommage an den New Yorker Stadtteil Brooklyn.⁵²⁶ In einer kurzen Sequenz ist die aus einem Fahrzeug gefilmte Ortstafel mit der Aufschrift «Welcome to Brooklyn. Like no other place in the world» zu sehen, während im Bildhintergrund die architektonische Ikone des Stadtteils, die Brooklyn Bridge, zu sehen ist (Abb. 75).

Ein anderes Beispiel für die mediale Inszenierung von «Heimat» verweist sowohl auf die globale Populärkultur wie auf einen balkanspezifischen Diskurs. Es handelt sich um eine Sequenz aus dem bereits in Kapitel 3 besprochenen Musikvideo der britisch-kosovarischen Popsängerin Rita Ora. Das 2012 veröffentlichte Musikvideo zur Single «Shine ya light» spielt hauptsächlich in Prishtina, der Geburtsstadt der Sängerin und heutigen Hauptstadt des

526 Lil' Kim – Lighters Up, www.youtube.com (2009).

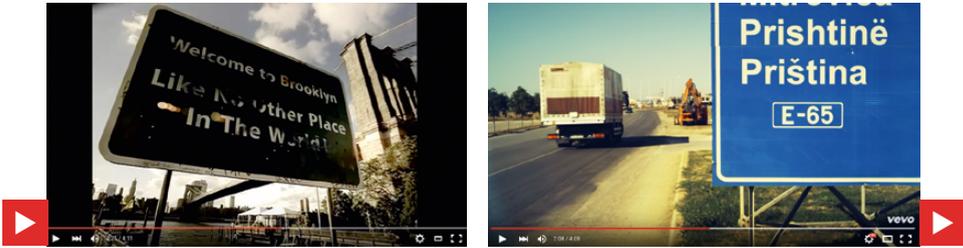


Abb. 75, 76: Ortstafeln in Musikvideos: Abfahrt nach Brooklyn bei Lil' Kim (2005), Abzweigung nach Prishtina bei Rita Ora (2012).

Kosovo. Es beinhaltet aber auch Szenen von Auto- und Motorradfahrern in der Umgebung der Stadt.⁵²⁷ In einer solchen Sequenz ist ein Verkehrsschild zu sehen, in dem die Abfahrt nach Prishtina angekündigt wird – dem finalen Schauplatz des Musikvideos (Abb. 76). Das Video ist für die Analyse darum von Interesse, weil es nicht nur hinsichtlich der Bildinhalte und Bildgestaltung Analogien zu den im Social Web erhobenen Fotografien aufweist, sondern auch in Bezug auf die (visuelle) Narration des Ankommens in der Heimat aus (post)migrantischer Perspektive.

Dass nicht nur das Ankommen, sondern auch das Verlassen des «Heimatlands» im digitalen doing ethnicity thematisiert wird, zeigt ein abschliessendes Fallbeispiel der Facebook-Seite «Gefällt mir weil ich Albaner bin». Das Bild besteht aus vier Stills aus dem Hollywood-Spielfilm «Spring Breakers» (USA 2012). Die Bilder stammen aus einer Szene, in der die Hauptdarstellerin nach einem aus dem Ruder gelaufenen Floridaurlaub zurückfährt. Die junge Frau, gespielt von Teenageridol Selena Gomez, blickt weinend aus dem Busfenster und versucht, die hinter der Scheibe liegende Welt mit der Hand zu berühren. Die Szene setzt die ProduzentIn des Bildes durch das Hinzufügen einer Textbotschaft in Bezug zu ihrer eigenen (imaginierten) Reiseerfahrung. In der Kombination von Bild und Text beschreibt sie die Gefühle, die sie verspürt, wenn sie vom Kosovo in ihr deutschsprachiges Wohnland zurückkehrt: «WENN ICH WÄHREND DER FAHRT NACH CH/DE KOSOVO VERLASSE...» (Abb. 77).

Im Unterschied zu den auf ethnoorientierten Facebook-Seiten wesentlich populäreren Bildern des Ankommens stellt dieses Bild des Abschiednehmens einen empirischen Einzelfall dar, da bisher keine vergleichbaren Bilder erhoben werden konnten. Offen bleibt in der Interpretation des Bildes

527 RITA ORA – Shine Ya Light, www.youtube.com (2012).



Abb. 77: Aneignung von Populärkultur: Szene aus dem Spielfilm «Spring Breakers» (2012).

auch, ob die melancholische Stimmung der jungen Frau darin gründet, nicht mehr im geliebten Kosovo sein zu können, oder im Unbehagen angesichts der Rückkehr in ihr Wohnland. Mit Blick auf Adoleszenz und Ausbildungsdruck bietet sich zudem eine dritte Lesart an, die als Interpretationsrahmen für die bisher besprochenen, oft idealisierenden Repräsentationen von Balkanreisen produktiv gemacht werden kann: In dieser werden die Erzählungen von Reise, Ankunft und Aufenthalt nicht allein vor dem Hintergrund des doing ethnicity interpretiert, sondern auch als Reaktion auf die alltäglichen Zumutungen von Schule und Arbeitsleben, die mit dem Ende des Urlaubs wieder den Alltag bestimmen.

6 «Balkan-Style»

Die Konstruktion von Ethnizität und Herkunft ist eingelassen in einen komplexen Zusammenhang kultureller, sozialer und ästhetischer Prozesse, die durchzogen sind von Ambivalenzen und Widersprüchen. Dass diese insbesondere den Umgang mit hegemonialen Anrufungen betreffen, wurde in den bisherigen Kapiteln wiederholt herausgestellt. So kann die Nutzung digitaler ICT- und Kameratechnik durchaus soziale Potenziale eröffnen, insofern die Jugendlichen zu ProduzentInnen eigener (bildhafter) Erzählungen von Ethnizität und Herkunft ermächtigt werden. Dies wurde zuletzt anhand der «Balkanbilder» diskutiert, durch welche die Jugendlichen eine kollektive Imagination des Balkans als Ort gemeinsamer Herkunft produzieren. Der Verlauf der Untersuchung hat aber auch deutlich gemacht, dass stereotype Vorstellungen von Ethnizität, Kultur, Nationalität und Gender im jugendkulturellen Medienhandeln reproduziert werden. Dies zeigt sich besonders ausgeprägt, wenn milieuspezifische Vorlieben und Erfahrungen als Aspekte von Ethnizität und «kultureller Herkunft» repräsentiert und verhandelt werden. Diese Beobachtung wird im letzten Kapitel noch einmal exemplifiziert. Im Fokus stehen dabei die intersektionalen Verknüpfungen von Ethnizität, Geschlecht und sozialem Status, über welche gemeinsame Vorstellungen des Balkanischen als ein jugendkultureller Stil performiert werden. Die Inszenierung der Körper, Objekte und Lebensstile unter den Vorzeichen eines imaginären Balkanischen wird dabei als eine Form sozialer, insbesondere jugendkultureller Distinktion interpretiert. Eine spezifische (post)jugoslawische Perspektive verweist darüber hinaus auf die Bedeutung, die den national und regional geprägten Populärkulturen des westlichen Balkans für die (postmigrantische) Konstruktion eines transnationalen Balkans zukommt.

Ethnisierung als jugendkulturelle Praxis

In den geführten Interviews, aber auch in der Kommunikation im Social Web bezeichnen sich AkteurInnen nicht nur selbst als «Balkaner», sie reklamieren auch einen eigenen jugendkulturellen Stil, den sie selbstbewusst (und bisweilen auch ironisch) als «Balkan-Style» benennen. Entgegen ihrer dominanten Konnotation verwenden die Jugendlichen die Wortschöpfungen nicht in erster Linie als ein «ethnisch interpretierbares Unterscheidungs-

kriterium»,⁵²⁸ sondern um gemeinsame Vorlieben für Moden, Musik und Freizeitgestaltung zu beschreiben und vor dem Hintergrund postmigrantischer Erfahrungen zu verhandeln. Die Wortbildung «Balkan-Style» verweist also auf eine Praxis, in welcher sich die Zugehörigkeit zu einer sozialen (jugendkulturellen) Gruppe mit milieuspezifischen Erfahrungen des gemeinsamen Migrationshintergrundes überlagert,⁵²⁹ die von den AkteurInnen als «ethnisch» oder «kulturell» bewertet wird. Dies veranschaulicht die Aussage der siebzehnjährigen Safete, die im Interview gebeten wurde, den von ihr eingebrachten Begriff «Balkan-Style» zu beschreiben:

Wenn wir sagen würden, es gibt amerikanischen Style, und Balkan-Style. Also unseren, so Serbisch gemixt alles Mögliche ... Also, es gibt schon noch einen Unterschied bei diesen Styles. Ich finde einfach, Balkan-Style viel ... Viele tragen Lederjacken, fast alle. Die Hälfte, mein Gott. Aber zum Beispiel wenn ich so Schweizer und so sehe, die nicht grad mit der Jugend, mit den Ausländern zu tun haben, dann siehst du, die ziehen sich einfach so spasthaft an, manchmal.⁵³⁰

Die Ausführungen von Safete verweisen auf zwei korrelierende Aspekte, die für das jugendkulturelle *doing ethnicity* zentral sind: Der erste Aspekt betrifft die Inszenierung eines jugendkulturellen Stils als eine Praxis, durch welche ethnische Zuschreibungen auf sub- und jugendkulturelle Merkmale übertragen werden. Der zweite Aspekt betrifft das *doing ethnicity* als Modus jugendkultureller Differenzkonstruktion, über welche milieuspezifische Vorlieben von den Jugendlichen ethno- oder migrationspezifisch codiert und damit von anderen jugendkulturellen Stilen abgegrenzt werden.⁵³¹ In Anlehnung an den Soziologen Hans-Georg Soeffner wird «Stil» hier als ein soziales Phänomen verstanden, dass nicht nur die Zugehörigkeit eines Individuums zu einer Gruppe oder Gemeinschaft unterstreicht, sondern auch zu einem bestimmten

528 Vgl. Gabriela Muri: Wer bin ich? Identitäten und Ressourcen, in: Christian Ritter, Gabriela Muri, Basil Rogger (Hg.): *Magische Ambivalenz. Visualität und Identität im transkulturellen Raum*. Zürich, Berlin 2010a, S. 78–96, hier S. 82.

529 Gabriela Muri: Web 2.0. Freizeit und Soziale Netzwerke, in: Christian Ritter, Gabriela Muri, Basil Rogger (Hg.): *Magische Ambivalenz. Visualität und Identität im transkulturellen Raum*. Zürich, Berlin 2010b, S. 146–177, hier S. 167.

530 Interview vom 27. 1. 2010, Zürich (Schweiz).

531 Eine bereits 2004 in der Stadt Zürich und ihrer Agglomeration durchgeführte Untersuchung hat gezeigt, dass es für Jugendliche mit Migrationshintergrund wichtig ist, Zeit mit Akteuren gleicher Sprache und Herkunft zu verbringen. So gaben rund vierzig Prozent der befragten jugendlichen MigrantInnen an, dass sie sich wohler fühlen, wenn sie mit Personen aus ihren Herkunftsländern Zeit verbringen. Ein Grund dafür dürfte darin liegen, dass sich die Problemlagen bezüglich kultureller und sozialer Stigmatisierung ähneln und innerhalb der Gruppe thematisiert werden können. Vgl. Bonfadelli/Bucher/Hanetseder/Hermann/Ideli/Moser 2008, S. 52.

Habitus oder einer Lebensform, denen sich diese Gruppe oder Gemeinschaft verpflichtet fühlt.⁵³² Soeffner beschreibt Stil als «Teil eines umfassenden Systems von Zeichen, Symbolen und Verweisungen für soziale Orientierung», das zugleich «Ausdruck, Instrument und Ergebnis sozialer Orientierung» ist.⁵³³ Prozesse jugendkultureller (Selbst-)Stilisierung werden dabei als von Brüchen und Konflikten durchzogen betrachtet: Der Jugend- und Subkultur-forschung der Birminghamer Cultural Studies folgend sind jugendkulturelle Stile eingebettet in symbolische Aushandlungen, die ebenso gegenüber anderen jugendkulturellen Strömungen stattfinden wie gegenüber der Mehrheitsgesellschaft.⁵³⁴ John Clarke weist darauf hin, dass Aspekte eines jugendkulturellen Stils oftmals in Beziehung zu einer «ganz bestimmten anderen subkulturellen <outgroup> stehen»,⁵³⁵ wobei diese Beziehung oft konflikthaft und von Widersprüchen durchzogen ist. Jugendkultureller Stil und die Konstruktion jugendkultureller Identität sind dabei eng miteinander verbunden. Stuart Hall weist darauf hin, dass die Konstruktion von Identität immer ein «Effekt der Kennzeichnung von Differenz und Ausschluss» ist.⁵³⁶ Identität, so Hall weiter, entsteht nicht durch inneren Zusammenhalt, Bruchlosigkeit und Einheit, sondern in der Konstruktion und Repräsentation von Differenz. Das «Andere» jenseits dieser Grenzen fällt aber nicht einfach weg, sondern wird als «konstitutiv Äusseres» erhalten, um den Prozess der Identifikation zu festigen.⁵³⁷ Wie jede Form von Identität ist auch «jugendkulturelle Identität» ein Konstrukt, das zwar keine empirische Evidenz hat, in seiner psychisch-sozialen Dimension jedoch erfahrbar ist: Hermann Bausinger spricht von einem «Gefühl der Übereinstimmung des Individuums mit sich selbst und seiner Umgebung» und – in der negativen Form – von einem «Bewusstsein oder Gefühl mangelnder Übereinstimmung».⁵³⁸

Der Abgrenzung von «Schweizer Jugendlichen» kommt im doing ethnicity der «Balkaner» eine wichtige Rolle zu, was in den Interviews teilweise deutlich benannt wurde. Das Verhältnis zu Jugendlichen mit einem vorwiegend schweizerischen Hintergrund bezeichnen die befragten Jugendlichen

532 Hans-Georg Soeffner: Stil und Stilisierung. Punk oder die Überhöhung des Alltags, in: Hans Ulrich Gumbrecht, Ludwig Pfeiffer (Hg.): Stil. Geschichten und Funktionen eines kulturwissenschaftlichen Diskurselements. Frankfurt am Main 1986, S. 317–341, hier S. 318.

533 Ebd.

534 Vgl. unter anderem Hall/Jefferson 1975; Clarke/Cohen/Corrigan/Garber/Hall/Hebdige 1981; Hebdige 1988.

535 Clarke 1981, S. 142.

536 Hall 2008a, S. 171.

537 Ebd., S. 169.

538 Hermann Bausinger, Utz Jeggle, Gottfried Korf, Martin Scharf: Grundzüge der Volkskunde. Darmstadt 1978, S. 204.

aber nicht aufgrund unterschiedlicher Nationalität als problematisch, sondern vielmehr wegen der unterschiedlichen Vorlieben für Musik, Mode und Freizeitbeschäftigungen. Safete differenziert die Gruppen der «Schweizer» und «Balkaner» wie folgt:

Schweizer sind eher Skater. Sie haben ihren eigenen Style. Ich kenne keinen einzigen Balkaner, der Skater ist. Balkaner haben einfach einen andern Style, etwas krasser als die Skater mit ihren Logos. [...] Die meisten [«Balkaner»-] Frauen haben Sexy-Style oder viele haben auch einen eleganten Style. Ein paar haben auch einen geflippten Style, mit House-Frisuren. [...] Die Skater rollen überall umher und haben schiefe Tschäppis auf. Das spricht die Balkaner einfach nicht an. Auch der Charakter ist ganz anders. Wir Balkaner verstehen uns viel besser gegenseitig als mit diesen Schweizern. Die sind irgendwie komisch. Ich habe auch viele Kollegen, die Schweizer sind, ich kenne mich aus mit diesen Schweizern. Ich habe sie auch sehr gerne. Aber sie sind ein wenig anders.⁵³⁹

Die von Safete angeführte Unterscheidung zwischen dem «krassen» und «eleganten Style» der «Balkaner» und den «schiefen Tschäppis» (schräg getragene Baseballkappen) der Skater, lässt sich in zwei korrelierende Richtungen interpretieren: zum einen hinsichtlich der unterschiedlichen sozioökonomischen Hintergründe der jeweiligen AkteurInnen, zum anderen im Kontext migrationsspezifischer Erfahrungen. So kann die Vorliebe der «Balkaner» für elegante Kleidung und Frisuren als Ausdruck und Imagination erfolgreich vollzogener sozialer Mobilität gedeutet werden, was wiederum auf eine ökonomische Rahmung der (elterlichen) Migration verweist.⁵⁴⁰ Zum anderen kommen in der Aussage auch Skepsis und Unverständnis gegenüber den in der Schweiz oft in mittelständischen Milieus sozialisierten Skatern zum Ausdruck, die sich aufgrund ihrer sozialen Position weniger um gesellschaftliche Etikette kümmern müssen. Während die «Balkaner» oftmals besonders darauf bedacht sind, die Erwartungen von Elternhaus und Mehrheitsgesellschaft zu erfüllen und ihren sozialen Status nicht zu gefährden, können sich Schweizer Jugendliche stilistische Nachlässigkeiten wie das Tragen «schiefer Tschäppis» eher leisten. Durch die Herabwürdigung des als unangebracht empfundenen Stils der Skater schaffen sich die «Balkaner» Möglichkeiten, ihre unsichere soziale Position umzudeuten und den «Balkan-Style» als Ressource gegenüber der vergleichsweise privilegierten Situation von Schweizer Jugend-

539 Interview vom 9. 5. 2008, Bülach (Schweiz).

540 Weiterführend zu Mode und Kleidung als soziologischem Gegenstand unter anderem René König: *Menschheit auf dem Laufsteg. Die Mode im Zivilisationsprozess*. Opladen 1999, als Überblickdarstellung Veronika Haberler: *Mode(n) als Zeitindikator. Die Kreation von textilen Modeprodukten*. Wiesbaden 2012.

lichen zu interpretieren. Im Social Web finden sich allerdings auch Beispiele dafür, wie Personen mit einem biografischen Balkanbezug den als «Balkan-Style» beschriebenen Stil infrage stellen und ihrerseits als Ausdruck einer «Unterschichtskultur» herabwürdigen. Ein Beispiel dafür findet sich im Internetforum balkanforum.info in einem Thread mit dem Titel «Abneigung gegen bestimmtes Aussehen». Ein User äussert sich dezidiert gegen Stilmerkmale und Vorlieben, die er als Ausdruck von «Balkanproleten» bezeichnet: «Und diese Balkanproleten mitn?? Rosenkranz um den Hals, offenem Hemd, riesiger Dieseltürtelschnalle....UZAS!» (kroatisch «užas», «schauderhaft»).^541

Die exemplarischen Schlaglichter auf die Konstruktion von Ethnizität als jugendkultureller Stil machen deutlich, dass sich soziale Zuschreibungen und jugendkulturelle Kategorien im Alltagsgebrauch kaum von ethnisierenden Stereotypisierungen und Bewertungsmustern trennen lassen.^542 Viele der vor dem Hintergrund von Migration und Ethnizität verhandelten Themen wie Konsum, Körper, Mode und Nightlife sind jedoch typische adoleszente Themen und als solche auch anschlussfähig für Jugendliche, die selbst keinen biografischen Bezug zu der Balkanregion haben, aufgrund ihres sozialen Milieus aber über ähnliche Vorlieben verfügen. Dies verdeutlicht eine weitere Aussage aus den Interviews, in welcher beschrieben wird, wie sich Schweizer Jugendliche in einem postmigrantisch geprägten Kontext an den Attributen des «Balkan-Style» orientieren würden:

Ich finde es lustig, wenn Schweizer mit uns hängen, dann werden sie automatisch auch [wie wir]. Sie haben automatisch nachher auch unseren Style. Das finde ich eigentlich lustig, weil sie fühlen sich einfach wohl mit uns und alles.^543

Der Zusammenhang von jugendkulturellem Stil und Ethnizität betrifft allerdings nicht nur «klassische» Stilmerkmale wie die Vorlieben für bestimmte Musik, Mode oder Marken, sondern – und dies ist aus medienethnografischer Perspektive von besonderem Interesse – auch die fotografische Praxis, mit der Stilmerkmale medialisiert und in die Social-Web-Kommunikation übertragen werden. Für Prozesse sozialer Inklusion und Exklusion ist dabei nicht nur von Bedeutung, *was* auf diesen Bildern dargestellt ist, sondern auch *wie* die Bildinhalte inszeniert und das Bild formal gestaltet wurde. In einem Interview wurde Safete gebeten, auf Netlog Bilder zu zeigen, um den von ihr als «Balkan-Style» bezeichneten Stil zu veranschaulichen. Stattdessen hat die junge Frau vorgeschlagen, eine in ihren Augen «missglückte» Fotografie zu

541 [Abneigung gegen bestimmtes Aussehen, www.balkanforum.info](http://www.balkanforum.info) (2013).

542 Muri 2010a, S. 82.

543 Interview vom 27. 1. 2010, Zürich (Schweiz).



Abb. 78: Ethnisierung ex negativo: Spiegelselie eines «Skaters».

zeigen, um den Unterschied zwischen den ästhetischen Praktiken der «Schweizer» und der «Balkaner» zu erklären. Dazu suchte sie nach einer Fotografie von einem User, der sich durch einen ausgeprägten «Bünzli-Style» (dt.: «Spiesser-Style») auszeichne.⁵⁴⁴ Die Wahl fiel auf ein im Bad aufgenommenes Spiegelselie, auf dem ein junger Mann in übergrössem Shirt und schräg getragener Baseballkappe zu sehen ist (Abb. 78). Die Fotografie stammt vom Profil eines vierzehnjährigen Users namens «HipHop__Hood».⁵⁴⁵

Im Vergleich zu den oft präzise inszenierten Selfies anderer Netlog-User fällt das Bild von «HipHop__Hood» durch einen eher nachlässigen Umgang mit den konventionalisierten Codes der jugendkulturellen Selfiefotografie auf. Dies betrifft sowohl den kleinteiligen und farblich heterogenen Bildhintergrund wie auch die ungewohnt frontale Mise en scène des Körpers, den unsicheren Gesichtsausdruck sowie die in der Bildmitte platzierte Kamera. Aus den formalen und inhaltlichen Eigenschaften des Bildes schliesst Safete, dass es sich bei dem Protagonisten um einen «Schweizer» und «richti-

544 Ebd.

545 HipHop__Hood, www.netlog.com (2010).

gen Skater» handeln muss, einen «langweiligen Menschen», der nicht wisse, wie man ein ansprechendes Selbstporträt fotografiere. Wie bereits an anderer Stelle verwendet die junge Frau die Bezeichnung «Skater» synonym zur Zuschreibung einer Schweizer Herkunft:

Suchen wir mal einen Schweizer, ich glaube, ich weiss, wer Bünzli-Style hat. [...] Mal schauen, ob ein Schweizer mein Profil besucht hat – da! Der ist sicher so ein Skater. Also ... Hip Hop ... Das ist so ein langweiliger Mensch, der keine Ahnung hat, wie Fotos zu machen. Der ist einfach so ein richtiger Skater, und der ist sicher Schweizer. Und das merke ich einfach.⁵⁴⁶

Die im Onlineprofil des jungen Mannes veröffentlichten Personendaten bestätigen die Ahnung der jungen Frau, was sie sichtlich mit Genugtuung erfüllt: «Unten dran steht sicher «Schweizer» ... Da kannst du schauen, was für eine Nationalität ... «Schweizerdeutsch», wie ich dies gewusst hätte!»⁵⁴⁷

Das Beispiel zeigt, wie inhaltliche und formale Kriterien fotografischer Praxis auf jugendkulturelle und ethnische Stereotype übertragen werden, wobei nicht nur das Vorhandensein, sondern auch die Absenz bestimmter ästhetischer Codes zur Konstruktion sozialer Differenzen beiträgt. Der Umgang mit dem Medienformat Fotografie ist dabei Teil einer distinktiven Praxis, über welche soziale Positionen hergestellt, verhandelt und durchgesetzt werden. Pierre Bourdieu hat dies in seinen Überlegungen zur sozialen Gebrauchsweise der Fotografie verdeutlicht und gezeigt, dass das fotografische Bild nie nur ein technisch konfiguriertes Abbild einer Wirklichkeit ist, sondern vor dem Hintergrund der sozialen Kontexte interpretiert werden muss, die seine Gebrauchsweise als Medium der Distinktion und Repräsentation von Status bestimmen.⁵⁴⁸ Die fotografische Praxis verweist, mit Bourdieu gesprochen, auf eine soziale Ordnung, die bestimmt,

dass noch die unbedeutendste Photographie neben den expliziten Intentionen ihres Produzenten das System der Schemata des Denkens, der Wahrnehmung und der Vorlieben zum Ausdruck bringt, die einer Gruppe gemeinsam ist.⁵⁴⁹

Solche Vorlieben betreffen aber nicht nur das Bild selbst, sondern auch die Kommunikation, durch welche die im Social Web veröffentlichten Fotografien verhandelt werden. Die Wahl des Motivs, die Form der Inszenierung

546 Interview vom 27. 1. 2010, Zürich (Schweiz).

547 Ebd.

548 Pierre Bourdieu, Luc Boltanski, Robert Castel, Jean-Claude Chamboredon, Gérard Lagneau, Dominique Schnapper (Hg.): Eine illegitime Kunst. Die sozialen Gebrauchsweisen der Photographie. Hamburg 2006.

549 Ebd., S. 17.

sowie die Bildgestaltung, aber auch die im Social Web formulierten Kommentare beziehen sich immer auf den sozialen Kontext der an der Produktion und Rezeption beteiligten AkteurInnen: Sie beurteilen die Bilder vor dem Hintergrund ihrer jeweiligen Bewertungs- und Anerkennungsmuster. Dies hat sich auch dadurch nicht verändert, dass heute praktisch jede Person im Besitz eines kamerafähigen Handys und damit in der Lage ist, fotografische Bilder zu erzeugen und diese auch zu nutzen, um verschiedene (auch unkonventionelle) soziale Rollen zu erproben und im Social Web zu diskutieren. Entgegen der anhaltenden «Euphorie gegenüber den Verheissungen des Mitmach-Webs»⁵⁵⁰ zeigt sich in der vorliegenden Untersuchung, dass sich im Umgang mit digitaler ICT- undameratechnik bestehende soziale Praxen und Strukturen eher reproduzieren. Mit der Metapher vom «langen Arm des <Real Life>» beschreibt Klaus Schönberger, wie offline bereits bestehende soziale Strukturierungen wie Bildung, Geschlecht oder Klasse sowie bestehende Handlungs- und Kulturmuster ins Internet übernommen, dort reproduziert und mitunter gar intensiviert werden.⁵⁵¹ Über diese Feststellung lässt sich auch Kritik an den noch immer wirkungsmächtigen technik- und medienutopischen Vorstellungen der 1990er-Jahre formulieren, die das World Wide Web als «Soziallabor für Experimente» mit «Ich-Konstruktionen und Rekonstruktionen» verstehen, in welchem der User die «unerforschten Bereiche seines Selbst auszuleben» vermag.⁵⁵²

«Balkan-Reality»: Ethnizität und sozialer Status im Nightlife

Die Analyse des «Balkan-Style» als jugendkultureller Stil zeigt, wie alltägliche Konstruktionen und Erfahrungen ethnischer Differenzen in die Bildung sozialer Kategorien einfließen und über die Performance und Repräsentation lebensstilrelevanter Aspekte verhandelt werden. Deutlich wird dabei auch, dass sozialer Status und Ethnizität immer auch über die Inszenierung von Gender verhandelt werden (und vice versa). In den Kultur- und Sozialwissenschaften wurde die Beschäftigung mit der Intersektionalität von sozialem Milieu, Ethnizität und Geschlecht seit den 1970er-Jahren insbesondere von den angelsächsischen Cultural, Gender und Postcolonial Studies vorangetrieben.⁵⁵³ Stuart Hall etwa spricht von «race» als einer Art und Weise,

550 Hengartner 2009, S. 36.

551 Klaus Schönberger: Persistenz und Rekombination. Digitale Kommunikation und soziokultureller Wandel, in: Zeitschrift für Volkskunde, 111/2 (2015), S. 201–213, hier S. 37.

552 Sherry Turkle: Leben im Netz. Identitäten in Zeiten des Internets. Reinbek bei Hamburg 1998, S. 297.

553 Ausführlicher zum Konzept der Intersektionalität S. 50 in diesem Buch.

wie soziale Klasse gelebt wird, und als dem Medium, durch welches Klassenverhältnisse erfahren, angeeignet und verhandelt werden.⁵⁵⁴ In ähnlicher Weise bildet Ethnizität im jugendkulturellen *doing ethnicity* eine Matrix für die Konstruktion und Verhandlung von sozialem Status und Gender. Die Performance und Repräsentation von Ethnizität wird dabei mit einer sozial distinktiven Funktion belegt, indem lebensweltliche Präferenzen für Stil, Körperbilder und Konsumgüter als Aspekte des «Balkanisch-Seins» repräsentiert werden. In einer kulturtheoretischen Betrachtung können solche Prozesse der intersektionalen Konstruktion von Ethnizität und sozialem Status auch als ästhetische Praxen beschrieben werden, durch welche lebensweltliche Erfahrungen innerhalb der visuellen Kultur verhandelt werden. In dieser Perspektive lassen sich die ebenso im On- wie Offline beobachtbaren Formen der Stilisierung und Ästhetisierung des Sozialen vor dem Hintergrund einer bis in die Bereiche der Freizeit reichenden Veränderung der Arbeits- und Produktionsprozesse interpretieren, in welcher dem Umgang mit Symbolen und immateriellen Gütern eine zunehmend wichtigere Rolle zukommt. Andreas Reckwitz spricht diesbezüglich von einer eigentlichen «ästhetischen Ökonomie», die allerdings über eine Symbolökonomie oder eine Ökonomie der Zeichen hinausreicht, insofern Zeichen und Symbole in der ästhetischen Ökonomie nicht primär als Träger von Bedeutung, sondern als Instrumente zur Erregung der Sinne und Affekte von Bedeutung sind.⁵⁵⁵ Josef Früchtl und Jörg Zimmermann beschreiben die Inszenierung des sozialen Selbst unter den Vorzeichen spätmoderner Selbstentfaltung und Eventisierung gar als eine «epochal verschärfte existenzielle Notwendigkeit».⁵⁵⁶

Wie sich die Intersektionalität von Ethnizität und sozialem Status im Zusammenhang von jugendkultureller Distinktion, ästhetischer Ökonomie sowie einer spezifischen Konstruktion des Balkanischen gestaltet, zeigt sich exemplarisch am «Balkan-Nightlife». Das Balkan-Nightlife ist ein wichtiger Aspekt des postmigrantischen *doing ethnicity* und ein zentraler Schauplatz für die gemeinsame Performance des Balkanischen. Die Bezeichnung

554 Stuart Hall: *Race, Articulation and Societies Structured in Dominance*, in: UNESCO (Hg.): *Sociological Theories. Race and Colonialism*. Paris 1980, S. 305–345, hier S. 341.

555 Reckwitz 2012, S. 194. In ähnliche Richtung weist die Kapitalismuskritik von Yann Moulier-Boutang, der von einem «kognitiven Kapitalismus» spricht. In diesem würden nicht mehr Waren die hauptsächliche Ressource der Wertschöpfung darstellen, sondern Kreativität, Subjektivität, soziale Kooperationen sowie die neuen Informations- und Kommunikationsmedien, über die Wissen erarbeitet, formuliert und verbreitet wird. Vgl. Yann Moulier-Boutang: *Marx in Kalifornien: Der dritte Kapitalismus und die alte politische Ökonomie*, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 52–53 (2001), S. 29–37.

556 Früchtl/Zimmermann 2001, S. 16.

Balkan-Nightlife fokussiert auf die an Jugendliche und junge Erwachsene adressierten Veranstaltungen, an denen SängerInnen und DJs aus den westlichen Balkanstaaten auftreten, nimmt aber auch die mit diesen verbundenen Praktiken und Orte der Kommunikation in den Blick. Musikalisch liegt der Schwerpunkt des Balkan-Nightlife auf elektronischer Dance-Musik und Ethnopop in zumeist serbischer, kroatischer oder albanischer Sprache, gespielt wird aber auch elektronische Musik von lokalen und internationalen Künstlern. Solche Veranstaltungen finden gewöhnlich in Clubs statt, deren Programme ausschliesslich oder zu wesentlichen Teilen auf das Balkan-Nightlife ausgerichtet sind. Besucht werden solche Veranstaltungen von in der Region wohnhaften Jugendlichen und jungen Erwachsenen, aber auch von BesucherInnen, die aus entfernteren Gegenden der Schweiz oder aus dem benachbarten Ausland anreisen. Nicht selten sind die Veranstaltungen auch Treffpunkte für verstreut lebende Freunde und Verwandte. So erzählt die achtzehnjährige Serbin Dijana in einem der Interviews, dass sie oft in die Zürcher Agglomerationsgemeinde Rümlang in den Club Grodonia fahre, da dort jeden Samstag «ein berühmter Sänger aus Serbien» zu sehen sei. Diese Veranstaltungen besuchte sie nicht nur gemeinsam mit ihren (serbischsprachigen) Freunden, sondern auch «mit dem Bruder, mit Freunden, auch mit Verwandten, Cousin und Cousine».⁵⁵⁷

Die Eventkulturen des Nachtlebens sind eingebettet in eine audiovisuelle Kultur, die hervorgeht aus der Assemblage unterschiedlicher Medienformate. Dazu zählt auch die Werbung für die Veranstaltungen, die wesentlich daran beteiligt ist, Vorstellungen und Symbole eines gemeinsamen Lebensstils unter partyaffinen AkteurInnen zu verbreiten. Beworben werden die Veranstaltungen über gedruckte Flyer, vor allem aber über digitale Kommunikationsmedien wie die Websites und Facebook-Seiten der Clubs und Partylabels oder die Social-Web-Kanäle der SängerInnen und DJs, aber auch im Musikfernsehen der Balkanstaaten. Ein Beispiel dafür ist der Satellitensender DM-SAT, der im Besitz der bekannten serbischen Folk-Pop-Sängerin Dragana Mirković und ihres Ehemanns Anton Bijelic ist. Juristisch ist der Sender in Wien angesiedelt, die Programme werden im serbischen Požarevac produziert, während die Vermarktung über die im schweizerischen Baar ansässige Firma «on media ag» erfolgt. Ein 2016 publiziertes Factsheet beschreibt den Sender als «Musik- und Boulevardsender», der «Unterhaltung ohne politischen Anspruch» anbietet.⁵⁵⁸ Dabei werden auch Konzerte und Partys des (europäischen) Balkan-Nightlife beworben. Zwischen einzelnen

557 Interview vom 18. 1. 2010, Bülach (Schweiz).

558 DM SAT. Senderpräsentation Februar 2016, www.dmsat.tv (2016).



Abb. 79: Transnationale Rezeption: Tourdaten des Sängers Boban Rajović.

musikalischen oder redaktionellen Beiträgen werden Videoclips von wenigen Sekunden Dauer eingespielt, in welchen Konzerte von Ethnopop- und Ethnodance-MusikerInnen aus den Balkanregionen angekündigt werden. Beworben werden dabei Auftritte auf dem Balkan, aber auch in der Schweiz, Deutschland und Österreich. Dies illustriert eine Bildschirmfotografie mit den Tourdaten des montenegrinischen Sängers Boban Rajović (Abb. 79).⁵⁵⁹

Als beliebte Veranstaltungsorte im deutschsprachigen Europa tauchen in den Werbespots die österreichischen Städte Innsbruck, Klagenfurt, Linz, Salzburg, Villach und Wien auf, die Schweizer Ortschaften Baar, Basel, Dietlikon, Härkingen, Lyssach, Montlingen und Zürich sowie die süddeutschen Städte München und Weingarten. Diesen Orten ist gemeinsam, dass sich an ihnen auf das «Balkan-Nightlife» spezialisierte Lokalitäten befinden, die von den SängerInnen und DJs aus den Balkanstaaten regelmässig (teilweise mehrmals jährlich) besucht werden. Die Lokalitäten sind Teil eines sich zwischen Belgrad und Basel erstreckenden sozialen und kulturellen Netzwerks, das die Kontexte der deutschsprachigen Balkanmigration mit den Kontexten der Balkanstaaten verbindet. Die Darstellung dieser Orte und die

⁵⁵⁹ Konzerte im Norden oder ausserhalb des deutschsprachigen Europas wurden hingegen nur vereinzelt beworben, zum Beispiel in Paris, London oder im schwedischen Helsingborg.

Visualisierung der Verkehrsrouten in Google Maps veranschaulicht die Besonderheit, dass die Orte der Balkanmigration im deutschsprachigen Europa räumlich nicht von den Ländern der westlichen Balkanregion abgetrennt, sondern mit diesen in einem sich bald verdichtenden, bald eher losen Geflecht verwoben sind (Abb. 80). Historisch lässt sich die für die Schweizer Perspektive auffallende Konzentration von «Balkanclubs» auf die Mittellandregion⁵⁶⁰ damit erklären, dass sich EinwanderInnen aus Jugoslawien respektive aus den jugoslawischen Nachfolgestaaten schwerpunktmässig entlang der Bahnlinie von Belgrad nach Basel niederliessen.⁵⁶¹ Auch heute verbindet ein ab Zürich fahrender Nachtzug die Schweiz via Innsbruck und Villach mit Ljubljana, Zagreb, Belgrad und über vierzig anderen Ortschaften entlang der Strecke durch Österreich, Slowenien, Kroatien und Serbien mit dem westlichen Balkan. Zudem fahren täglich Reisebusse aus der Schweiz entlang des östlichen Alpenbogens über Italien nach Kroatien, Serbien, Bosnien und Herzegowina, Mazedonien oder in den Kosovo.⁵⁶²

Das Balkan-Nightlife ist Teil eines translokalen Netzwerks, in welchem verschiedene Orte und Lokalitäten, mediale Artefakte und soziale AkteurInnen zusammenwirken. Im Wesentlichen konstituiert sich das Balkan-Nightlife aus der zeitlichen und räumlichen Verknüpfung von drei autonomen Netzwerken: dem Netzwerk der popkulturellen AkteurInnen, also der SängerInnen und DJs, die sich zwischen den Veranstaltungsorten in und ausserhalb der Balkanstaaten bewegen, dem Netzwerk der (jugendkulturellen) AkteurInnen, welche die Veranstaltungen besuchen, sowie den Netzwerken digitaler Kommunikation, mit denen Partys und Konzerte im Vorfeld angekündigt und beworben werden, über welche Eindrücke und Bilder der Veranstaltungen getauscht und kommentiert werden und durch welche die Partynacht über ihre zeitliche und räumliche Situierung hinaus erinnert und narrativ verfestigt wird. Zu letzteren Netzwerken zählen auch die Nightlifeportale im Internet, die für viele Jugendliche selbstverständlicher Teil der Alltagskommunikation in der Schweiz bilden.⁵⁶³ Auf solchen Websites informieren sich

560 Als Mittelland wird die zwischen den Höhenzügen des Juras im Norden und den Alpen im Süden liegende Grosslandschaft der Schweiz bezeichnet. Das Mittelland macht ein Drittel der Fläche der Schweiz aus, ist jedoch der Wohnort von mehr als zwei Dritteln der Bevölkerung.

561 Jean Steinauer, Malik von Allmen: Weg mit den Baracken! Die Immigranten in den Schweizerischen Gewerkschaften 1945–2000. Lausanne 2000, S. 42, zitiert in von Aarburg/Gretler 2008, S. 27.

562 [ExpressBus – Ihr Schweizer Spezialist für europaweite Buslinien & Busreisen, www.expressbus.ch](http://www.expressbus.ch) (2016).

563 Vgl. Klaus Neumann-Braun, Jörg Astheimer: Partywelten – Bilderwelten. Einführende Bemerkungen, in: dies. (Hg.): Doku-Glamour im Web 2.0. Party-Portale und ihre Bildwelten. Baden-Baden 2010, S. 9–29, hier S. 10.

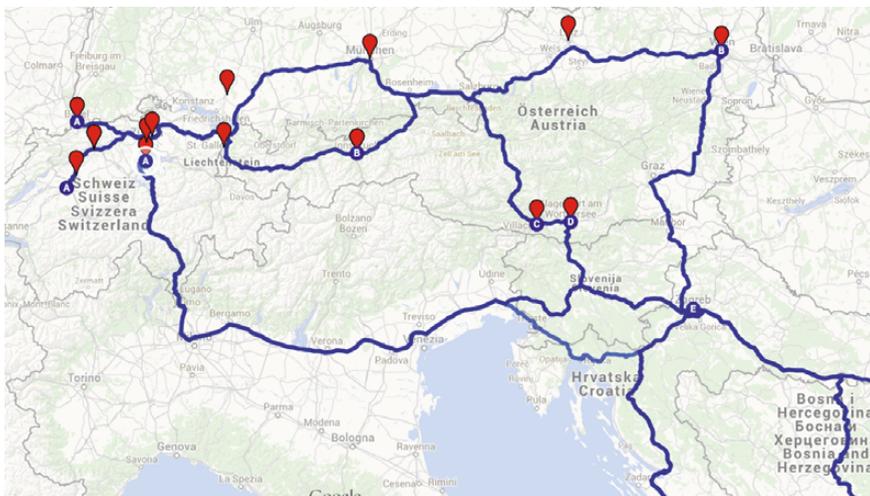


Abb. 80: Transeuropäische Verbindungen: Veranstaltungsorte des «Balkan-Nightlife».

die Jugendlichen über kommende Veranstaltungen und schauen sich Fotografien von vergangenen Partys an. Die meisten dieser Portale bieten zudem die Möglichkeit, eigene Bilder auf einem persönlichen Profil hochzuladen und mit anderen UserInnen zu kommunizieren, etwa durch das Schreiben von persönlichen Mitteilungen.⁵⁶⁴ Speziell an Jugendliche und junge Erwachsene mit Balkanbezug richtet sich die deutschsprachige, am Schweizer Kontext orientierte Facebook-Seite *heyti.com*.⁵⁶⁵ Die Macher der Seite beschreiben die 2007 gegründete Plattform als «Partyportal mit Events, Fotos, Videos und News aus den Sparten Balkan/Greek/Oriental».⁵⁶⁶ Heute wird die Seite von über 5000 Facebook-UserInnen «geliked» und stellt nach eigenen Anga-

564 Klaus Neumann-Braun und Jörg Astheimer unterscheiden die passive Nutzung solcher Portale, die das Betrachten von Partyfotos und Veranstaltungskalendern erlaubt, von der aktiven Nutzung, in welcher sich AkteurInnen an der Kommunikation beteiligen und wodurch die Portale zu identitäts- und beziehungsrelevanten Handlungskontexten werden. Vgl. ebd., S. 10 f. Allerdings hat sich mit der dominanten Stellung von Facebook in der Social-Web-Kommunikation die Funktion der Partyportale zunehmend auf Facebook-Seiten verschoben. Facebook-Seiten haben für die UserInnen zudem den Vorteil, dass sie sich über Freundschaften, Links und «Likes» direkt mit anderen UserInnen austauschen oder sich mit den Facebook-Profilen und YouTube-Kanälen der Stars verlinken können.

565 *heyti.com*, www.facebook.com (2007).

566 Ebd.

ben «eines der bedeutendsten Partyportale der Schweiz für Secondas und Secondos aus der Balkanregion (Länder des ehemaligen Jugoslawiens sowie Griechenland und Türkei)» dar.⁵⁶⁷

Der Fotografie kommt innerhalb solcher Nightlifestyleportale eine hervorgehobene Rolle zu. Von besonderer Bedeutung ist dabei der Bildtyp des «inszenierten Portraits», welcher sich als «zentraler Code der Visualisierung des Nachtlebens» in der jugendkulturellen Kommunikation herausgebildet hat.⁵⁶⁸ Im Auftrag der Nightlifestyleportale besuchen FotografInnen ausgewählte Partys und produzieren Porträtbilder der Gäste, die am nachfolgenden Tag im Internet publiziert und von den UserInnen mit ihrem Namen «getagged» werden können. Die *Mise en scène* der Partyfotografie folgt dabei klaren Konventionen, durch welche sich das Partybild von einem Schnappschuss unterscheidet und die vorgeben, wie Körper und Artefakte arrangiert und gegenüber der Kamera in Szene gesetzt werden. Dies betrifft die Positionierung der Körper im Raum, deren Gestaltung durch Frisuren, Kleidung und Accessoires, aber auch Inszenierungscodes wie Körperposen, Gesten, Blicke oder die Mimik einer fotografierten Person oder Personengruppe.⁵⁶⁹ Dabei weisen die im Genre der Partyfotografie beobachtbaren Körperinszenierungen oft eine ausgeprägte Gender-Dimension auf, die sich an stereotypen Geschlechterbildern orientiert: Junge Männer zeigen sich als «Player» in edler Kleidung und zeigen ihre im Fitnessstudio modellierten Körper, junge Frauen inszenieren sich elegant und verführerisch in glamouröser und aufreizender Kleidung, tragen Schmuck und Make-up. Mit Erving Goffman gesprochen bilden solche Partys einen Rahmen, in welchem die AkteurInnen eine auf die Repräsentation von sozialem Status ausgerichtete «Teilrolle» zur Darstellung bringen.⁵⁷⁰ Allerdings unterscheidet sich das Balkan-Nightlife von anderen Ausprägungen des Nachtlebens dadurch, dass diese «Teilrollen» von den AkteurInnen immer auch auf ihre Ethnizität bezogen werden. Dies betrifft insbesondere die Kulturalisierung von Stil und Geschlecht. Dies veranschaulicht ein 2011 auf dem deutschen Privatsender ProSieben ausgestrahlter Beitrag, in dem ein Reporter des Magazins «Taff» einen Club in Düsseldorf besucht, der «vor sexy und

567 Ebd.

568 Jörg Astheimer: Doku-Glamour. (Semi-)Professionelle Nightlife-Fotografie und ihre Inszenierungen, in: Klaus Neumann-Braun, Jörg Astheimer (Hg.): Doku-Glamour im Web 2.0. Party-Portale und ihre Bildwelten. Baden-Baden 2010, S. 163–185, hier S. 167.

569 Ausführlich zu den Produktionsprozessen der Partyfotografie Sina Stingelin, Katharina Müller: Geschäftsroutine(n). Fotografische Praktiken vor und hinter der Kamera, in: Klaus Neumann-Braun, Jörg Astheimer (Hg.): Doku-Glamour im Web 2.0. Party-Portale und ihre Bildwelten. Baden-Baden 2010, S. 135–150.

570 Goffman 2010, S. 18.

hübsch anzusehenden Balkanesinnen» nur so «strotzen» würde, so der O-Ton des Beitrags.⁵⁷¹ Im Beitrag wurden die BesucherInnen des Clubs gefragt, was denn die «Balkan-Mädels» überhaupt ausmache? Die im Beitrag gezeigten Antworten zeigen, wie im Sprechen über den Balkan stereotype Vorstellungen von Gender und Ethnizität reproduziert werden: «Die Balkanmädchen, die stylen sich halt immer extrem viel auf», tragen «ganz, ganz, ganz hohe Schuhe» und «hauptsächlich Miniröcke», so die Antwort von zwei der bei der Party interviewten Frauen. Eine im Rahmen der vorliegenden Studie erhobene Aussage weist allerdings auch darauf hin, dass für die Wahl des Party-Outfits nicht die ethnische Orientierung einer Veranstaltung wichtig ist, sondern in erster Linie die Musikrichtung, zu der ein bestimmter Kleidungsstil passt. In vielen Balkanclubs wird Elektro- und Dance-Musik gespielt und dies sei der Grund dafür sei, dass die Männer eher «Karotten-Hosen» anziehen und ihre «Frise» (dt.: «Frisur») «stylen» würden, während die Frauen sich meistens «sexy anziehen» würden.⁵⁷²

Wie die Idee eines gemeinsamen Stils von den AkteurInnen des Balkan-Nightlife aufgegriffen wird, veranschaulichen zwei Fallbeispiele, die auf unterschiedliche Kontexte verweisen. Das erste Beispiel zeigt, wie das Narrativ des Balkanischen von den Veranstaltern balkanorientierter Partys aufgegriffen und in die Bildwelt des Balkan-Nightlife integriert wird. Das zweite Beispiel stammt aus dem digitalen doing ethnicity auf Facebook und zeigt, wie das Balkan-Nightlife in Differenz vom Nachtleben von deutschen Jugendlichen repräsentiert wird.

Seit 2010 findet im Zürcher Club Jil eine Partyreihe unter dem Namen «BALKAN REALITY» statt. Das Jil inszeniert ein elegantes und glamouröses Image. Die Macher des Clubs beschreiben das Lokal als einen «exklusiven Club mit Restaurant, Bar und Lounge», in welchem schwerpunktmässig Dance- und Ethnopop-MusikerInnen aus den Balkanstaaten auftreten.⁵⁷³ Entsprechend sind auch die Werbemittel des Clubs in einer Bildsprache gestaltet, deren Form und Inhalte die globalisierten Codes der Konsum- und Lifestyleindustrie aufnehmen. Exemplarisch lässt sich dies am Design eines Partyflyers für ein Konzert des serbischen Sängers Marko Munjiza aka Marko Vanilla veranschaulichen. Das Zentrum des Flyers bildet ein Bild des serbischen Sängers, dessen Auftritt der Höhepunkt des beworbenen Anlasses ist (Abb. 81). Das fotografische Porträt ist vor einem rot-pinken Hintergrund platziert und umgeben von grafischen Glitzereffekten. Vor dem Torso des

571 Styling für die Balkan-Party, www.prosieben.ch (2011).

572 Interview vom 9. 5. 2010, Bülach (Schweiz).

573 WELCOME INSIDE THE JIL CLUB, www.jil-club.com (2016).

Sängers ist der Schriftzug der Partyreihe platziert in einer an die Leuchtschriften von Variététheatern erinnernden Typografie. Als zusätzliche grafische Elemente finden sich Bilder von Diamanten, ein Kussmund, ein Lippenstift und ein mit Strasssteinen besetzter High-Heel-Schuh. Die Kombination des Textes «BALKAN REALITY» mit einer glamourös konnotierten Bildsprache konstruiert einen Zusammenhang zwischen einem hedonistischen Lebensstil und einer «Kultur des Balkans», der im Kontrast steht zum Stigma des Balkans und der Herabwürdigung zum «Hinterhof Europas». ⁵⁷⁴ Im Unterschied zu dem negativ besetzten Klischee verspricht die Party im Jil eine alternative und durch das «doing party» sinnlich erfahrbare «Realität» des Balkanischen. Dieser Modus der Umcodierung hegemonialer Vorstellungen begegnet in einer weiteren Veranstaltungsreihe des Clubs, die unter dem Titel «Fancy JIL gets BALKANIZED» firmiert. Vor dem Hintergrund historischer Balkandiskurse fällt dabei sofort die positive Verwendung des in seiner historischen Verwendung vorbelasteten Begriffs Balkanisierung ins Auge. Die Bezeichnung wurde am Ende des Ersten Weltkriegs durch westliche Diskurse geprägt, um die Aufsplitterung vormals geografischer und politischer Einheiten zu problematisieren. Mit der jugoslawischen Desintegration in den 1990er-Jahren hat der Begriff einen erneuten Zuwachs an Bedeutung erfahren, auch um die mit dem Begriff verbundenen Vorstellungen von Gewalt, Radikalismus und moralischem Zerfall zu bezeichnen. ⁵⁷⁵ Ob der Begriff den PartypromotorInnen des Clubs Jil aus seiner hegemonialen Bedeutung vertraut ist, ist allerdings fraglich. Eher ist anzunehmen, dass hier eine medial zirkulierende Wortschöpfung angeeignet wurde, um eine Praxis des (temporären) Balkanischwerdens zu entwerfen, durch welche die Partygäste ihrem Alltagstrott entfliehen und die als belastend erlebte Anrufung als «vom Balkan» unter den Vorzeichen von Lifestyle und Jugendkultur positiv erleben können.

Wie ethnische Differenzen und sozialer Status über das «doing party» und dessen fotografische Repräsentation performiert werden, veranschaulicht ein zweites Beispiel aus dem medialisierten «Balkan-Nightlife». Es handelt sich dabei um eine auf der Facebook-Seite «Ich liebe den Balkan» erhobene Bild-Text-Montage, in welcher Stil und Feierfreudigkeit der «Balkaner» denen der «Deutschen» gegenübergestellt werden (Abb. 82). Das Bild ist aus zwei Hälften zusammengesetzt: Die obere Bildhälfte zeigt eine Gruppe elegant gekleideter Frauen und Männer, die bei einer Party für die Kamera posieren. Die Fotografie ist übertitelt mit dem Text «Balkaner beim feiern». Auch die untere Bildhälfte besteht aus einer Partyfotografie. Die abgebildeten

574 Unmut in Europas Hinterhof, www.nzz.ch (2014).

575 Vgl. dazu ausführlicher die Diskussion des Begriffs in Kapitel 1.



Abb. 81, 82: Inszenierter Hedonismus: Partyflyer, im Social Web zirkulierendes Scherzbild.

Personen sind jedoch weniger elegant gekleidet als die «Balkaner» auf der oberen Bildhälfte und setzen ihre Körper vor der Kamera auch weit weniger selbstbewusst in Szene. Übertitelt ist diese Fotografie mit den Worten «Deutsche beim feiern». An dem Bild fällt auf, dass auf der Textebene zwar die Praxis des Feierns als Merkmal ethnischer Differenz thematisiert wird, es sich bei beiden Fotografien jedoch um typische Partybilder handelt, für die sich die AkteurInnen in einer statischen Pose und kontrolliert vor der Kamera in Szene setzen. «Beim Feiern» zu sein meint hier also nicht Tanzen, Flirten oder Trinken, sondern verweist in erster Linie auf eine Praxis der Repräsentation von Kleidern und Körper. Die (für die Partyfotografie typische) dominante Stellung von Stilmerkmalen und Körpertechniken wird auch in den zu dem Bild verfassten Kommentaren deutlich. So schreibt ein User «Schuhe fotografieren hätte auch gereicht ... hahaha». Eine andere Userin bezieht sich auf die Bekleidung der porträtierten Deutschen, wenn sie schreibt: «und dann auch noch immer diese Taschen die sie umhängen». In eine vollkommen andere Richtung führt ein weiterer Kommentar zu dem Bild: In diesem weist ein Facebook-User namens «Al Ex» darauf hin, dass es sich bei den abgebildeten «Balkanern» in Wahrheit um Personen russischer Herkunft handle, konkret um ihn und seine Freunde: «hey das obere bild sind wir .. russen und keine balkaner». Tatsächlich führt die Google-Bildersuche zu dem Ursprungsbild, das auf der Website des im badischen Bruchsal gelegenen Unity Clubs erstmals veröffentlicht wurde. Ein Abgleich mit dem Facebook-Profil von «Al Ex» bestätigt, dass es sich bei der abgebildeten Gruppe tatsächlich um Personen

mit deutsch-russischem Hintergrund handelt. Das Beispiel hat mehr als nur anekdotischen Wert: Es zeigt, dass im doing ethnicity als ethnisch reklamierte Vorlieben auf einen sozioökonomischen Hintergrund im Sinne von Milieu und Habitus verweisen, deren Praxen und Präferenzen transversal zu unterschiedlichen soziokulturellen und demografischen Kontexten verlaufen.

Do-it-yourself-Glamour

In einer kultur- und medienhistorischen Betrachtung referieren die im Social Web beobachtbaren Repräsentationen von sozialem Status auf eine Praxis der fotografischen Inszenierung von Körper, Kleidung und Geschlecht, die hervorgeht aus der professionellen Glamourfotografie der frühen Konsum- und Unterhaltungsindustrie des 20. Jahrhunderts. Theater und Varieté und später insbesondere das Kino entwarfen sinnliche Gegenwelten zu der reglementierten Gesellschaft des Bürgertums, in der Hedonismus und Sexualität als Merkmale der Aristokratie wahrgenommen und abgelehnt wurden.⁵⁷⁶ Stephen Gundle beschreibt, wie Frauen und Männer des Bürgertums ihre Sehnsüchte und Begehren auf die Theater ihrer Zeit und deren «dazzling spectacle of colour, excess and excitement» umlenkten.⁵⁷⁷ Die Medialisierung des Glammers durch illustrierte Magazine, später durch Kino und Radio, aber auch die Einbindung des Konzepts in die neuen Märkte der Konsum- und Unterhaltungsindustrie liessen aus dem verborgenen Spektakel der Eliten ein Massenphänomen werden, das die visuelle Kultur der Populär- und Konsumindustrie bis in die Gegenwart prägt. Eine wichtige Rolle spielte dafür die Glamourfotografie, durch welche zuerst die Theaterbetreiber und später die Filmstudios die Stars ihrer Produktionen als Figuren des Begehrens in Szene

576 Dieser historische Zeitraum markiert auch den Ausgangspunkt dessen, was Andreas Reckwitz als «Ästhetisierungsgesellschaft» bezeichnet. Reckwitz deutet die Affektkultur der späten Moderne als Reaktion auf den Mangel an legitimen Affekten und Gefühlen in der gesellschaftlichen, bürgerlichen, insbesondere aber der organisierten Moderne. Mit der «bürgerlichen Moderne» beschreibt Reckwitz die sich im 18. Jahrhundert gegen Feudalismus und Traditionalismus herausbildenden sozialen Praktiken der Ökonomie, des Staates, der Familie und der Wissenschaft, die kulturell durch die bürgerliche Lebensform und das reflexive und sich selbst disziplinierende bürgerliche Selbst getragen werden. Zu diesen Strukturmerkmalen liefert die «organisierte Moderne» ein Gegen- und Nachfolgemodell, insofern das liberale Paradigma des selbstverantwortlichen Bürgers durch ökonomische und staatliche Steuerungs-, Koordinations- und Planungsmechanismen abgelöst wird. Die «Rationalitätsschübe» dieser Modernen würden einen systematischen Mangel an Affekten produzieren, den die Ästhetisierungsprozesse des Kreativitätsdispositivs zu beheben versprechen. Vgl. Reckwitz 2012, S. 315 f.

577 Stephen Gundle: *Glamour. A History*. Oxford, New York 2008, S. 10.

setzten. Als Begriff wurde «Glamour» in den 1920er-Jahren von den Publikumszeitschriften der Hollywood-Filmwirtschaft geprägt, die damit «die besondere Aura und die besondere Ausstrahlung» ihrer Filmstars zu umschreiben versuchten.⁵⁷⁸ In den 1950er-Jahren entwickelte sich in der Glamourfotografie ein neuer, im Unterschied zu den artifiziellen Darstellungen der Vorkriegszeit eher natürlicher Porträtstil, der stärker auf die Ästhetik des Schnappschusses referierte.⁵⁷⁹ Heute ist die Ästhetik der Glamourfotografie ein globales Massenphänomen, das nicht nur in der Werbung und Unterhaltungsindustrie begegnet, sondern auch Eingang in die alltäglichen Bildproduktionen gefunden hat und vermehrt auch an den Schnittstellen von Ökonomie und Alltagskultur stattfindet. Zu denken ist dabei etwa an die Social-Web-Aktivitäten der als WerbebotschafterInnen agierenden Models, SchauspielerInnen und Prominenten, deren globale Bekanntheit fast ausschliesslich in ihrer (anhand ihrer «Follower» quantifizierbaren) Präsenz auf Bildplattformen wie Instagram gründet. So folgen derzeit rund 100 Millionen AbonnentInnen dem Instagram-Account der 21-jährigen US-Amerikanerin Kylie Jenner.⁵⁸⁰

Durch die Ubiquität digitaler ICT- und Kameratechnik wurden innerhalb weniger Jahre Millionen von jungen Erwachsenen zu ProduzentInnen ihrer eigenen Glamourinszenierungen, mit denen sie sich in den Öffentlichkeiten des Social Web präsentieren. Die Orientierung an den Inszenierungs- und Darstellungsformen der Konsumkultur schaffen dabei Möglichkeiten, eine soziale Position entlang eines mehr oder weniger konkreten Vorbilds zu imaginieren und im Umgang mit Körper, Bild und Kamera performativ anzueignen. Im Zentrum steht zumeist die fotografische Inszenierung des Körpers, aber auch dessen Modifikation und Codierung durch das (Mit-)Abilden von Kleidung und Accessoires sowie die Gestaltung von Frisur, Make-up usw. Die Orientierung an Vorbildern aus den Bildwelten der globalen Populär- und Konsumkultur erfolgt dabei oft implizit, zum Teil aber auch mit Absicht. So erzählt Natasa, wie sie mit ihren FreundInnen in der Freizeit Posen nachstellt und fotografiert, die ihnen aus Musikvideos bekannt sind. Allerdings veröffentliche sie im Social Web nur Bilder, die sie als «gut» bewerte:

Ich habe Video-Clips, die ich anschau, dort sieht man etwas, wo man sagt, ja, da könnten wir auch etwas Ähnliches machen. Wir probieren es, und wenn es gut herauskommt, dann stellen wir's ins Internet.⁵⁸¹

578 Horak, Jan-Christopher: *Glamour/Glamour-Fotografie* (2011), <http://filmlexikon.uni-kiel.de>.

579 Ebd.

580 [kyliejenner, www.instagram.com](http://www.instagram.com) (2017).

581 Interview vom 9. 5. 2010, Bülach (Schweiz).

Ihre Freundin, die neunzehnjährige Albulena, weist zudem darauf hin, dass mit zunehmender Erfahrung das Posieren vor der Kamera weniger als bewusstes Nachstellen denn als eine verinnerlichte Praxis der Bezugnahme auf die Bildformeln der Konsum- und Populärkultur interpretiert werden kann:

Früher schon, ja. Alles was man gesehen hat, hat einem gut gefallen, und dann «au ja, machen wir das noch so». So wie Nachmachung. Aber jetzt denkt man gar nicht mehr daran.⁵⁸²

Von nicht minder grosser Bedeutung wie die Inszenierung des Körpers durch Pose, Blick und Mimik ist die Staffage mit Objekten und Symbolen, denen eine distinktive Funktion zukommt und deren fotografische Repräsentation einen Zugewinn an sozialem Status in Form von Anerkennung in Aussicht stellt. Oft handelt es sich bei den getragenen Objekten um kleine, erschwingliche oder auf dem Schwarzmarkt leicht als Fälschung erwerbbar Schmuckstücke oder Markenprodukte wie Sonnenbrillen oder Gürtelschnallen von Brands wie Gucci, D&G oder Louis Vuitton. Stephen Gundle weist darauf hin, dass die Subjekte des Glamours ebenso Personen sein können wie auch Dinge, Orte oder Veranstaltungen, insofern sich an diesen Qualitäten wie Schönheit, Sexualität, Theatralität, Reichtum, Dynamik etc. festmachen lassen.⁵⁸³ Im Social Web begegnet eine Vielzahl von Bildern von Accessoires und Markenprodukten, die sorgsam arrangiert und fotografisch dokumentiert wurden. Allerdings haben viele Jugendliche kaum oder nur beschränkt die ökonomischen Ressourcen, um sich die Luxusgüter zu leisten, welche ihnen aus den Celebrity-Inszenierungen von Werbung und Lifestylepresse oder aus Musikvideos bekannt sind. So lässt sich beobachten, dass Bezüge zu den Glamourangeboten der Konsum- und Lifestyleindustrie nicht nur über die fotografische Inszenierung des eigenen Körpers oder eigener Objekte (zum Beispiel Kleider oder Schmuckstücke) hergestellt werden, sondern auch durch die Aneignung und Umarbeitung von im Internet verfügbaren Bildern und Symbolen. Die jugendlichen BildproduzentenInnen nutzen Bildbearbeitungssoftware, um Fotografien von Luxusobjekten oder Logos bekannter Marken in ihre Selbstdarstellungen zu integrieren. Um die 2010er-Jahre liessen sich auf den Social-Networking-Sites Netlog oder meinbild.ch signifikant viele Beispiele für diese Praxis des digitalen «Do-it-yourself-Glamours» finden. Im Zentrum der jugendkulturellen Aufmerksamkeit steht dabei der (im Sinne Michel de Certeaus)⁵⁸⁴ taktische Umgang mit Emblemen und emblematischen Mustern populärer Lifestyle- und Modemarken

582 Ebd.

583 Gundle 2008, S. 6.

584 Vgl. de Certeau 1988, S. 78 f.



Abb. 83, 84: Do-it-yourself-Glamour in der Alltagskommunikation.

wie D&G, Louis Vuitton, Burberry und Playboy, durch den die unerreichbaren Luxusgüter symbolisch angeeignet und für die Imagination und Narration einer sozialen Position produktiv gemacht werden.

Dass die Inszenierung von sozialem Status vielfach einhergeht mit der Inszenierung von Ethnizität, zeigt sich beispielhaft an den Collagenbildern, in denen die Symbole der globalen Konsumkultur mit religiösen und nationalen Symbolen verknüpft werden.⁵⁸⁵ Diese Praxis der Aneignung und Hybridisierung symbolischer Bedeutungen lässt sich exemplarisch am Collagebild eines Users mit Namen «croplayboy-danny» nachvollziehen (Abb. 83). Die bereits im Usernamen erkennbaren Bezugnahmen auf die nationale Herkunft («cro» für kroatisch), die Konsumkultur (die Marke «Playboy») und die individuelle Persönlichkeit («Danny») potenziert sich auf der visuellen Ebene durch die Kombination von Symbolen aus den verschiedenen Bezugsebenen. In der Mitte des Bildes hat der junge Mann das bekannte Hasenlogo der Lifestylemarke Playboy platziert, eingerahmt durch je ein fotografisches Porträt im Miniaturformat und eine grafische Darstellung des kroatischen Wappens in der bei den Jugendlichen um die frühen 2010er-Jahre beliebten Glitzer- und «Bling-Bling»-Optik.⁵⁸⁶

Eine glamouröse Konnotation ihrer Darstellungen versuchen die jugendlichen BildproduzentInnen nicht nur auf der Ebene der Bildinhalte zu erreichen, sondern auch über die Bildgestaltung, etwa durch die Anwendung optischer Effekte wie Weichzeichner und «lens flares»⁵⁸⁷ oder, wie im Beispiel

585 Vgl. Christian Ritter: Enabling through Self-Imaging. The Potential of Visual Communication in the Field of Diaspora, Youth Culture and Web 2.0, in: Lewis Johnson (Hg.): *Mobility and Fantasy in Visual Culture*. London 2013b, S. 167–178.

586 Vgl. Hodges-Persley 2007.

587 Als «lens flares» werden in der Fotografie die im Bild sichtbaren Reflexionen der Linsen bezeichnet.

von «croplayboy-danny», durch das Hinzufügen von Glitzerelementen. Erneut zeigt sich hierbei der persistente Charakter ästhetischer Praxis: Das Weichzeichnen der fotografischen Porträts verweist auf eine für das Genre der Glamourfotografie typische «Softness»-Ästhetik, die durch die Verwendung spezieller Linsen herbeigeführt wurde und die zum Ziel hatte, die in den Fotografien dargestellten Körperpartien, Textiltexturen oder Accessoires gegenüber den weichgezeichneten Bildbereichen hervorzuheben.⁵⁸⁸ Entstanden ist dieser Modus der Repräsentation von Sinnlichkeit und Weiblichkeit in der Studiofotografie der 1920er-Jahre.⁵⁸⁹ Wie die Praxis des Weichzeichnens in der Amateurfotografie der Gegenwart Einzug gehalten hat, veranschaulicht ein auf Netlog erhobenes Selfie einer fünfzehnjährigen Userin namens «il_loqki_lady» (Abb. 84). Das Bild verweist auf zwei Absichten: zum einen die Inszenierung von Schönheit und Persönlichkeit, zum anderen die Inszenierung von Ethnizität. Dazu hat die junge Frau ihre Bluse exakt so drapiert, dass im Dekolleté der silberne Schmuckanhänger in Form des albanischen Doppeladlers gut erkennbar ist. Im Unterschied dazu sind grössere Teile des Körpers, der Kleidung und des Bildhintergrunds entweder mit Blitzlicht überblendet oder wurden nachträglich mit einem Weichzeichnungsfilter maskiert. Ebenfalls gut zu erkennen ist die rechte Gesichtshälfte der Frau, wozu «il_loqki_lady» ihre Haare mit der freien Hand aus dem Gesicht gestrichen hat. Auf der Ebene der Praktiken analysiert, ist das Bild auch ein Beispiel dafür, wie die Reflexion des Blitzlichts bei der Herstellung von Spiegelf selfies aktiv in die Bildgestaltung einbezogen wird: Der «Softness»-Effekt des Bildes wird wesentlich dadurch erreicht, dass das im Spiegel reflektierende Blitzlicht über das Bild verstreut wird. Erkennbar wird darin auch eine Form der Technikaneignung, durch welche das zwar notwendige, die Bildästhetik aber oft störende Blitzlicht (bewusst oder unbewusst) als gestalterisches Mittel eingesetzt wird.

Sex & Crime als transnationales Narrativ

Die Reklamation eines gemeinsamen, transnational gefassten «Balkan-Lifestyles» in Verbindung mit Glamour und Ethnizität begegnet in den untersuchten Praxen des digitalen doing ethnicity durchgehend. Die bisher besprochenen Beispiele haben gezeigt, wie dabei Objekte und Symbole, aber auch ästhetische Konventionen und Rollenbilder aus der globalen Konsumkultur Eingang in die visuelle Praxis der Jugendlichen finden und auf eine kollektive

588 Bordwell, David: *Glamour, Glimmer and Uniqueness in Hollywood Portraiture*, in: Elvehjem Museum of Art (Hg.): *Hollywood Glamour 1924–1956. Selected Portraits from the Wisconsin Center for Film and Theater Research*. Madison 1981, S. iv–vii, hier S. v.

589 Ebd.

Imagination des Balkanischen bezogen werden. Eine wichtige Rolle spielt dabei die Intersektionalität von Geschlecht, Ethnizität und sozialem Status. Besonders deutlich wird dieser Zusammenhang auf ethnoorientierten Facebook-Seiten, die Bilder aus unterschiedlichen Quellen versammeln. Eine Untersuchung aller auf der Seite «Ich liebe den Balkan» während dreier Monate im Jahr 2015 veröffentlichten Bilder zeigt, dass rund ein Fünftel davon junge Frauen als Motiv haben.⁵⁹⁰ Dabei handelt es sich zumeist um für den privaten Gebrauch hergestellte Porträts und Selbstporträts, die auf der Seite geteilt respektive republiert werden, aber auch um Pressebilder oder professionelle Fotografien von Celebrities und Models aus den Balkanstaaten. Einzelne Facebook-Seiten haben sich auf Fotografien von als «schön» empfundenen Frauen und (weniger) Männern vom Balkan respektive aus den jeweiligen Ländern spezialisiert. Dazu zählen unter anderem die deutschsprachigen Seiten «Balkanische Schönheiten :*» (17 631 Likes),⁵⁹¹ «Balkan schönheiten» (2994)⁵⁹² oder «Schönheiten vom Balkan 2012 / Naj lepsi sa Balkana» (2067),⁵⁹³ «Schöne Albaner/Albanerinnen» (11 145)⁵⁹⁴ oder «Frauen aus Kroatien» (9829).⁵⁹⁵ Daneben existieren zahlreiche englischsprachige sowie serbisch-, kroatisch- und albanischsprachige Seiten derselben Art. Die Veröffentlichungen der Fotografien folgen auf allen diesen Seiten mehr oder weniger demselben Modus, in dem das fotografische Porträt durch die Angabe von Alter, Wohnort oder Wohnland sowie Herkunftsort oder Herkunftsland der dargestellten Personen ergänzt wird. Auch in den zu den Bildern verfassten Kommentaren sind Schönheit und Stil der abgebildeten Frauen und Männer die dominanten Themen, aber auch deren Nationalität, Herkunft und Wohnort. Die Administratoren der Seite «Balkan schönheiten» stellen den transnationalen Fokus ihrer Seite dadurch heraus, dass sie in einem kurzen Anleitungstext betonen, dass sie Bilder von «allen Nationalitäten» (des Balkans) veröffentlichen würden:

Du schickst dein Bild und wir posten dich :) [vlt]

Alter?

Herkunft ?

Name ?

Wir posten alle Nationalitäten !

♥⁵⁹⁶

590 Vgl. S. 162 f. in diesem Buch.

591 Balkanische Schönheiten :*, www.facebook.com (2012).

592 Balkan schönheiten, www.facebook.com (2013).

593 Schönheiten vom Balkan 2012 / Naj lepsi sa Balkana, www.facebook.com (2012).

594 Schöne Albaner/Albanerinnen, www.facebook.com (2012).

595 Frauen aus Kroatien, www.facebook.com (2012).

596 Balkan schönheiten, www.facebook.com (2013).



Abb. 85: Stilisierung von Gender und Status: Bild von der Facebook-Seite «Schöne Albaner/Albanerinnen».

Im Querschnitt der analysierten Bilder lassen sich zwei Typen unterscheiden, zwischen denen sich die Inszenierungen sowohl der weiblichen wie der männlichen Protagonisten bewegen. Der erste referiert auf einen gehobenen Lebensstil. In diesen Bildern inszenieren sich die AkteurInnen in eleganter Kleidung, die jungen Frauen tragen zum Beispiel Abendkleider, die jungen Männer Hemd oder Anzug. Der zweite Typ betont stärker die Körperlichkeit und Sexualität der dargestellten AkteurInnen: Die Frauen präsentieren sich in erotisierenden Posen und tragen körperbetonte Kleidung. Ihr Blick ist direkt in die Kamera gerichtet oder ist verführerisch gesenkt. Die Männer präsentieren sich in Sports- und Casual Wear, die ihre trainierten Oberkörper zur Geltung bringt. Aber nicht alle Bilder entsprechen so deutlich einem stilisierten Stereotyp. Viele der Fotografien verweisen auf alltägliche Situationen und zeigen die Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Alltagskleidung. Diese Fotografien haben eher Schnappschusscharakter und lenken das Augenmerk auf die «natürliche Schönheit», durch welche sich die jungen Frauen, nicht minder stereotyp, als «girl next door» in Szene setzen. Oft kommen solche Bilder bei den UserInnen gut an oder provozieren zumindest deutlich weniger Widerspruch als stark sexualisierte und/oder auf die

Repräsentation von Statussymbolen angelegte Inszenierungen. Diese erzeugen zwar Aufmerksamkeit und Anerkennung, was sich an der oft hohen Anzahl positiver Bewertungen zeigt. Zugleich lässt sich beobachten, dass Bilder dieser Art kritisch kommentiert werden. Dies veranschaulicht eine auf der Facebook-Seite «Schöne Albaner/Albanerinnen» veröffentlichte Fotografie einer in Wien lebenden Frau albanischer Herkunft. Auf dem Bild präsentiert sich die junge Frau gekleidet mit High Heels, Hotpants und einem weit ausgeschnittenen Top. Dazu lehnt sie in aufreizender Pose an der Kühlerhaube eines Mercedes-Benz-Cabriolets (Abb. 85).

Das Ende Juni 2015 veröffentlichte Bild wurde von zweiundvierzig Personen «geliked», was einem durchschnittlichen Wert auf dieser Seite entspricht. Zugleich fällt auf, dass verhältnismässig viele (männliche wie weibliche) UserInnen das Bild kommentiert haben. In einer Vielzahl der Kommentare drücken die UserInnen ihr Missfallen hinsichtlich der expliziten Symbolsprache von Pose, Kleidung und Statussymbol aus, aber auch hinsichtlich der Veröffentlichung solcher Bilder im Allgemeinen. Eine im schweizerischen Kanton St. Gallen lebende Albanerin äussert sich dazu wie folgt:

😞 sorry aber langsam kan ich diese Seite nicht mehr ansehen 🙄 schade schade schade Wie kann man nur so ein Foto veröffentlichen 😞 das ihr noch stolz auf sowas seid einfach arm 😞.⁵⁹⁷

Noch deutlicher wird ein in Berlin lebender Mann, der nicht nur die Frau als «leicht nuttig» beschreibt, sondern auch die Statusfunktion des abgebildeten PKWs infrage stellt, den er als «auch nicht besonders» bewertet.⁵⁹⁸

Solche expliziten und stereotypen Stilisierungen von Gender und Status sind nicht allein ein Phänomen jugendkultureller Selbstinszenierung. Sie begegnen ebenso in der visuellen Kultur der Balkanstaaten, insbesondere in den Repräsentationen des postjugoslawischen Dance- und Pop-Folks, die auch für das postmigrantisches Balkan-Nightlife einen wichtigen Referenzrahmen darstellen. Ein aufgrund seiner signifikanten Sexualisierung und Objektivierung des weiblichen Körpers anschauliches Beispiel dafür stellt der Videoclip zum Song «Devojka tvog druga» (dt.: «Die Freundin deines Freundes») der serbischen Sängerin Sandra Prodanović aka Sandra Afrika dar.⁵⁹⁹ Sandra Afrika ist auch in den postmigrantischen Kontexten des deutschsprachigen Europas populär. In der Schweiz spielte die Sängerin Konzerte unter

597 Schöne Albaner/Albanerinnen, www.facebook.com (2012).

598 Ebd.

599 SANDRA AFRIKA ft. COSTI – Devojka tvog druga OFFICAL VIDEO HD produced by COSTI 2013, www.youtube.com (2013).

Anderem in den Zürcher Clubs Jil und Club Enge, im D'LUX – The Club bei Luzern oder der Diskoteka Atlantis in Härkingen.

Der besagte Videoclip besteht aus zwei Handlungssträngen: Im ersten ist zu sehen, wie die Sängerin zusammen mit ihrem musikalischen Partner Costi in einem Mercedes-Benz-Sportwagen an einem Jachthafen eintrifft, aus dem Wagen steigt und sich mit dem Mann an ihrer Seite unterhält. Im zweiten Handlungsstrang räkelt sich die Sängerin singend auf dem Bett einer Designerwohnung, bekleidet lediglich mit Unterwäsche. Die beiden Handlungsstränge kommen zusammen, wenn sich die Sängerin auf das von Costi gesteuerte Boot begibt und die zwei Protagonisten zusammen ins abendliche Mittelmeer hinausfahren – wobei Sandra Afrika als Galionsfigur am Bug der Yacht steht und lasziv tanzt. Für die Analyse der Statusinszenierungen im Social Web ist das Musikvideo in zweierlei Hinsicht von Interesse. Zum einen verweist es auf einen Modus der Inszenierung von stereotypen Geschlechterrollen, die auch im postmigrantischen doing ethnicity begegnen: Hier der coole Mann mit Poloshirt, Lederjacke, Sonnenbrille, Boot und Sportwagen, dort die den Mann begehrende Schönheit, die ihren Körper als Mittel der Kommunikation in Szene setzt. Zum anderen lässt sich im Musikvideo eine Praxis der Objektivierung des weiblichen Körpers und der Erotisierung von luxuriösen Objekten erkennen, die Gemeinsamkeiten mit den im Social Web erhobenen Glamourinszenierungen aufweist. So werden zu Beginn des Videos in kurzen Sequenzen erst das Auto mit dem Mercedes-Stern, die extravaganten Schuhe und der Po von Sandra Afrika bildfüllend in Szene gesetzt (Abb. 86–88). Ähnlich der oben besprochenen Fotografie der in Wien lebenden Albanerin wird in dieser Praxis visueller Formalisierung der weibliche Körper entpersonifiziert und als konsumierbares (Luxus-)Objekt inszeniert, nicht anders als der Sportwagen und die teuren Accessoires.

In einer kulturhistorischen Kontextualisierung bieten sich zwei Richtungen an, aus denen die im Video von Sandra Afrika performierten Geschlechterrollen hinsichtlich der visuellen Kultur der Balkanregion spezifiziert werden können und die zum Abschluss der Untersuchung nochmals einen Bogen zur Diskursivierung «des Balkans» als das «Andere» des westlichen Europas schlagen. Die erste Richtung, die hier allerdings nur kurz behandelt werden soll, betrifft die visuelle Zurichtung des «Balkans», insbesondere die Sexualisierung des weiblichen Körpers durch die fotografische Praxis um 1900. Ein nicht unwesentlicher Anteil an der frühen fotografischen Konstruktion der «Frau vom Balkan» kommt der damals noch jungen Volkskunde zu, die sich auch für die ruralen Kulturen des südlichen und südöstlichen Europas interessierte. Ulrich Hägele hat gezeigt, wie in den alpinen Tourismusgebieten, in den Ländern des Balkans und überhaupt im südöstlichen

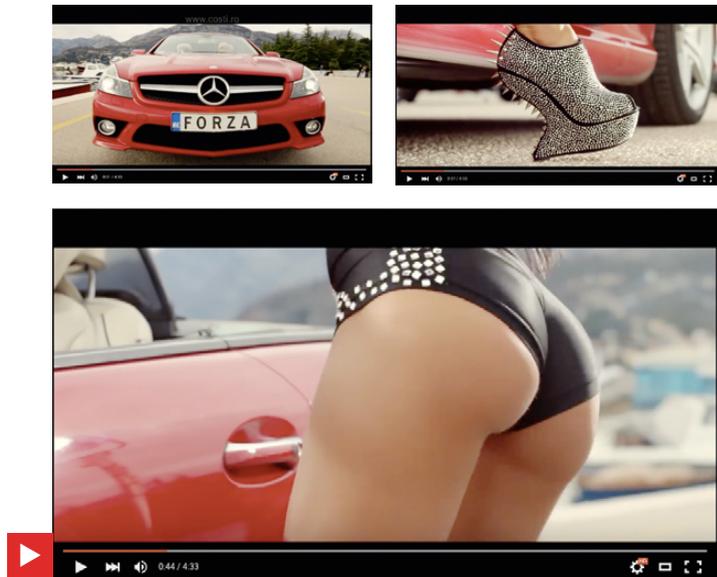


Abb. 86–88: Sex und Luxus: Musikvideo von Sandra Afrika (2013).

Europa bevorzugt Motive in Szene gesetzt wurden, die, «mit einer binnen-exotischen Ausstrahlung» versehen, Publikum und potenzielle Bildkäufer ansprechen sollten.⁶⁰⁰ Dazu – und in Differenz zu Frauen aus dem nördlichen Europa – sind Frauen aus dem südlichen und südöstlichen Europa oft in sexualisierender Art und Weise inszeniert und fotografiert worden. So finden sich in den fotografischen Dokumentationen der deutschen und europäischen «Volkskultur» keine Aspekte von Nacktheit und Sexualität, da Trachten tragende Frauen nördlich der Alpen primär fotografiert wurden, um die Kleidung für museale und wissenschaftliche Zwecke zu dokumentieren. Im Unterschied dazu sei die Tracht auf fotografischen Bildern aus der Balkanregion oder aus Südeuropa lediglich «Beiwerk» einer «erotisch-exotifizierenden

600 Hägele 2007, S. 87. Wie Anton Holzer darlegt, griffen viele Forschungsreisende wie Ethnologen, Geografen, Historiker, Archäologen etc. auch selbst zur Kamera. Vgl. Anton Holzer: Der Orient beginnt in Albanien. Josef Roths albanische Feuilletons und die Geschichte der Fotografenfamilie Marubi, in: Fotogeschichte, 103 (2007), S. 13–21, hier S. 17 f. Andere Fotografien wurden bei lokalen Fotografen erworben. So kauften westliche Institutionen wie das Österreichische Museum für Volkskunde oder das Berliner Museum um die Jahrhundertwende ganze Reihen von Bildpostkarten. Vgl. Hägele 2007, S. 87.

Vorstellung des sexualisierten Typus der südländischen Weiblichkeit». ⁶⁰¹ Diese «intendierten Assoziationen», so Hägele, basieren auf einer «hegemonial-rassistischen Auffassung der Differenz zwischen dem gesitteten «nordischen» und dem «chaotischen» Süden bzw. Osten». ⁶⁰²

Anleihen an die von Hägele beschriebene Praxis der Exotifizierung, Erotisierung und Stigmatisierung im Modus der Fotografie begegnen auch heute – nicht nur in den Repräsentationen des Balkanischen aus westlicher Perspektive, sondern auch innerhalb der Balkanregion. Dies verweist auf die zweite Richtung, aus der die Intersektionalität von Geschlecht und Ethnizität in Bezug auf die visuellen Kulturen der Balkanregion interpretiert werden kann. Die Inszenierung von Geschlecht, Ethnizität und sozialem Status innerhalb der Konsum- und Unterhaltungsindustrie der westlichen Balkanstaaten muss dabei auch vor dem Hintergrund des politischen und sozioökonomischen Wandels des ausgehenden 20. Jahrhunderts interpretiert werden, insbesondere mit Blick auf die politische Ära von Slobodan Milošević. Die Öffentlichkeiten der realsozialistischen europäischen Staaten entwickelten erst im Zuge der zunehmenden politischen und wirtschaftlichen Öffnung ab den 1970er-Jahren ein zunehmendes Bewusstsein für die westlichen Konsumkulturen und deren Rollenbilder. Kristen Ghodsee argumentiert, dass die Konsumation westlicher Produkte und die Rezeption der mit diesen verbundenen Vorstellungen von Sexualität und Schönheit eine Form von Widerständigkeit dargestellt hätten, um Differenzen gegenüber der Homogenisierung der Geschlechter durch den Sozialismus, aber auch gegenüber den konservativen Geschlechterbildern älterer Generationen zu markieren. ⁶⁰³ Auch haben westliche Medien- und Modeunternehmen schon früh begonnen, die Neugier der KonsumentInnen im realen Sozialismus für alles Westliche zu kapitalisieren, zumindest sofern dies die ideologischen Dogmen des Sozialismus zulies-

601 Ebd. Die fotografische Inszenierung prekärer weiblicher Körper macht dabei auch Anleihen an die Bildrhetorik der Malerei des visuellen Balkanismus im 19. Jahrhundert. Dazu ausführlich Baleva 2016.

602 Anton Holzer hat am Beispiel der albanischen Fotografenfamilie Marubi gezeigt, dass es durchaus auch lokale und regionale Märkte für die Bildpostkartenindustrie gab, vgl. Holzer 2007, S. 13. So sei im Umfeld früher patriotischer Bewegungen in Albanien um die Jahrhundertwende eine Nachfrage nach Fotografien mit albanischen Folklore-motiven entstanden. Fotografische Darstellungen folkloristischer Motive boten An-schlüsse für unterschiedliche Ideologien im westlichen wie im südöstlichen Europa: Forschungsreisende, Touristen, aber auch das nationale Bürgertum Albanien, so Holzer, sahen in denselben Bildern jeweils das Albanien, das sie sehen wollten. Vgl. ebd., S. 16.

603 Vgl. Kristen Ghodsee: Potions, Lotions and Lipstick. The Gendered Consumption of Cosmetics and Perfumery in Socialist and Post-Socialist Urban Bulgaria, in: Women's Studies International Forum, 30/1 (2007), S. 26–39, hier S. 29.

sen.⁶⁰⁴ Diese Förderung marktformiger Vorstellungen von weiblicher Schönheit und Körperlichkeit durch die Konsumindustrie, so Elza Ibroscheva, stellte zwar eine Form von Umbruch dar, der soziale und ökonomische Ermächtigung begünstigen konnte. Zugleich wurde dadurch der osteuropäische weibliche Körper als Objekt von visueller Lust und Begehren gekennzeichnet.⁶⁰⁵ Wie Ibroscheva und Biljana Žikić zeigen, stellte die Situation in Jugoslawien (und später in den postjugoslawischen Staaten) innerhalb der (post)sozialistischen Staaten in Bezug auf die Sexualisierung der Frau eine Besonderheit dar, da erotische Medieninhalte durch das sozialistische Establishment nicht grundsätzlich marginalisiert wurden. Zwar wurden Erotica als Ausdruck und Quelle moralischen Zerfalls gebrandmarkt, zugleich seien Abbildungen nackter weiblicher Körper auch als eine Möglichkeit angesehen worden, einen Beitrag zur Gleichheit der Geschlechter darzustellen.⁶⁰⁶

Die heutige Ästhetik des (post)jugoslawischen Dance- und Pop-Folk und der von diesem transportierten Rollenbilder und Narrative steht in direkter Beziehung zu den politischen Entwicklungen und identitätspolitischen Programmen im (Post-)Jugoslawien der späten 1980er- und frühen 1990er-Jahre. Dies betrifft insbesondere die aus dem serbischen Turbofolk hervorgegangenen Inszenierungen von Sex, Glamour und Halbwelt, die ein wichtiger Referenzrahmen für jugendkulturelle Formen der (Selbst-)Narration im Kontext von Migration und Ethnizität sind. In den bisherigen Kapiteln wurde verschiedentlich darauf hingewiesen, wie sich Jugendliche in postmigrantischen Kontexten auf die stereotype Aussenseiterfigur des «Balkangangsters» beziehen und wie vor dem Hintergrund eines gemeinsamen «Balkan-Styles» weibliche und männliche Rollenbilder stilisiert werden.⁶⁰⁷ Als Turbofolk wird ein hybrider Musikstil bezeichnet, der sich in den 1990er-Jahren aus der in Jugoslawien seit den 1960er-Jahren populären «novokomponovana narodna muzika» oder «newly-composed folk musik», kurz NCFM, entwickelt hat. Dabei werden osmanische Stilelemente durch moderne Soundtechnologien in einen urbanen Sound transferiert, wozu Elemente globaler Musikstile wie

604 Elza Ibroscheva: Advertising, Sex, and Postsocialism. Women, Media, and Femininity in the Balkans. Plymouth 2013, S. 91.

605 Ebd., S. 89.

606 Ebd., S. 77, vgl. Biljana Žikić: Dissidents Liked Pretty Girls. Nudity, Pornography and Quality Press in Socialism, Meedij, Istraz, 16/1 (2009), S. 53–71.

607 Mit Blick auf die Bildgeschichte des Balkans fällt an diesen gegenwärtigen populärkulturellen Repräsentationen die Unversehrtheit der Frauenkörper auf, die als Statussymbol von globalem Zuschnitt inszeniert werden. Diese stehen im Kontrast zu dem von Martina Baleva für den visuellen Balkanismus analysierten Entwurf von Weiblichkeit, der im Körper einer «entführten, vergewaltigten und verstümmelten, mit einem Wort versehrten» Frau symbolisch gefasst wird. Vgl. Baleva 2016, S. 110 f.

Hip-Hop, Techno und Dance-Musik eingesetzt werden.⁶⁰⁸ Turbofolk ist allerdings weniger nur ein Musikstil denn ein ästhetisches und (zumindest in seinen Anfängen) identitätspolitisches Konzept, dessen Entwicklung mit der schrittweisen Ablösung von den sozialistischen Idealen in Zusammenhang steht. Elza Ibroscheva hat beschrieben, wie mit dem Turbofolk ein neuer Typus der «balkanischen femme fatale» produziert wurde, der sich vom Bild der kommunistischen Frau äusserlich wie mental unterschied.⁶⁰⁹ Ibroscheva beschreibt diesen als

extremely sexual, and in more recent time, artificially enhanced by plastic surgery and other cosmetic procedures, the turbofolk performer encompassed everything that the communist woman wasn't – desirable, provocative, a femme fatale, who seductively crossed over a new breed of exotic sexually infused with the rhythm of the Balkan region while readily mimicking a model of attractiveness directly borrowed from Western ideals.⁶¹⁰

Diese von Ibroscheva benannten Rollenbilder und Eigenschaften sind eingelassen in eine über die Populärkultur der Balkanregion vermittelte visuelle Kultur, die von Jugendlichen und jungen Erwachsenen sowohl in den Balkanstaaten wie in den postmigrantischen Kontexten im westlichen Europa (und darüber hinaus in den USA, Australien etc.) rezipiert wird und die einen wichtigen Referenzrahmen für die transnationale kollektive Imagination des Balkanischen als Quelle von «joy, passion and fatalism»⁶¹¹ darstellt.⁶¹² Dabei kann die Aneignung der über den Dance- und Pop-Folk vermittelten Rollenbilder und Narrative in postmigrantischen Kontexten auch als eine wider-

608 Vgl. Rory Archer: Assessing Turbofolk Controversies. *Popular Music between the Nation and the Balkans*, in: *Southeastern Europe*, 36/2 (2012), S. 178–207, hier S. 180.

609 Marina Blagojević Hughson hat auch darauf hingewiesen, dass die Mimikry der Turbofolk-Ästhetik an westlichen Idealen auch eine Differenz zwischen den Geschlechtern innerhalb der serbischen Gesellschaft markiert, insofern serbische Frauen als «westernized others» in Differenz zu den serbischen Männern repräsentiert worden seien. Vgl. Marina Blagojević Hughson: *Undoing Gender, Undoing the Balkans. Towards Ethnic and Gender Reconciliation*, in: Roswitha Kersten-Pejanić, Simone Rajilić, Christian Voss (Hg.): *Doing Gender – Doing the Balkans. Dynamics and Persistence of Gender Relations in Yugoslavia and the Yugoslav Successor States*. München, Berlin, Washington D. C. 2012, S. 17–42, hier S. 26.

610 Ibroscheva 2013, S. 95.

611 Archer 2012, S. 196; Marin Cvitanović: (Re)konstrukcija balkanskih identiteta kroz popularnu glazbu, in: *Migracijske i etničke teme*, 4 (2009), S. 317–335.

612 Zu betonen ist auch hier, dass der Konsum von Turbofolk, Dance- und Pop-Folk ein milieuspezifisches Phänomen ist. Gerade in den Ländern der Balkanregion werden über die Vorliebe für respektive Abneigung gegen diese Musik auch Konflikte zwischen urbanen und ruralen Gesellschaften oder zwischen verschiedenen sozioökonomischen Milieus und intellektuellen Zugängen verhandelt.

ständige Praxis interpretiert werden, mit der die in hegemonialen (westlichen) Diskursen oft negativ belegte Imagination des Balkanischen positiv umgedeutet wird. Was Alexander Kiossev für die bulgarische Pop-Folk-Variante «chalga» als eine Form von Transgression europäischer und nationaler Normvorstellungen beschreibt, lässt sich ähnlich für die auditive und visuelle Kultur der postjugoslawischen Turbofolk-, Dance- und Pop-Folk-Musik beschreiben:

[Pop-folk] turns the lowermost picture of the Balkans upside down and converts the stigma into a joyful consumption of pleasures forbidden by European norms and taste. Contrary to the traditional dark image, this popular culture arrogantly celebrates the Balkans as they are: backward and Oriental, corporeal and semi-rural, rude, funny, but intimate ...⁶¹³

Die Entwicklung von Turbofolk, Dance- und Pop-Folk zu einem transnationalen ästhetischen Paradigma in der Balkanregion und darüber hinaus ist auch darum bemerkenswert, weil Rhetorik und Ästhetik des Genres mit den nationalistischen Programmen der Milošević-Ära in Zusammenhang stehen. Über die visuelle Kultur des Turbofolks mit ihren Luxusgütern und Körperbildern wurde gegenüber den (post)jugoslawischen respektive serbischen Gesellschaften der 1990er-Jahre das Bild einer trotz Krieg und Embargo funktionierenden serbischen Wirtschaft vermittelt, mit Belgrad als blühender Metropole im Zentrum. Zugleich schuf die hybride Zusammensetzung der Musik aus traditionellen Volksmusik- und NCFM-Elementen sowie den Sounds globaler Pop- und Jugendkulturen wie House oder Hip-Hop eine Assemblage, die ebenso nach westlichem Luxus strebende junge Frauen wie nationalistische Abenteuer suchende junge Männer für die serbische Idee zu mobilisieren vermochte. Ivana Kronja beschreibt, wie sich in den 1990er-Jahren eine eigentliche Turbofolk-Subkultur herausbildete, in welcher Aspekte des serbischen Nationalismus mit den Narrativen, Attitüden und visuellen Repräsentationen der globalen Konsumkultur und Hip-Hop-Jugendkultur verknüpft wurden. Kronja charakterisiert dieses von ihr als «Warrior Chic»-Subkultur bezeichnete Phänomen folgendermassen:

613 Alexander Kiossev: *The Dark Intimacy. Maps, Identities, Acts of Identification*, in: Dušan Bjelić, Obrad Savić (Hg.): *Balkan as Metaphor. Between Globalization and Fragmentation*. Cambridge (MA) 2002, S. 165–190, hier S. 184, zitiert in Archer 2012, S. 195.

[...] these new militant subcultures of criminal youth, drug-dealers, war-veterans, thugs, «dieselmen» (macho guys in diesel jeans, wearing large golden chains and tracksuits), «sponsored girls», and other desperate youngsters, were the main protagonists and the audience for production and consumption of turbo-folk sound, as, for them, a perfectly suitable combination of nationalist ideas, due to its national folk musical origins, and aggressive, macho and criminal attitudes, found in rap and hip-hop rhythm and its visual presentation. All these subcultures shared a common worldview, lifestyle, gender roles and iconography, and are therefore considered under a common name of «Warrior Chic» Subcultures.⁶¹⁴

Marina Blagojević Hughson spricht von einer Verlagerung der Identitätspolitik in (Post-)Jugoslawien in den 1990er-Jahren von den sozialistischen Paradigmen von «unity and brotherhood» hin zu Nationalismus und Sexismus. Sie betont aber auch, dass dies kein jugoslawisches, sondern ein Phänomen postsozialistischer Gesellschaften ist.⁶¹⁵ Begünstigt wurde die Entwicklung des Turbofolks als nationalistisches Projekt durch die Verbindungen vieler Turbofolk-PerformerInnen zu den Akteuren des Milošević-Regimes. Die Ehe der Sängerin Svetlana «Ceca» Veličković mit dem paramilitärischen Führer Željko «Arkan» Ražnatović ist dafür ein bekanntes Beispiel, dem in den 1990er-Jahren in der serbischen Boulevardpresse eine dominante Stellung zugekommen ist. Seine Nähe zur Politik sowie zum organisierten Verbrechen machte den Turbofolk zum Symbol des serbischen Nationalismus und des «moralischen Niedergangs» des Milošević-Regimes schlechthin.⁶¹⁶

Der heutige Turbofolk und die visuelle Kultur des gegenwärtigen Dance- und Pop-Folk hat sich weitgehend von der nationalistischen Ikonografie und dem «patriotic kitsch»⁶¹⁷ der 1990er-Jahre gelöst und inszeniert eine von Glamour und Hedonismus geprägte Vorstellung des Balkanischen für ein transnationales Publikum. Feststellen lässt sich aber auch, wie sich der für den serbischen Turbofolk in den 1990er-Jahren konstitutive Zusammenhang von Konsum, Sex, Fashion und Nightlife⁶¹⁸ als ein zentrales Narrativ postjugoslawischer Populärkultur verfestigt hat. Auch die Stilisierung und Mystifizierung von Gewalt und Kriminalität hat nach wie vor einen festen

614 Ivana Kronja: Turbo Folk and Dance Music in 1990s Serbia: Media, Ideology and the Production of Spectacle, in: *The Anthropology of East Europe Review*, 22/1 (2004), S. 103–114, S. 106.

615 Blagojević Hughson 2012, S. 25.

616 Archer 2012, S. 184.

617 Milena Dragičević-Šešić: *Neofolk kultura. Publika i njene zvezde* (dt.: *Neofolk Kultur. Das Publikum und seine Stars*). Sremski Karlovci, Novi Sad 1994, zitiert in Archer 2012, S. 180.

618 Ebd., S. 195.



Abb. 89, 90: Krimineller Lebensstil als Narrativ: Video von Jelena Karleuša feat. Teča (2011).

Platz in den Texten und Musikvideos. Ein Beispiel dafür ist der auf YouTube bisher über zwanzig Millionen Mal aufgerufene Videoclip zum Dance- und Rap-Song «Krimi Rad» (dt.: «Kriminelle Geschäfte») der populären serbischen Popsängerin Jelena Karleuša und des Rappers Teča aus dem Jahr 2012, in welchem das glamouröse Leben als Gangster in der serbischen Hauptstadt gefeiert wird.⁶¹⁹ Inszeniert wird der Belgrader «Gangster-Lifestyle» durch muskelbepackte «Schlägertypen» in Unterhemden, Luxusautos und eine übermässig sexualisierte Darstellung der Sängerin sowie durch die Detailaufnahme eines Nummernschilds mit den Buchstaben «BG» für Belgrad und «KRIMI» (Abb. 89, 90). Die Musik von Jelena Karleuša erfreut sich auch in postmigrantischen Kontexten grosser Beliebtheit. Wie Sandra Afrika ist Jelena Karleuša regelmässiger Gast im Schweizer Balkan-Nightlife. Legitär sind die Auftritte, bei denen die Sängerin einen Mann aus dem Publikum auf die Bühne holt und in Manier eines Stripclubs sukzessive entkleidet, wovon zahlreiche auf YouTube veröffentlichte Handyfilme (unter anderem aus dem Zürcher Jil-Club) zeugen.

Wie gegenwärtige Vorstellungen eines gemeinsamen transnationalen «Balkan-Lifestyles» den historischen (und historisch belasteten) Hintergrund der Turbofolk-Musik überlagern, haben Zala Volčič und Karmen Erjavec am Beispiel der bereits erwähnten serbischen Sängerin Ceca dargelegt. Dabei wurde deutlich, wie sich hegemoniale Festlegungen und Repräsentation mit sozialen und politischen Umbrüchen und im Wandel der Generationen verändern. Volčič und Erjavec zeigen, dass junge Erwachsene in den jugoslawischen Nachfolgestaaten in Ceca nicht mehr die Ikone des serbischen Nationalismus sehen, sondern eine Balkanversion der typischen Hollywood-

619 JELENA KARLEUSA [feat. Teca] | KRIMI RAD | OFFICIAL MUSIC VIDEO, www.youtube.com (2011).

Diva,⁶²⁰ die sie als Inspiration für ein neues Verständnis regionaler Einheit sehen.⁶²¹ Für die von Volčič und Erjavec befragten jungen Kroaten und Mazedonier steht Ceca heute für die Personifikation von Authentizität, Lebensfreude, Leidenschaft und Unterhaltung und wird wahrgenommen als symbolisches «Anderes» einer «westlich» und «europäisch» konnotierten Lebensweise.⁶²²

Ähnliches trifft auf die im deutschsprachigen Europa lebenden Jugendlichen zu, die als ProduzentInnen und RezipientInnen von Bildern, Texten und Musik an der alltäglichen Imagination eines transnationalen Balkans mitwirken. Ihnen ermöglicht die situative, oft gemeinschaftliche Bezugnahme auf das vorgeblich «authentische Balkanische» eine positiv belegte, sinnlich-affektive Erfahrung von «Ethnizität», die in Kontrast steht zu den von der Mehrheitsgesellschaft (und oft auch von der Familie) formulierten Forderungen nach Affektkontrolle, Rationalität und Leistung. Vor diesem Hintergrund lassen sich die postmigrantischen Inszenierungen des Balkanischen in mehrere Richtungen interpretieren: als Mittel zur sozialen Positionierung und Distinktion, als Möglichkeit der Verhandlung und Umcodierung negativer Zuschreibungen und schliesslich immer auch als eine adoleszente Praxis der Widerständigkeit gegen die herrschenden Normen und Rationalitäten in Schule, Beruf und Elternhaus.

620 Zala Volčič, Karmen Erjavec: Constructing Transnational Divas: Gendered Production of Balkan Turbo-Folk Music, in: Radha S. Hegde (Hg.): Circuits of Visibility. Gender and Transnational Media Cultures. New York 2011, S. 35–52, hier S. 48.

621 Ebd., S. 47.

622 Ebd.

Schluss

Die vorliegende Studie beschäftigte sich mit dem Zusammenhang von digitaler Kommunikation, visueller Kultur und Ethnizität im Kontext postmigrantischer Alltagskultur. Die Ausrichtung der Untersuchung verweist auf drei korrelierende Themenkomplexe des soziokulturellen und soziotechnischen Wandels, vor deren Hintergrund die kultur- und medienwissenschaftliche Analyse erfolgte: *erstens* Migration, Mobilität und die damit zusammenhängenden gesellschaftspolitischen und sozialen Implikationen im westlichen Europa, *zweitens* die Veralltäglicung digitaler ICT- und Kameratechnik, insbesondere die Bedeutung des Visuellen in der Alltagskommunikation, sowie *drittens* die Ästhetisierung der Gesellschaft als ein Phänomen des späten 20. und frühen 21. Jahrhunderts. In den Blick genommen wurden die (inter)medialen Praktiken von Jugendlichen und jungen Erwachsenen, deren Eltern aus Jugoslawien respektive den postjugoslawischen Staaten ins deutschsprachige Europa, insbesondere in die Schweiz, eingewandert sind. Aus der Perspektive kulturwissenschaftlicher Medienforschung wurde gezeigt, wie jugendliche AkteurInnen die technisch-medialen Möglichkeiten der Produktion und Veröffentlichung von Bildern nutzen, um Vorstellungen von Ethnizität zu konstruieren, anzueignen und zu verhandeln. Interessiert hat dabei insbesondere, inwiefern das soziotechnische Potenzial digitaler ICT- und Kameratechnik dazu beitragen kann, Formen von sozialer Ermächtigung («agency») im Alltag zu erreichen. Im Zentrum standen dabei die Frage nach den sozialen und narrativen Ressourcen, die sich über die Herstellung, Distribution und Rezeption digitaler Bilder entwickeln lassen, und die Frage, in welchem Zusammenhang die medialisierte Konstruktion und Verhandlung von Ethnizität zur gesamtgesellschaftlichen Anrufung von Kreativität und Sichtbarkeit steht.

Im Folgenden werden zentrale Aspekte zusammengefasst, die sich im Verlauf der Untersuchung als wesentlich für das digitale doing ethnicity gezeigt haben. Beschlossen werden die Ausführungen mit einem Ausblick auf die kultur- und medienwissenschaftliche Beschäftigung mit dem Zusammenhang von Migration, digitaler Kommunikation und visueller Kultur des frühen 21. Jahrhunderts.

Zusammenfassung

Doing ethnicity als intermediale Praxis

Das Zusammenwirken von Intermedialität und Transkulturalität ist grundlegend für das digitale doing ethnicity als eine Praxis der Aneignung und Recodierung bestehender Diskurse und Bedeutungen. Anhand von vielfältigen Fallbeispielen aus der jugendlichen Alltagskommunikation wurde gezeigt, wie die Optionen digitaler ICT- und Kameratechnik von Jugendlichen genutzt werden, um Symbole und Narrative aus verschiedenen soziokulturellen, diskursiven und ästhetischen Kontexten aufeinander zu beziehen und dadurch für die (visuelle) Konstruktion und Verhandlung von Ethnizität produktiv zu machen. Einen bedeutenden Referenzrahmen stellen dabei die nationalen und populärkulturellen Diskurse der elterlichen Herkunftsländer dar, aber auch die Diskurse der westeuropäischen Wohnländer, durch welche «der Balkan» und «das Balkanische» repräsentiert werden. Im digitalen doing ethnicity werden Elemente aus diesen diskursiven Feldern angeeignet und mit Elementen aus der Jugendkultur, aber auch aus der globalen Populär- und Konsumkultur inhaltlich und ästhetisch überformt. Hergestellt werden diese inter- und transmedialen Verbindungen einerseits durch die fotografische respektive filmische Mise en scène der Körper, Orte und Objekte, andererseits durch die gestalterische Modifikation digitaler Bilder und Symbole mit Bildbearbeitungssoftware. Mittels der ikonografischen Kontextualisierung der erhobenen Bilder konnte nachgezeichnet werden, wie bereits in vordigitalen Zeiten bestehende Themen und Praktiken aus der visuellen Kultur sowie tradierte Formen der Inszenierung und Gestaltung in das digitale doing ethnicity übertragen werden. Dargelegt wurde auch, wie die für die digitale «convergence culture» charakteristische Zirkulation von Medieninhalten durch verschiedene soziale, kulturelle und technisch-mediale Kontexte spezifische Ressourcen eröffnet, um Vorstellungen von Ethnizität und Herkunft für die Kommunikation anschlussfähig zu machen. Dies wurde insbesondere an der ästhetischen Rahmung des doing ethnicity durch pop- und/oder jugendkulturell konnotierte Darstellungsformen deutlich, die Bezüge zu unterschiedlichen soziokulturellen, ästhetischen und medialen Kontexten eröffnen. Die Ambivalenzen, Widersprüche und Doppeldeutigkeiten, die sich aus den intermedialen Verweisstrukturen und Verflechtungen ergeben, wurden dabei als Möglichkeiten interpretiert, unterschiedliche (hegemoniale und jugendkulturelle) Lesarten mit- und gegeneinander ins Spiel zu bringen und so als narrative Ressource produktiv zu machen.

Ethnizität als soziale Ressource

Die mit dem (inter)medialen doing ethnicity in Zusammenhang stehenden (ästhetischen und kommunikativen) Praktiken verweisen auf unterschiedliche soziale Funktionen, die im Kontext postmigrantischer Jugend- und Alltagskultur von Bedeutung sind. Eine erste Funktion liegt in der *sozialen Distinktion*. Exemplarisch zeigt sich dies, wenn milieuspezifische Präferenzen für Mode, Musik und Freizeitgestaltung, aber auch Vorlieben für bestimmte Formen der fotografischen Inszenierung von den Jugendlichen als genuine Aspekte eines «Balkan-Styles» verhandelt werden. Deutlich wurde dabei auch, dass soziale kaum von ethnizierenden Stereotypisierungen differenziert werden – sowohl von den Jugendlichen selbst wie von den Akteuren der Mehrheitsgesellschaft. Mit der sozialen Distinktion in Beziehung steht eine zweite Funktion, die *Verhandlung von sozialen und kulturellen Zuschreibungen*. Durch die Inszenierung des Balkanischen als hedonistischen, sinnlichen, aber auch prekären Lebensstil schaffen sich die Jugendlichen Möglichkeiten, das negative Stigma des Balkanischen zu einer positiven Erzählung zu wenden und sich zugleich gegenüber den Erwartungen und Zuschreibungen einer westeuropäischen Rationalitätskultur zu positionieren. Damit geht eine Produktion und Reformulierung von stereotypen Bildern des Balkanischen auf alltagskultureller Ebene einher, die besonders deutlich in Bezug auf die Intersektionalität von Ethnizität und Geschlecht sichtbar wird. Eine dritte soziale Funktion des digitalen doing ethnicity betrifft die *Verhandlung von konflikthaften Erfahrungen*, welche die im deutschsprachigen Europa lebenden Jugendlichen im Kontakt mit den Alltagskulturen und Diskursen der westlichen Balkanstaaten machen. Thematisiert und zur Diskussion gestellt werden dabei einerseits unterschiedliche Wertvorstellungen und habituelle Präferenzen. Andererseits dient die Beschäftigung mit den alltagskulturellen Themen der elterlichen Herkunftsländer dazu, soziokulturelle und ökonomische Unterschiede zwischen den Wohn- und den Herkunftsländern zu thematisieren. Dies geschieht zumeist auf ironisierende Art und entlang der globalisierten Ästhetik einer unterhaltungsorientierten Onlinekommunikation, zum Beispiel in Form sogenannter Internet-Memes. Viele der dabei als «kulturelle» Differenzen verhandelten Themen verweisen jedoch stärker auf milieuspezifische Konflikte und Spannungen zwischen den Generationen. Eine vierte Funktion liegt in der *sozialen Positionierung* innerhalb der jugendkulturellen Peergroup. Dies geschieht, indem balkanspezifisches Wissen performiert und repräsentiert wird, etwa durch die Herstellung und das Kommentieren von Bildern, welche eine (gemeinsame) Geschichte, Geografie oder Alltagskultur der Balkanregion thematisieren. Beobachtet werden

konnte auch, dass sich junge Frauen und Männer gegenüber ihren Peers positionieren, indem sie sich aktiv von der Idee eines transnationalen Balkans distanzieren und sich als patriotische Hardliner in Szene setzen. Eine letzte, für das digitale doing ethnicity wesentliche Funktion hebt ab auf die *Herstellung und Pflege sozialer Beziehungen*. Dies betrifft ebenso die Kommunikation und Interaktion im Social Web wie das gemeinsame Agieren vor und hinter der Kamera, am PC oder am Smartphone. «Herkunft» und «Ethnizität» sind dabei nicht primär Anlass, sondern Gegenstand der Interaktion, über welche soziale Beziehungen zu Freunden, zur Familie und zu den im Social Web aktiven Peers gelebt und ausgehandelt werden. Generell lässt sich mit Blick auf die soziale Dimension des digitalen doing ethnicity festhalten, dass die Repräsentation und das Performieren nationaler Identitäten eine Differenzen überwindende Praxis darstellt, die von den Jugendlichen als charakteristisch für eine geteilte «Herkunft» in den Ländern des westlichen Balkans wahrgenommen wird. Dass mit der Imagination eines transnationalen Balkans auch hegemoniale Vorstellungen von «nationaler Identität» und «kultureller Identität» reproduziert werden, ist ein Paradoxon, das auf die Wandelbarkeit nationaler Diskurse und Symbole durch ihren sozialen Gebrauch verweist.

Hegemonie versus Ermächtigung

Die verschiedenen sozialen und narrativen Aspekte des digitalen doing ethnicity legen nahe, dass über den Umgang mit digitaler ICT- und Kamertechnik soziale Ermächtigung zumindest partiell und temporär erreicht werden kann. Beobachtet werden konnte dies zum einen in Bezug auf die soziale Positionierung der Jugendlichen innerhalb der Nahbereiche von Familie und Freundeskreis, aber auch im Sozialraum des Social Web. Zum anderen können sich die jugendkulturellen AkteurInnen durch die Produktion und Distribution eigener Medieninhalte zu den hegemonialen Anrufungen durch die Diskurse der Wohnländer und der elterlichen Herkunftsländer in ein Verhältnis setzen und mit eigenen Interpretationen des «Balkanisch-Seins» sichtbar werden. Deutlich wurden dabei allerdings auch die Grenzen der technik- und sozialutopischen Erzählungen, gemäss denen das Internet ein Ort ist, an dem bestehende soziale Strukturierungen und identitätspolitische Diskurse kraft kollektiver Intelligenz wenn nicht aufgelöst, so doch unterminiert werden. In der medienethnografischen Untersuchung fanden sich nur wenige Hinweise darauf, dass sich diese ebenso an die Technik wie an die MediennutzerInnen gerichteten Erwartungen tatsächlich erfüllen. Soziale Kategorien wie Ethnizität, Gender und sozialer Status werden im alltäglichen doing ethnicity zwar angeeignet und als narrative Ressourcen produktiv gemacht, deren dominante

Stellung als Subjektskategorien wird von den Jugendlichen aber kaum infrage gestellt. Ebenso deutlich hat sich gezeigt, dass hegemoniale Vorstellungen von ethnischer, kultureller und nationaler Identität auch in den transkulturellen Handlungskontexten der postmigrantischen Alltagskommunikation von Bedeutung sind, was insbesondere am oft expliziten Umgang mit nationalen Symbolen diskutiert werden konnte. Dass Themen und Symbole aus nationalen Diskursen als Stellvertretercodes für soziale und jugendkulturelle Anliegen von unterschiedlicher Intention und Reichweite fungieren, soll denn auch nicht über deren grundsätzliche ideologische und identitätspolitische Funktion hinwegtäuschen. Auch wenn der alltägliche Umgang mit nationalen oder religiösen Symbolen oft unreflektiert und ohne (explizite) politische Absicht erfolgt, geht mit der Repräsentation nationaler Identität eine Reproduktion hegemonialer Identitätskonzepte einher. Insofern stellt sich die Frage, inwieweit und auf welchen Ebenen die mit der Ästhetisierung des Alltags verbundene Anrufung von Kreativität und Visibilität sowie die (neuen) technisch-medialen Optionen zur Produktion und Veröffentlichung eigener Medieninhalte die Herausbildung von «agency» tatsächlich fördern – oder ob damit nicht vielmehr eine Praxis der Ästhetisierung und Reproduktion hegemonialer Vorstellungen von «Kultur» und «Identität» einhergeht. Dass das eine das andere nicht ausschließt, wurde in der vorliegenden Arbeit deutlich. Der Zusammenhang von Technik, Ästhetik und Sozialität zeigte sich diesbezüglich jedoch als grundlegend ambivalent und kontextabhängig: Das subversive Spiel mit Ethnizität, Geschlecht und sozialem Status scheint noch immer ein Privileg sozialer AkteurInnen zu sein, die qua Bildung in der Lage sind, identitätspolitische Fallstricke zu erkennen, und die über den Habitus und das Selbstbewusstsein verfügen, gesellschaftspolitische Setzungen in der Öffentlichkeit des Social Web vorzunehmen.

Ausblick

Zum Abschluss des Buches werden die konzeptionelle und methodologische Rahmung sowie die in der Studie herausgearbeiteten Themen hinsichtlich ihrer kulturanalytischen Potenziale diskutiert. Im Fokus steht die Frage, wie die kommunikative und diskursive Hinterlegung postmigrantischer Gesellschaften in ihrer Komplexität und Vieldeutigkeit in den Blick genommen und für kultur- und medienwissenschaftliche, aber auch gesellschaftspolitische Anliegen zugänglich gemacht werden kann.

Theoretischer und methodologischer Ausblick

Mit Blick auf gegenwärtige wie zukünftige Forschungsvorhaben im thematischen Komplex von Migration, Jugendkultur und Digitalisierung der Alltagskommunikation können zwei konzeptionelle Aspekte herausgestellt werden: Der erste betrifft das prinzipielle Herangehen an die Thematik im Sinne einer kultur- und medienwissenschaftlichen Perspektivierung. Der zweite Aspekt hebt auf die methodische Dimension der empirischen und analytischen Arbeit ab. Theorie und Methode müssen dabei immer gegenstandsadäquat gedacht und entwickelt werden.

Der theoretische Ausblick nimmt die Birminghamer Cultural Studies zum Ausgangspunkt. In den vergangenen zwei Jahrzehnten und unter dem Einfluss einer zunehmenden Entpolitisierung sozialwissenschaftlicher Fächer wie Soziologie und Politikwissenschaft, sind die vom Birminghamer Center for Contemporary Cultural Studies ausgehenden Forschungsansätze immer stärker selbst zum Gegenstand kultur- und sozialwissenschaftlicher Forschung geworden. Mit dem Abklingen der poststrukturalistischen Konjunktur in der Kulturanthropologie und dem Aufkommen neuer sozialwissenschaftlicher Ansätze wie der Akteur-Netzwerk-Theorie scheint auch der Zauber der Cultural Studies, zumindest in deutschsprachigen Forschungskontexten, etwas geschwunden. Dies lässt sich insbesondere für die Beschäftigungen mit digitaler Kommunikation feststellen, die gegenwärtig verstärkt an den Paradigmen der Science and Technology Studies orientiert erfolgen. Dies allein ist erst einmal nicht zu kritisieren. Mit Blick auf die aktuellen (und wohl auch zukünftigen) gesellschaftlichen Herausforderungen im Zusammenhang mit dem soziotechnischen und soziokulturellen Wandel stellt sich jedoch die Frage, ob gesellschaftlich relevante Prozesse wie Migration, die Digitalisierung der Kommunikation sowie die Ästhetisierung des Alltags nicht einer dezidiert akteursorientierten wie auch repräsentations- und machtkritischen Analyse und Begleitung durch die Kultur- und Medienwissenschaften bedürfen. Insofern ist die vorliegende Arbeit auch ein Plädoyer dafür, die thematischen Zugänge und methodischen Ansätze der Birminghamer Cultural Studies im Feld der Kulturanthropologie und Medienwissenschaft weiterhin als eine engagierte Form der Kulturanalyse produktiv zu machen.

Der Ausblick auf methodische Aspekte schliesst an die von AutorInnen wie Gisela Welz oder Johanna Rolshoven für die deutschsprachige Kulturanthropologie stark gemachte Forderung an, den ethnografischen Gegenstand – die AkteurInnen, Praktiken, Artefakte, Netzwerke, Diskurse und Ideen – als

«moving targets»⁶²³ zu behandeln. Die Untersuchung hat gezeigt, wie die Bewegungen des Forschungsgegenstands unter den Voraussetzungen von Transkulturalität, digitaler Kommunikation und technisch-medialer Konvergenz transversal zu unterschiedlichen geografischen, nationalen oder sozio-kulturellen Kontexten verlaufen und dabei verschiedene mediale, technische und ästhetische Umgebungen kreuzen. Diese Spezifik gegenwärtiger Alltagskulturen kann jedoch nur über eine entsprechende Entgrenzung (und Kombination) methodischer Perspektiven erfasst und analysiert werden. Eine gegenstandsadäquate Ethnografie und Analyse zu betreiben, meint dabei auch, kontextspezifische Zugänge zu entwickeln und diese über die Grenzen der disziplinären Paradigmen hinweg zu erproben. Vor diesem Hintergrund ist die vorliegende Arbeit ein Versuch, Mobilitäts- und Migrationsforschung auch als kulturwissenschaftliche Technik- und Medienforschung und darüber hinaus als Studien zur visuellen Kultur zu betreiben – und vice versa. Mit Blick auf den Zusammenhang von Transkulturalität und Digitalität im Alltag erscheint dieser Ansatz zukunftssträftig.

Migration und visuelle Kultur: Gegenwärtige und zukünftige Relevanz

Die diesem Buch zugrunde liegende Beschäftigung mit dem digitalen doing ethnicity wurde zu einem Zeitpunkt begonnen, an welchem die zentralen Themen «Social Web» und «Migration» teilweise unter anderen gesellschaftspolitischen Vorzeichen diskutiert wurden, als dies heute der Fall ist. Zum einen hat sich der Umgang mit digitaler ICT- und Kameratechnik parallel zur ethnografischen Untersuchung entwickelt, sodass heute von einer weit umfassenderen Veralltäglichen der Kommunikation im Social Web gesprochen werden kann als noch vor einigen Jahren. Dies zeigt sich im Besonderen am Stellenwert visueller Medien im jugendkulturellen Alltag. Die Reichweite der Kommunikation mit und über Bilder hat sich in den letzten fünf Jahren wesentlich erhöht und die technisch-mediale Hinterlegung der Alltagskulturen in vielerlei Hinsicht mitbestimmt. Heute ist es beinahe selbstverständlich, mit dem Smartphone eigene Bilder herzustellen und diese auf Social-Web-Plattformen zu veröffentlichen oder zumindest im sozialen Nahbereich zu teilen. Dass dabei auch soziale Problemlagen und hegemoniale Zuschreibungen thematisiert und im Modus des Ästhetischen verhandelt werden, hat die Beschäftigung mit dem postmigrantischen doing ethnicity exemplarisch gezeigt.

623 Welz 1998; Rolshoven 2009. Genauer dazu die [Einleitung](#) dieses Buches.

Zum anderen wurde der Fokus migrationsspezifischer Debatten aufgrund der Migration aus den Regionen des «Nahen Ostens» und aus Nordafrika ins westliche Europa spätestens ab Mitte 2015 verstärkt auf die Frage gerichtet, inwiefern Zuwanderung im globalen Massstab die Gesellschaften des «Westens» verändert. Vor diesem Hintergrund und begünstigt durch islamistischen Terror in Europa hat die von Autoren wie Samuel Huntington kolportierte Idee eines «Kampfs der Kulturen»⁶²⁴ ideologisch in weiten Bereichen der Gesellschaft an Akzeptanz gewonnen. Anlässlich der in Europa gegenwärtig geführten Diskurse über Migration, Identität und Integration und der damit verbundenen Imaginationen des «Anderen» ist aus der Sicht kritischer kulturwissenschaftlicher Forschung mit Dringlichkeit zu fragen, welche Repräsentationen in den geführten Diskursen von Bedeutung sind, welche AkteurInnen mit diesen adressiert werden respektive an deren Produktion beteiligt sind und wie sie ihre identitätspolitische Wirkung in alltäglichen Kontexten entfalten. Diese Frage richtet sich nicht nur an die Praxis professioneller Bildproduktion, sondern auch an den Umgang mit (Selbst-)Bildern, die in nichtprofessionellen Kontexten entstehen und deren ideologischer Charakter angesichts der gesellschaftlichen Anrufung zum ästhetischen Handeln nicht immer leicht zu erkennen ist.

Hinzu kommt, dass ein zusehend xenophobes Klima auch postmigrantische AkteurInnen betrifft, die im westlichen Europa leben und aufgewachsen sind und die nun, aufgrund von Milieuzugehörigkeit, Lebensstil und «ethnischem Profiling»,⁶²⁵ verstärkte Aufmerksamkeit seitens Behörden und Öffentlichkeit erfahren. Solche Mechanismen des «Othering» können in Anlehnung an Edward Said als eine Wiederbelebung von Orientalismus interpretiert werden, der sich jedoch weniger durch institutionalisiertes Herrschaftswissen entfaltet⁶²⁶ als, mit Elisabeth Beck-Gernsheim gesprochen, durch die alltägliche «Folklore des Halbwissens».⁶²⁷ Welcher Art die Konsequenzen aus den identitätspolitischen Diskursen für Jugendliche und junge Erwachsene (insbesondere muslimische) sind, deren Eltern aus den Regionen des westlichen Balkans emigriert sind, ist derweil noch offen. Die massen-

624 Vgl. Samuel Huntington: Kampf der Kulturen. Die Neugestaltung der Weltpolitik im 21. Jahrhundert. München, Wien 1996.

625 Das European Network Against Racism definiert ethnische Profiling als eine Praxis, durch welche Polizei-, Sicherheits-, Einwanderungs- und Zollbeamte ihr Handeln, soweit in ihrem Ermessen, auf allgemeine Kriterien wie «Rasse», ethnische Zugehörigkeit, Religion und nationale Herkunft einer Person abstützen anstatt auf Verdachtsmomente, welche auf Verhalten oder objektiven Beweisen gründen. Vgl. European Network Against Racism: ENAR Fact Sheet 40. Ethnisches Profiling. Brüssel 2009, S. 2.

626 Vgl. Edward Said: Orientalismus. Frankfurt am Main 2012.

627 Beck-Gernsheim 2007, S. 12 f.

medialen und nachrichtendienstlichen Berichte über in der Schweiz, Deutschland und Österreich aufgewachsene «Jihad-Reisende» mit bosnischem, kosovarischem oder mazedonischem Hintergrund,⁶²⁸ aber auch die wiederkehrende Thematisierung islamistischer Terrornetzwerke in den muslimischen Regionen des Balkans⁶²⁹ sind als Hinweis zu verstehen, dass der Konstruktion des Balkans als das «Andere» des westlichen Europas auch in der Diskursivierung einer islamistischen Bedrohung eine zumindest implizite Rolle zukommt. Bereits 2014 fragte die Boulevardzeitung «Blick» in der Überschrift eines Artikels über jihadistisch motivierte Reisende aus der Schweiz, ob die «Schweizer Gotteskrieger in Syrien» nicht «Alles Secondos aus dem Balkan» seien.⁶³⁰

Angesichts der gegenwärtigen gesellschaftspolitischen Diskurse einerseits, der anerkannten Stellung von Bildern als Medien der Anrufung, Aneignung und Aushandlung von «Identität» andererseits bedarf es kaum der Begründung für eine Forschungsperspektive, die auf die Zusammenhänge und Wechselwirkungen des Sozialen, des Ästhetischen und des Technisch-Medialen in postmigrantischen Gesellschaften fokussiert. Die in diesem Buch präsentierte Arbeit versteht sich als ein Beispiel dafür, wie diese heterogenen Verflechtungen empirisch gefasst und analytisch produktiv gemacht werden können. Dies bedeutet auch, disziplinäre Engführungen zu verlassen und den Blick auf die Verflechtungen und Widersprüche zu richten, durch welche sich die Alltagskulturen der Gegenwart auszeichnen.

628 Nach einer 2015 von der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften durchgeführten Studie unter anderem auf Grundlage von 66 Datensätzen jihadistisch motivierter Reisender, die vom Schweizer Nachrichtendienst des Bundes zugänglich gemacht wurden, sind zwölf der insgesamt 66 Personen Konvertiten, wobei die Hälfte davon Schweizer und die andere Hälfte EU-Bürger respektive beides sind. Die Muslime, welche nicht konvertiert sind (52 von 66), stammen grösstenteils aus den Nachfolgestaaten Jugoslawiens und aus Somalia, gefolgt von Schweizer Muslimen (10). Vgl. Miryam Eser Davolio, Elisa Ban, Milena Gehrig, Brigitta Gerber, Burim Luzha, Eva Mey, Ilona Möwe, Dominik Müller, Isabelle Steiner, Dilyara Suleymanova, Carole Villiger, Laurent Wicht: Hintergründe jihadistischer Radikalisierung in der Schweiz. Eine explorative Studie mit Empfehlungen für Prävention und Intervention. Zürich 2015, S. 9.

629 Vgl. dazu unter anderem *Wie ISIS auf den Balkan kam*, www.tageswoche.ch (2015), sowie das thematische Dossier auf der Nachrichtenseite des Balkan Investigative Reporting Network, *ISIS in the Balkans*, www.balkaninsight.com (2016).

630 *Schweizer Gotteskrieger in Syrien. Alles Secondos aus dem Balkan?*, www.blick.ch (2014).

Literatur

- Aarburg, Hans-Peter von, Sarah Gretler: Kosova-Schweiz. Die albanische Arbeits- und Asylmigration zwischen Kosovo und der Schweiz (1964–2000). Wien 2008.
- Alonso, Andoni, Pedro Oiarzabal: *Diasporas in the New Media Age. Identity, Politics, and Community*. Reno 2010.
- Althusser, Louis: *Marxismus und Humanismus*, in: ders.: *Für Marx*. Frankfurt am Main 1968, S. 168–195.
- Althusser, Louis: *Ideologie und ideologische Staatsapparate*, in: ders.: *Ideologie und ideologische Staatsapparate. Aufsätze zur marxistischen Theorie*. Hamburg, Berlin 1977, S. 108–168.
- Anderson, Benedict: *Long-distance Nationalism. World Capitalism and the Rise of Identity Politics*. Amsterdam 1992.
- Anderson, Benedict: *Die Erfindung der Nation. Zur Karriere eines erfolgreichen Konzepts*. Frankfurt am Main, New York 2005.
- Archer, Rory: *Assessing Turbfolk Controversies. Popular Music between the Nation and the Balkans*, in: *Southeastern Europe*, 36/2 (2012), S. 178–207.
- Astheimer, Jörg: *Doku-Glamour. (Semi-)Professionelle Nightlife-Fotografie und ihre Inszenierungen*, in: Klaus Neumann-Braun, Jörg Astheimer (Hg.): *Doku-Glamour im Web 2.0. Party-Portale und ihre Bildwelten*. Baden-Baden 2010, S. 163–185.
- Autenrieth, Ulla: *MySelf. MyFriends. MyLife. MyWorld. Foto-Alben auf Social Network Sites und ihre kommunikative Bedeutung für Jugendliche und junge Erwachsene*, in: Klaus Neumann-Braun, Ulla Autenrieth (Hg.): *Freundschaft und Gemeinschaft im Social Web. Bildbezogenes Handeln und Peergroup-Kommunikation auf Facebook & Co*. Baden-Baden 2011, S. 123–162.
- Autenrieth, Ulla: *Das Phänomen «Selfie». Handlungsorientierungen und Herausforderungen der fotografischen Selbstinszenierung von Jugendlichen im Social Web*, in: Jürgen Lauffer, Renate Röllecke (Hg.): *Lieben, Liken, Spielen. Digitale Kommunikation und Selbstdarstellung Jugendlicher heute*. München 2014, S. 52–59.
- Autenrieth, Ulla, Andreas Bänziger, Wiebke Rohde, Jan Schmidt: *Gebrauch und Bedeutung von Social Networking Sites im Alltag junger Menschen. Ein Ländervergleich zwischen Deutschland und der Schweiz*, in: Klaus Neumann-Braun, Ulla Autenrieth (Hg.): *Freundschaft und Gemeinschaft im Social Web. Bildbezogenes Handeln und Peergroup-Kommunikation auf Facebook & Co*. Baden-Baden 2011, S. 31–54.
- Bachmann-Medick, Doris: *Cultural Turns. Neuorientierungen in den Kulturwissenschaften*. Reinbek bei Hamburg 2009.
- Bakhtin, Mikhail: *The Dialogic Imagination. Four Essays*. Austin 1981.
- Balibar, Etienne: *Gibt es einen «Neo-Rassismus»?», in: ders., Immanuel Wallerstein: Rasse, Klasse, Nation. Ambivalente Identitäten*. Hamburg 2009, S. 27–41.
- Bal, Mieke: *After-Images: Mère folle* (2010), www.nomadikon.net/ContentItem.aspx?ci=172 (1. 6. 2017).
- Baleva, Martina: *Den männlichen Balkan gibt es nicht. Überlegungen zum visuellen Balkanismus als bildgeschichtliche Kategorie*, in: Martina Baleva, Boris Prevšić (Hg.): *«Den Balkan gibt es nicht». Erbschaften im südöstlichen Europa*. Köln, Weimar, Wien 2016, S. 93–112.
- Barletius, Marinus: *De vita, moribus ac rebus praecipue adversus Turcas gestis Georgii Castrioti etc. Argentorati (Strassburg) 1537*.

- Barth, Manuela: Die Stunde der Amateure. Zum Amateurbegriff im Prozess der Digitalisierung der Fotografie, in: Irene Ziehe, Ulrich Hägele (Hg.): Digitale Fotografien. Kulturelle Praxen eines neuen Mediums. Münster, New York, München, Berlin 2009, S. 85–99.
- Barthes, Roland: Mythen des Alltags. Frankfurt am Main 1964.
- Bausinger, Hermann: Heimat und Identität, in: Konrad Köstlin, Hermann Bausinger (Hg.): Heimat und Identität. Probleme regionaler Kultur. Neumünster 1980, S. 9–24.
- Bausinger, Hermann: Typisch deutsch? Wie deutsch sind die Deutschen? München 2000.
- Bausinger, Hermann: Vom Jagdrecht auf Moorhühner. Anmerkungen zur kulturwissenschaftlichen Medienforschung, in: Zeitschrift für Volkskunde, 97 (2001), S. 1–14.
- Bausinger, Hermann, Utz Jeggle, Gottfried Korf, Martin Scharfe: Grundzüge der Volkskunde. Darmstadt 1978.
- Beck, Stefan: Umgang mit Technik. Kulturelle Praxen und kulturwissenschaftliche Forschungskonzepte. Berlin 1997.
- Beck, Ulrich: Was ist Globalisierung? Irrtümer des Globalismus – Antworten auf Globalisierung. Frankfurt am Main 1997.
- Beck-Gernsheim, Elisabeth: Wir und die Anderen. Kopftuch, Zwangsheirat und andere Missverständnisse. Frankfurt am Main 2007.
- Behloul, Samuel: Zwischen Balkan-Hypothek und Balkan-Bonus. Identitätsbildung der muslimisch-jugoslawischen Diaspora in der Schweiz, in: Martina Baleva, Boris Prevšić (Hg.): «Den Balkan gibt es nicht». Erbschaften im südöstlichen Europa. Köln, Weimar, Wien 2016, S. 191–207.
- Bhabha, Homi: Die Verortung der Kultur. Tübingen 2000.
- Billig, Michael: Banal Nationalism. London 1995.
- Bischoff, Christina: Blickregime der Migration. Images und Imaginationen des Fremden in Schweizer Printmedien. Münster 2016.
- Blagojević Hughson, Marina: Undoing Gender, Undoing the Balkans. Towards Ethnic and Gender Reconciliation, in: Roswitha Kersten-Pejanić, Simone Rajilić, Christian Voss (Hg.): Doing Gender – Doing the Balkans. Dynamics and Persistence of Gender Relations in Yugoslavia and the Yugoslav Successor States. München, Berlin, Washington D. C. 2012, S. 17–42.
- Bloustien, Gerry: «Wigging People Out». Youth Music Practice and Mediated Communities, in: Journal of Community & Applied Social Psychology, 17 (2007), S. 446–462.
- Boehm, Gottfried: Bildnis und Individuum. Über den Ursprung der Porträtmalerei in der italienischen Renaissance. München 1985.
- Bohnsack, Ralf: Zum Verhältnis von Bild- und Textinterpretation in der Sozialforschung, in: Barbara Friebertshäuser, Heide von Felden, Burkhard Schäffer (Hg.): Bild und Text. Methoden und Methodologien visueller Sozialforschung in der Erziehungswissenschaft. Opladen, Farmington Hills 2007, S. 21–45.
- Bonfadelli, Heinz, Priska Bucher, Christa Hanetseder, Thomas Hermann, Mustafa Ideli, Heinz Moser: Jugend, Medien und Migration. Empirische Ergebnisse und Perspektiven. Wiesbaden 2008.
- Bordwell, David: Glamour, Glimmer and Uniqueness in Hollywood Portraiture, in: Elvehjem Museum of Art (Hg.): Hollywood Glamour 1924–1956. Selected Portraits from the Wisconsin Center for Film and Theater Research. Madison 1981, S. iv–vii.
- Bourdieu, Pierre: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt am Main 1987.
- Bourdieu, Pierre, Luc Boltanski, Robert Castel, Jean-Claude Chamboredon, Gérard Lagneau, Dominique Schnapper (Hg.): Eine illegitime Kunst. Die sozialen Gebrauchsweisen der Photographie. Hamburg 2006.

- Bradatan, Cristina: Cuisine and Cultural Identity in Balkans, in: *Anthropology of East Europe Review*, 21/1 (2003), S. 43–47.
- Bruns, Axel: *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond. From Production to Prodsusage*. New York 2008.
- Buchner-Fuhs, Jutta: Die Fotobefragung – eine kulturwissenschaftliche Interviewmethode?, in: *Zeitschrift für Volkskunde*, 93 (1997), S. 189–216.
- Büthe, Joachim, Thomas Kuchenbuch, Günther Liehr, Friedhelm Roth, Jan Thorn Prikker, Alois Weber, Richard Weber: *Der Arbeiterfotograf. Dokumente und Beiträge zur Arbeiterfotografie 1926–1932*. Köln 1978.
- Büttner, Frank, Andrea Gott dang: *Einführung in die Ikonographie. Wege zur Deutung von Bildinhalten*. München 2006.
- Bukow, Wolf-Dietrich, Roberto Llaryora: *Mitbürger aus der Fremde. Soziogenese ethnischer Minoritäten*. Wiesbaden 1998.
- Castells, Manuel: *Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Das Informationszeitalter*. Opladen 2001.
- Certeau, Michel de: *Kunst des Handelns*. Berlin 1988.
- Chalfen, Richard: *Snapshot Versions of Life*. Bowling Green 1987.
- Clarke, John: Stil, in: ders., Phil Cohen, Paul Corrigan, Jenny Garber, Stuart Hall, Dick Hebdige (Hg.): *Jugendkultur als Widerstand. Milieus, Rituale, Provokationen*. Hamburg 1981, S. 133–157.
- Clarke, John, Phil Cohen, Paul Corrigan, Jenny Garber, Stuart Hall, Dick Hebdige (Hg.): *Jugendkultur als Widerstand. Milieus, Rituale, Provokationen*. Hamburg 1981.
- Crenshaw, Kimberlé: Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence against Women of Color, in: *Stanford Law Review*, 43/6 (1991), S. 1241–1299.
- Cvitanović, Marin: (Re)konstrukcija balkanskih identiteta kroz popularnu glazbu, in: *Migracijske i etničke teme*, 4 (2009), S. 317–335.
- Dahinden, Janine, Kerstin Duemmler, Joëlle Moret: *Religion und Ethnizität: Welche Praktiken, Identitäten und Grenzziehungen? Eine Untersuchung mit jungen Erwachsenen. Schlussbericht, Nationales Forschungsprogramm «Religionsgemeinschaften, Staat und Gesellschaft» (NFP 58)*. Neuchâtel 2011, www.nfp58.ch/files/downloads/Schlussbericht_DahindenJanine.pdf (1. 6. 2017).
- Dawkins, Richard: *Das egoistische Gen*. Berlin, Heidelberg, New York 1978.
- Dayan, Daniel: The Tutor-Code of Classical Cinema, in: *Film Quarterly*, 28/1 (1974), S. 22–31.
- Dayan, Daniel: Media and Diasporas, in: Jostein Gripsrud (Hg.): *Television and Common Knowledge*. New York, London 1999, S. 18–33.
- Dijck, José van: Digital Photography. Communication, Identity, Memory, in: *Visual Communication*, 7/57 (2008), S. 57–76.
- Diminescu, Dana: The Connected Migrant: An Epistemological Manifesto, in: *Social Science Information*, 47/4 (2008), S. 565–579.
- Dragičević-Šešić, Milena: *Neofolk kultura. Publika i njene zvezde (dt.: Neofolk Kultur. Das Publikum und seine Stars)*. Sremski Karlovci, Novi Sad 1994.
- Ebersbach, Anja, Markus Glaser, Richard Heigl: *Social Web*, Konstanz 2011.
- Eco, Umberto: *Das offene Kunstwerk*. Frankfurt am Main 1973.
- Eco, Umberto: Für eine semiologische Guerilla, in: ders. (Hg.): *Gott und die Welt. Essays und Glossen*. München, Wien 1985, S. 146–156.
- Edensor, Tim: *National Identity, Popular Culture and Everyday Life*. Oxford, New York 2002.
- Erikson, Erik: Wachstum und Krisen der gesunden Persönlichkeit, in: ders.: *Identität und Lebenszyklus. Drei Aufsätze*. Frankfurt am Main 2003, S. 55–122.
- Eser Davolio, Miryam, Elisa Ban, Milena Gehrig, Brigitta Gerber, Burim Luzha, Eva Mey, Ilona Möwe, Dominik Müller, Isabelle Steiner, Dilyara Suleymanova, Carole Villiger,

- Laurent Wicht: Hintergründe jihadistischer Radikalisierung in der Schweiz. Eine explorative Studie mit Empfehlungen für Prävention und Intervention. Zürich 2015.
- Espahangizi, Kijan: Das #Postmigrantische ist kein Kind der Akademie (2016), www.geschichte-dergegenwart.ch/das-postmigrantische-kein-kind-der-akademie (1. 6. 2017).
- European Network Against Racism: ENAR Fact Sheet 40. Ethnisches Profiling. Brüssel 2009, www.opensocietyfoundations.org/sites/default/files/Factsheet-ethnic-profiling-20091001-GER_0.pdf (1. 6. 2017).
- Faulstich, Werner: Grundwissen Medien, Paderborn 1998.
- Fay, Elizabeth: Fashioning Faces. The Portraitive Mode in British Romanticism. Durham 2010.
- Feurer, Richard, Jörg Huber, Matthias Michel (Hg.): BrandBody&Soul. GEPFLEGT:KRASS. Berlin 2008.
- Fish, Stanley: Is There A Text in This Class? The Authority of Interpretive Communities. Cambridge 1980.
- Fiske, John: Television Culture. London 1987.
- Fiske, John: Populärkultur. Erfahrungshorizont im 20. Jahrhundert. Ein Gespräch mit John Fiske, in: montage/av, 2/1 (1993), S. 5–18.
- Fiske, John: Fernsehen, Polysemie und Popularität, in: Rainer Winter, Lothar Mikos (Hg.): Die Fabrikation des Populären. Der John Fiske-Reader. Bielefeld 2001, S. 85–109.
- Fleckner, Uwe: Flagge, in: ders., Martin Warnke, Hendrik Ziegler (Hg.): Politische Ikonographie. Ein Handbuch, Bd. I. München 2014, S. 324–330.
- Folie, Sabine, Michael Glasmeier, Gerald Matt (Hg.): Tableaux vivants. Lebende Bilder und Attitüden in Fotografie, Film und Video. Wien 2002.
- Foroutan, Naika: Postmigrantische Gesellschaften, in: Heinz Ulrich Brinkmann, Martina Sauer (Hg.): Einwanderungsgesellschaft Deutschland. Entwicklung und Stand der Integration. Wiesbaden 2016, S. 227–254.
- Fortunati, Leopoldina, Raul Pertierra, Jane Vincent: Migration, Diaspora and Information Technology in Global Societies. New York 2010.
- Foucault, Michel: Technologien des Selbst, in: Luther Martin, Huck Gutman, Patrick Hutton (Hg.): Technologien des Selbst. Frankfurt am Main 1993, S. 24–62.
- Foucault, Michel: Worte und Bilder, in: ders.: Schriften in vier Bänden. Dits et Ecrits, Bd. 1: 1954–1969, hg. von Daniel Defert, François Ewald. Frankfurt am Main 2001, S. 794–797.
- Foucault, Michel: Das Spiel des Michel Foucault (Gespräch), in: ders.: Schriften in vier Bänden. Dits et Ecrits, Bd. 3: 1976–1979, hg. von Daniel Defert, François Ewald. Frankfurt am Main 2003, S. 391–429.
- Früchtl, Josef, Jörg Zimmermann: Ästhetik der Inszenierung. Dimensionen eines gesellschaftlichen, individuellen und kulturellen Phänomens, in: dies. (Hg.): Ästhetik der Inszenierung. Dimensionen eines künstlerischen, kulturellen und gesellschaftlichen Phänomens. Frankfurt am Main 2001, S. 9–47.
- Garcia, Angela, Alecea Standlee, Jennifer Beckhoff, Yan Cui: Ethnographic Approaches to the Internet and Computer-Mediated Communication, in: Journal of Contemporary Ethnography, 38/52 (2009), S. 52–84.
- Garfinkel, Harold: Studies in Ethnomethodology. Englewood Cliffs 1967.
- Gere, Charlie: Digital Culture, London 2008.
- Ghodsee, Kristen: Potions, Lotions and Lipstick. The Gendered Consumption of Cosmetics and Perfumery in Socialist and Post-Socialist Urban Bulgaria, in: Women's Studies International Forum, 30/1 (2007), S. 26–39.
- Göttlich, Udo: Der Alltag der Mediatisierung. Eine Skizze zu den praxistheoretischen Herausforderungen der Mediatisierung des kommunikativen Handelns, in: Maren Hartmann, Andreas Hepp (Hg.): Die Mediatisierung der Alltagswelt. Wiesbaden 2010, S. 23–34.

- Göttsch, Silke: Die schwere Kunst des Sehens. Zur Diskussion über Amateurfotografie in Volkskunde und Heimatbewegung um 1900, in: Carola Lipp (Hg.): Medien populärer Kultur. Erzählung, Bild und Objekt in der volkskundlichen Forschung. Frankfurt am Main, New York 1995, S. 395–405.
- Goffman, Erving: Stigma. Über Techniken der Bewältigung beschädigter Identität. Frankfurt am Main 1967.
- Goffman, Erving: Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. München 2010.
- Goldsworthy, Vesna: Inventing Ruritania. The Imperialism of the Imagination. New Haven, London 1998.
- Goriunova, Olga: Die Kraft der digitalen Ästhetik. Über Meme, Hacking und Individuation, in: Zeitschrift für Medienwissenschaft, 8 (2013), S. 70–87.
- Groenemeyer, Axel: Kulturelle Differenz, ethnische Identität und die Ethnisierung von Alltagskonflikten. Ein Überblick sozialwissenschaftlicher Thematisierungen, in: ders., Jürgen Mansel: Die Ethnisierung von Alltagskonflikten. Opladen 2003, S. 11–46.
- Grootenboer, Hanneke: Treasuring the Gaze. Intimate Vision in Late Eighteenth-Century Eye Miniatures. Chicago 2012.
- Gugerli, David: «In magischem Glanze hoch empor?» Wissenschaft, Technik und Nation 1883, in: Georg Kohler, Stanislaus von Moos (Hg.): Expo-Syndrom? Materialien zur Landesausstellung 1883–2002. Zürich 2002, S. 191–206.
- Gundle, Stephen: Glamour. A History. Oxford, New York 2008.
- Haberler, Veronika: Mode(n) als Zeitindikator. Die Kreation von textilen Modeprodukten. Wiesbaden 2012.
- Hägele, Ulrich: Foto-Ethnographie. Die visuelle Methode in der volkskundlichen Kulturwissenschaft. Tübingen 2007.
- Hall, Stuart: Race, Articulation and Societies Structured in Dominance, in: UNESCO (Hg.): Sociological Theories. Race and Colonialism. Paris 1980, S. 305–345.
- Hall, Stuart: Kulturelle Identität und Globalisierung, in: Karl H. Hörning, Rainer Winter (Hg.): Widerspenstige Kulturen. Cultural Studies als Herausforderung. Frankfurt am Main 1999, S. 393–441.
- Hall, Stuart: Wer braucht «Identität»? , in: ders.: Ideologie, Identität, Repräsentation (Ausgewählte Schriften, Bd. 4), hg. von Juha Koivisto, Andreas Merckens. Hamburg 2008a, S. 167–187.
- Hall, Stuart: Das Spektakel des «Anderen», in: ders.: Ideologie, Identität, Repräsentation (Ausgewählte Schriften, Bd. 4), hg. von Juha Koivisto, Andreas Merckens. Hamburg 2008b, S. 108–166.
- Hall, Stuart: Bedeutung, Repräsentation, Ideologie. Althusser und die poststrukturalistische Debatte, in: ders.: Ideologie, Identität, Repräsentation (Ausgewählte Schriften, Bd. 4), hg. von Juha Koivisto, Andreas Merckens. Hamburg 2008c, S. 43–65.
- Hall, Stuart: Kodieren/Dekodieren, in: ders.: Ideologie, Identität, Repräsentation (Ausgewählte Schriften, Bd. 4), hg. von Juha Koivisto, Andreas Merckens. Hamburg 2008d, S. 66–80.
- Hall, Stuart, Tony Jefferson (Hg.): Resistance Through Rituals. Youth Subcultures in Post-War Britain. London 1975.
- Hardt, Michael, Antonio Negri: Empire. Die neue Weltordnung. Frankfurt am Main, New York 2003.
- Hartling, Florian: Der digitale Autor. Autorschaft im Zeitalter des Internets. Bielefeld 2009.
- Heath, Stephen: Questions of Cinema. Bloomington 1981.
- Hebdige, Dick: Subculture. The Meaning of Style. London, New York 1988.
- Hebdige, Dick: Cut 'n' Mix. Culture, Identity and Caribbean Music. London, New York 2003.
- Hengartner, Thomas: Die Mode mit dem Schweizer Kreuz. Vom Nationalembblem zum Lifestyle-Logo, in: Elio Pellin, Elisabeth Ryter (Hg.): Weiss auf Rot. Das Schweizer Kreuz zwischen nationaler Identität und Corporate Identity. Zürich 2004, S. 81–91.

- Hengartner, Thomas: Medien und Alltag. Volkskundlich-kulturwissenschaftliche Technik- und Medienforschung: Fragen – Positionen – Ansätze, in: Rundfunk und Geschichte, 35/1–2 (2009), S. 33–38.
- Hengartner, Thomas: «Technik – Kultur – Alltag». Technikforschung als Alltagsforschung, in: Schweizerisches Archiv für Volkskunde, 106 (2012), S. 117–139.
- Hepp, Andreas: Fernsehaneignung und Alltagsgespräche. Fernsehnutzung aus der Perspektive der Cultural Studies. Opladen 1998, S. 23–31.
- Hepp, Andreas: Digitale Medien, Migration und Diaspora: Deterritoriale Vergemeinschaftung jenseits nationaler Integration, in: Uwe Hunger, Kathrin Kissau (Hg.): Internet und Migration. Theoretische Zugänge und empirische Befunde. Wiesbaden 2009, S. 33–51.
- Hepp, Andreas, Cigdem Bozdogan, Laura Suna: Mediale Migranten. Mediatisierung und die kommunikative Vernetzung der Diaspora. Wiesbaden 2011.
- Hermann, Thomas, Christa Hanetseder: Jugendliche mit Migrationshintergrund. Heimatlische, lokale und globale Verortungen, in: Heinz Bonfadelli, Heinz Moser (Hg.): Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum? Wiesbaden 2007, S. 237–272.
- Heuberger, Valeria: Der Sandschak von Novi Pazar, in: Österreichische Osthefte, 47/1–4 (2006), S. 823–830.
- Hickethier, Knut: Film- und Fernsehanalyse. Stuttgart, Weimar 1996.
- Hickethier, Knut: Einführung in die Medienwissenschaft. Stuttgart, Weimar 2003.
- Hine, Christine: Virtual Ethnography. Modes, Varieties, Affordances, in: Nigel Fielding, Raymond Lee, Grant Blank (Hg.): The SAGE Handbook of Online Research Methods. Los Angeles 2008, S. 257–270.
- Hippner, Hajo: Bedeutung, Anwendungen und Einsatzpotentiale von Social Software in: Knut Hildebrand, Josephine Hoffmann (Hg.): Social Software. Heidelberg 2006.
- Hirsch, Marianne: Family Pictures. Maus, Mourning, and Post-Memory, in: Discourse, 15/2 (1992/93), S. 3–29.
- Hirsch, Marianne: The Generation of Postmemory, in: Poetics Today, 29/1 (2008), S. 103–128.
- Hobsbawm, Eric, Terence Ranger: The Invention of Tradition. Cambridge, New York 1983.
- Hodges-Persley, Nicole: Bling-Bling, in: Mickey Hess (Hg.): Icons of Hip Hop. An Encyclopedia of the Movement, Music, and Culture, Bd. 2. Westport 2007, S. 468 f.
- Hörning, Karl H., Julia Reuter: Doing Culture: Kultur als Praxis, in: dies. (Hg.): Doing Culture. Neue Positionen zum Verhältnis von Kultur und sozialer Praxis. Bielefeld 2004, S. 10–15.
- Holfelder, Ute, Christian Ritter: Filmen im Alltag. Handyfilme in der Perspektive einer medienweltlichen Ethnografie, in: kommunikation@gesellschaft, 14 (2013), S. 1–27, www.ssoar.info/ssoar/handle/document/36187 (1. 6. 2017).
- Holfelder, Ute, Christian Ritter: Handyfilme als Jugendkultur. Konstanz, München 2015.
- Holzer, Anton: Der Orient beginnt in Albanien. Josef Roths albanische Feuilletons und die Geschichte der Fotografenfamilie Marubi, in: Fotogeschichte, 103 (2007), S. 13–21.
- Horak, Jan-Christopher: Glamour/Glamour-Fotografie (2011), <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=6733> (1. 6. 2017).
- Hüppauf, Bernhard: Heimat – die Wiederkehr eines verpönten Wortes. Ein Populärmythos im Zeitalter der Globalisierung, in: Gunther Gebhard, Oliver Geisler, Steffen Schröter (Hg.): Heimat. Bielefeld 2007, S. 109–140.
- Huntington, Samuel: Kampf der Kulturen. Die Neugestaltung der Weltpolitik im 21. Jahrhundert. München, Wien 1996.
- Ibroshcheva, Elza: Advertising, Sex, and Postsocialism. Women, Media, and Femininity in the Balkans. Plymouth 2013.
- James, E. L.: Fifty Shades of Grey. New York 2011.

- James, E. L.: *Fifty Shades Darker*. New York 2012a.
- James, E. L.: *Fifty Shades Freed*, New York 2012b.
- Jelača, Dijana: Youth after Yugoslavia: Subcultures and Phantom Pain, in: *Studies in Eastern European Cinema*, 5/2 (2014), S. 139–154, www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17411548.2014.925334 (1. 6. 2017).
- Jenkins, Henry: *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*. New York, London 1992.
- Jenkins, Henry: *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York 2006.
- Jenkins, Henry, Xiaochang Li, Anna Krauskopf: *If It Doesn't Spread, It's Dead: Creating Value in a Spreadable Marketplace*. Cambridge (MA) 2009, www.convergenceculture.org/research/Spreadability_doublesidedprint_final_063009.pdf (1. 6. 2017).
- Jenkins, Richard: *Rethinking Ethnicity. Arguments and Explorations*. London, Thousand Oaks, New Delhi 1997.
- Jooss, Birgit: *Lebende Bilder. Körperliche Nachahmungen von Kunstwerken in der Goethezeit*. Berlin 1999.
- Kaya, Ayman: *Islamic Force und Berlin-Türken*, in: Jannis Androutopoulos (Hg.): *HipHop. Globale Kultur – lokale Praktiken*. Bielefeld 2003, S. 246–272.
- Kelly, Kevin: *We Are the Web*, in: *Wired Magazine*, 13 (2005), www.wired.com/2005/08/tech (1. 6. 2017).
- Kiossev, Alexander: *The Dark Intimacy. Maps, Identities, Acts of Identification*, in: Dušan Bjelić, Obrad Savić (Hg.): *Balkan as Metaphor. Between Globalization and Fragmentation*. Cambridge (MA) 2002, S. 165–190.
- Klein, Gabriele, Malte Friedrich: *Is this Real? Die Kultur des Hip-Hop*. Frankfurt am Main 2003.
- König, René: *Menschheit auf dem Laufsteg. Die Mode im Zivilisationsprozess*. Opladen 1999.
- Korff, Gottfried: *Symbolgeschichte als Sozialgeschichte? Zehn vorläufige Notizen zu den Bild- und Zeichensystemen sozialer Bewegungen in Deutschland*, in: Bernd Jürgen Warneken (Hg.): *Massenmedium Strasse. Zur Kulturgeschichte der Demonstrationen*. Frankfurt am Main 1991, S. 17–28.
- Krämer, Sybille: *Das Medium als Spur und als Apparat*, in: dies.: *Medien, Computer, Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien*. Frankfurt am Main 1998, S. 73–94.
- Krämer, Sybille: *Das «Performative» als Thema der Sprach- und Kulturphilosophie*, in: Erika Fischer-Lichte, Christoph Wulf (Hg.): *Theorien des Performativen*, Berlin 2001 (Paragrana. Internationale Zeitschrift für historische Anthropologie, Bd. 10, Heft 1), S. 35–64.
- Krāsteva-Blagoeva, Evgenija: *Tasting the Balkans: Food and Identity*, in: *Ethnologia Balkanica*, 12 (2008), S. 25–36.
- Kronja, Ivana: *Turbo Folk and Dance Music in 1990s Serbia: Media, Ideology and the Production of Spectacle*, in: *The Anthropology of East Europe Review*, 22/1 (2004), S. 103–114.
- Krotz, Friedrich: *Die Mediatisierung des kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien*. Opladen 2001.
- Lapenta, Francesco: *Some Theoretical and Methodological Views on Photo-Elicitation*, in: Eric Margolis, Luc Pauwels (Hg.): *The SAGE Handbook of Visual Research Methods*. London 2011, S. 201–213.
- Lévi-Strauss, Claude: *Das wilde Denken*. Frankfurt am Main 1973.
- Lialina, Olia, Dragan Espenschied: *Digitale Folklore Reader*. Stuttgart 2009.
- Lorz, Korrina: *Das Dorf im Blick. Arbeiterfotografie im Westerzgebirge*, in: Wolfgang Hesse (Hg.): *Die Eroberung der beobachtbaren Maschinen. Zur Arbeiterfotografie der Weimarer Republik*. Leipzig 2012, S. 67–112.
- MacCannell, Dean: *Staged Authenticity. Arrangements of Social Space in Tourist Settings*, in: *American Journal of Sociology*, 79/597 (1973), S. 589–603.

- Magee, Richard: Food Puritanism and Food Pornography. The Gourmet Semiotics of Martha and Nigella, in: *Americana. The Journal of American Popular Culture*, 6/2 (2007), www.americanpopularculture.com/journal/articles/fall_2007/magee.htm (1. 6. 2017).
- Mario, Jennifer: The American Flag and the Body. How the Flag and the Body Create an American Meaning, in: *Kaleidoscope*, 9 (2010), S. 45–64.
- Marotzki, Winfried, Katja Stoetzer: Die Geschichten hinter den Bildern. Annäherungen an eine Methode und Methodologie der Bildinterpretation in biographie- und bildungstheoretischer Absicht, in: Winfried Marotzki, Horst Niesyto (Hg.): *Bildinterpretation und Bildverstehen. Methodische Ansätze aus sozialwissenschaftlicher, kunst- und medienpädagogischer Perspektive*. Wiesbaden 2006, S. 15–44.
- Mathys, Nora: *Fotofreundschaften. Visualisierungen von Nähe und Gemeinschaft in privaten Fotoalben aus der Schweiz 1900–1950*. Baden 2013.
- May, Karl: *In den Schluchten des Balkan. Reiseerzählung*. Bamberg 2003.
- Melcic, Dunja (Hg.): *Der Jugoslawien-Krieg. Handbuch zu Vorgeschichte, Verlauf und Konsequenzen*. Wiesbaden 2007.
- Mersch, Dieter: *Medientheorien zur Einführung*. Hamburg 2009.
- Miller, Frank: 300. Milwaukee 1999.
- Miller, Jacques-Alain: Suture (Elements of the logic of the signifier), in: *Screen*, 18/4 (1977/78), S. 24–34.
- Mischerikow, Andrej: Aneignung und Umnutzung. Medientechnik und soziale Bewegungen, in: Klaus Schönberger, Ove Sutter: *Kommt herunter, reihst euch ein ... Eine kleine Geschichte der Protestformen sozialer Bewegungen*. Berlin, Hamburg 2009, S. 240–267.
- Moser, Heinz: Visuelle Forschung – Plädoyer für das Medium Fotografie, in: *MedienPädagogik*, 1/4 (2005), www.medienpaed.com/article/view/57 (1. 6. 2017).
- Moulier-Boutang, Yann: Marx in Kalifornien: Der dritte Kapitalismus und die alte politische Ökonomie, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 52–53 (2001), S. 29–37.
- Müller, Thorsten, Natalie Beisch: Onlinenutzung von Migrant*innen, in: *Media Perspektiven*, Heft 10 (2011), S. 493–503.
- Münker, Stefan: *Emergenz digitaler Öffentlichkeiten. Die sozialen Medien im Web 2.0*. Frankfurt am Main 2009.
- Müns, Heike: Essen und Trinken als Bekenntnis: Heimat – kulturelle Identität – Alltagserfahrung, in: Heinke Kalinke, Klaus Roth, Tobias Weger (Hg.): *Esskultur und kulturelle Identität. Ethnologische Nahrungsforschung im östlichen Europa*. München 2010, S. 11–26.
- Mulvey, Laura: Visual Pleasure and Narrative Cinema, in: *Screen*, 16 (1975), S. 6–18.
- Muri, Gabriela: Wer bin ich? Identitäten und Ressourcen, in: Christian Ritter, Gabriela Muri, Basil Rogger (Hg.): *Magische Ambivalenz. Visualität und Identität im transkulturellen Raum*. Zürich, Berlin 2010a, S. 78–96.
- Muri, Gabriela: Web 2.0. Freizeit und Soziale Netzwerke, in: Christian Ritter, Gabriela Muri, Basil Rogger (Hg.): *Magische Ambivalenz. Visualität und Identität im transkulturellen Raum*. Zürich, Berlin 2010b, S. 146–177.
- Negt, Oskar, Alexander Kluge: *Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit*. Frankfurt am Main 1977.
- Neubecker, Ottfried: Die Geschichte des Wappens Albaniens, in: *Archivum Heraldicum*, 3–4 (1976), S. 2 f.
- Neumann, Gerhard, Rainer Warning: *Transgression. Literatur als Ethnographie*, in: dies. (Hg.): *Transgression. Literatur als Ethnographie*. Freiburg im Breisgau 2003, S. 7–16.
- Neumann-Braun, Klaus: *Viva MTV! Popmusik im Fernsehen*. Frankfurt am Main 1999.
- Neumann-Braun, Klaus, Jörg Astheimer: *Partywelten – Bilderwelten. Einführende Bemerkungen*, in: dies. (Hg.): *Doku-Glamour im Web 2.0. Party-Portale und ihre Bildwelten*. Baden-Baden 2010, S. 9–29.

- Neumann-Braun, Klaus, Ulla Autenrieth (Hg.): Freundschaft und Gemeinschaft im Social Web. Bildbezogenes Handeln und Peergroup-Kommunikation auf Facebook & Co. Baden-Baden 2011.
- Nipperdey, Thomas: Nationalidee und Nationaldenkmal in Deutschland im 19. Jahrhundert, in: ders.: Kann Geschichte objektiv sein? Historische Essays, hg. von Paul Nolte. München 2013, S. 105–160.
- Norris, David: In the Wake of the Balkan Myth. Questions of Identity and Modernity. Basingstoke 1999.
- NRW Forum: EGO UPDATE. A History of the Selfie, Köln 2015.
- Opaschowski, Horst W.: Tourismus. Systematische Einführung – Analysen und Prognosen. Opladen 1996.
- O'Reilly, Tim: What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software (2005), www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html (1. 6. 2017).
- Otto, Isabell, Nikola Plohr: Selfie-Technologie, in: POP. Kultur und Kritik, Heft 6 (2015), S. 26–30.
- Oudart, Jean-Pierre: Cinema and Suture Elements, in: Screen, 18/4 (1977/78), S. 35–47.
- Pagenstecher, Cord: Antreten zum Lotterleben. Private Fotoalben als Quelle einer Visual History des bundesdeutschen Tourismus, in: Schweizerische Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialgeschichte, 20 (2005), S. 201–220.
- Panofsky, Erwin: Studien zur Ikonologie der Renaissance. Köln 2008.
- Piaget, Jean: Nachahmung, Spiel und Traum. Die Entwicklung der Symbolfunktion beim Kinde. Stuttgart 1975.
- Piaget, Jean, Bärbel Inhelder: Die Entwicklung des inneren Bildes beim Kind. Frankfurt am Main 1979.
- Polanyi, Michael: Implizites Wissen. Frankfurt am Main 1985.
- Posner, Roland: Zur Systematik der Beschreibung verbaler und nonverbaler Kommunikation. Semiotik als Propädeutik der Medienanalyse, in: Hans-Georg Bosshardt (Hg.): Perspektiven auf Sprache. Interdisziplinäre Beiträge zum Gedenken an Hans Hörmann. Berlin, New York 1986, S. 293–297.
- Previšić, Boris: Karl May und seine Rezeption auf dem Balkan. Im Widerstreit imperialer und nationaler Kräfte, in: Martina Baleva, Boris Previšić (Hg.): «Den Balkan gibt es nicht». Erbschaften im südöstlichen Europa. Köln, Weimar, Wien 2016, S. 79–92.
- Prins, Baukje: Narrative Accounts of Origins. A Blind Spot in the Intersectional Approach?, in: European Journal of Women's Studies, 13/3 (2006), S. 277–290.
- Quasthoff, Uta: Soziales Vorurteil und Kommunikation – eine sprachwissenschaftliche Analyse des Stereotyps. Ein interdisziplinärer Versuch im Bereich von Linguistik, Sozialwissenschaft und Psychologie. Frankfurt am Main 1973.
- Rajewsky, Irina: Intermedialität. Tübingen 2005.
- Rajewsky, Irina: Border Talks. The Problematic Status of Media Borders in the Current Debate about Intermediality, in: Lars Elleström (Hg.): Media Borders, Multimodality and Intermediality. Basingstoke 2010, S. 51–68.
- Reck, Hans Ulrich: Entgrenzung und Vermischung. Hybridkultur als Kunst der Philosophie, in: Irmela Schneider, Christian Thomsen (Hg.): Hybridkultur. Medien, Netze, Künste. Köln 1997, S. 91–117.
- Reck, Hans Ulrich: Kunst als Medientheorie. Vom Zeichen zur Handlung. München 2003.
- Reck, Hans Ulrich: Eigensinn der Bilder. Bildtheorie oder Kunstphilosophie? München 2007a.
- Reck, Hans Ulrich: Index Kreativität. Köln 2007b.
- Reckwitz, Andreas: Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung. Berlin 2012.

- Reckwitz, Andreas: Die Erfindung der Kreativität, in: Kulturpolitische Mitteilungen, 141/2 (2013), S. 23–34.
- Regener, Susanne: Medienamateure im digitalen Zeitalter, in: Fotogeschichte. Beiträge zur Geschichte und Ästhetik der Fotografie, 11/1 (2009), S. 5–9.
- Regener, Susanne, Katrin Köppert: Medienamateure in der homosexuellen Kultur, in: dies. (Hg.): privat/öffentlich. Mediale Selbstentwürfe von Homosexualität. Wien, Berlin 2013, S. 7–17.
- Reichert, Ramón: Amateure im Netz. Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web 2.0. Bielefeld 2008.
- Reitsamer, Rosa, Rainer Prokop: Postmigrantischer HipHop in Österreich. Hybridität. Sprache. Männlichkeit, in: Erol Yildiz, Marc Hill (Hg.): Nach der Migration. Postmigrantisches Perspektiven jenseits der Parallelgesellschaft. Bielefeld 2014, S. 251–270.
- Reuter, Julia: Postkoloniales Doing Culture. Oder: Kultur als translokale Praxis, in: Karl H. Hörning, Julia Reuter (Hg.): Doing Culture. Neue Positionen zum Verhältnis von Kultur und sozialer Praxis. Bielefeld 2004, S. 239–255.
- Ritter, Alexandra, Michael Ritter: Emanzipierte Prinzessinnen? Ein Blick auf die Königstöchter im neuen Märchenbilderbuch, in: *kj&m*, 1 (2013) S. 19–27.
- Ritter, Christian: Visuelle Rhetorik im transkulturellen Raum. Bildgebrauch und Bildtypen, in: Christian Ritter, Gabriela Muri, Basil Rogger (Hg.): Magische Ambivalenz. Identität und Visualität im transkulturellen Raum. Berlin, Zürich 2010, S. 97–127.
- Ritter, Christian: Migration Design. Research on Aesthetic and Social Practices in the Context of Transcultural Identity Formation, in: Yana Milev (Hg.): D. A. A Transdisciplinary Handbook of Design Anthropology. Bern 2013a, S. 918–926.
- Ritter, Christian: Enabling through Self-Imaging. The Potential of Visual Communication in the Field of Diaspora, Youth Culture and Web 2.0, in: Lewis Johnson (Hg.): Mobility and Fantasy in Visual Culture. London 2013b, S. 167–178.
- Ritter, Christian: «Schweizer jubeln auf Albanisch». Visuelle Inszenierungen albanischer Identität im Kontext postmigrantischer Jugendkultur, in: Albanische Hefte, 3 (2015), S. 20–26.
- Ritter, Christian: Die Mediatisierung der Sozialwelt als Gegenstand ethnografischer und künstlerischer Forschung. Methodische Überlegungen, in: Ute Holfelder, Klaus Schönberger, Thomas Hengartner, Christoph Schenker (Hg.): Kunst und Ethnografie – zwischen Kooperation und Ko-Produktion? Anziehung– Abstoßung – Verwicklung: Epistemische und methodologische Perspektiven. Zürich (in Vorbereitung).
- Ritter, Christian: Constructing Ethnicity Through ICT: Visual Culture, Creativity and the Circulation of National Symbols in Postmigrant Albanian Youth Culture, in: Johannes Müske, Ute Holfelder, Thomas Hengartner (Hg.): Fixing and Circulating the Popular. Ethnographies of Technology, Media, Archives and the Dissemination of Culture. Zürich (in Vorbereitung).
- Ritter, Christian, Gabriela Muri, Basil Rogger (Hg.): Magische Ambivalenz. Visualität und Identität im transkulturellen Raum. Zürich, Berlin 2010.
- Ritter, Christian, Klaus Schönberger: «Sweeping the Globe»: Appropriating Global Media Content Through Camera Phone Videos in Everyday Life, in: Cultural Analysis, 15/2 (2017), S. 58–81, https://www.ocf.berkeley.edu/~culturalanalysis/volume15_2/vol15_2_RitSch.html (1. 6. 2017).
- Robins, Kevin: Beyond Imagined Community? Transnationale Medien und türkische MigrantInnen in Europa, in: Brigitte Hipfl, Elisabeth Klaus, Uta Scheer (Hg.): Identitätsräume. Nation, Körper und Geschlecht in den Medien. Eine Topografie. Bielefeld 2004, S. 114–132.
- Rolshoven, Johanna: Mobile Culture Studies – Kulturwissenschaftliche Mobilitätsforschung als Beitrag zu einer bewegungsorientierten Ethnographie der Gegenwart, in: Sonja

- Windmüller, Beate Binder, Thomas Hengartner (Hg.): Kultur – Forschung. Zum Profil einer volkskundlichen Kulturwissenschaft. Berlin 2009, S. 91–101.
- Rothschild, Sarah: *The Princess Story. Modeling the Feminine in Twentieth-Century American Fiction and Film*. New York 2013.
- Rushdie, Salman: *Imaginary Homelands*. London 1991.
- Rushkoff, Douglas: *Present Shock. Wenn alles jetzt passiert*. Freiburg 2014.
- Said, Edward: *Orientalismus*. Frankfurt am Main 2012.
- Scherr, Albert: *Jugendsoziologie. Einführung in Grundlagen und Theorien*. Wiesbaden 2009.
- Schmidt-Burkhardt, Astrit: *Sehende Bilder. Die Geschichte des Augenmotivs seit dem 19. Jahrhundert*. Berlin 1992.
- Schmidt-Neke, Michael: *Nationalism and National Myth. Skanderbeg and the Twentieth-Century Albanian Regimes*, in: *The European Legacy. Toward New Paradigms*, 2/1 (1997), S. 1–7.
- Schmitt, Jens Oliver: *Skanderbeg. Der neue Alexander auf dem Balkan*. Regensburg 2009.
- Schmoll, Friedemann: *Verewigte Nation. Studien zur Erinnerungskultur von Reich und Einzelstaat im wittenbergischen Denkmalkult*. Tübingen, Stuttgart 1995.
- Schneider, Irmela: *Medialisierung und Ästhetisierung des Alltags – Einige Überlegungen*, in: Gerhard Rupp (Hg.): *Ästhetik im Prozess*. Opladen 1998, S. 143–178.
- Schönberger, Klaus: *Internet und Netzkommunikation im sozialen Nahbereich. Anmerkungen zum langen Arm des «Real Life»*, in: *forum medienethik*, 2 (2000), S. 33–42.
- Schönberger, Klaus: *Persistenz und Rekombination. Digitale Kommunikation und soziokultureller Wandel*, in: *Zeitschrift für Volkskunde*, 111/2 (2015), S. 201–213.
- Schönberger, Klaus: *«But first, LET ME TAKE A SELFIE» – eine neue Art sich selbst zu betrachten und zu unterhalten*, in: Karl Braun, Claus-Marco Dieterich, Thomas Hengartner, Bernhard Tschofen (Hg.): *Kulturen der Sinne. Zugänge zur Sensualität der sozialen Welt. Sammelband zum 40. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde in Zürich 2015*. Würzburg 2017, S. 37–53.
- Schondelmayer, Sanna: *Alltägliche Onlinepraxen und Offline(t)räume als Forschungsfelder der Europäischen Ethnologie*, in: *Berliner Blätter. Ethnografische und ethnologische Beiträge*, 64 (2013), S. 17–28.
- Schütz, Alfred, Thomas Luckmann: *Strukturen der Lebenswelt*. Frankfurt am Main 1979.
- Schwarte, Ludger: *Einleitung. Die Kraft des Visuellen*, in: ders. (Hg.): *Bild-Performanz. Die Kraft des Visuellen*. München 2011, S. 11–31.
- Schwier, Jürgen, Thorsten Schauerte: *Die Theatralisierung des Sports*, in: Herbert Willems (Hg.): *Theatralisierung der Gesellschaft, Bd. 1: Soziologische Theorie und Zeitdiagnose*. Wiesbaden 2009, S. 419–438.
- Shifman, Limor: *Meme. Kunst, Kultur und Politik im digitalen Zeitalter*. Berlin 2014.
- Siegner, Otto: *Jugoslawien. Ein Bildwerk*. Fribourg 1956.
- Simmel, Georg: *Soziologie der Mahlzeit*, in: *Der Zeitgeist. Beiblatt zum Berliner Tageblatt*, Nr. 41 (1910), www.socio.ch/sim/verschiedenes/1910/mahlzeit.htm (1. 6. 2017).
- Simon, Erk, Ulrich Neuwöhner: *Medien und Migranten 2011*, in: *Media Perspektiven*, Heft 10 (2011), S. 458–470.
- Six, Anna: *«In Rosarot ist die Welt doch viel hübscher!» Der Medienverbund bei «Prinzessin Lillifee» und «Hello Kitty» als Scharnier zwischen Erzählung und (weiblichem) Konsumverhalten*, in: Gina Weinkauff (Hg.): *Kinder- und Jugendliteratur in Medienkontexten. Adaption – Hybridisierung – Intermedialität – Konvergenz*. Frankfurt am Main 2014, S. 199–217.
- Skey, Michael: *The National in Eeryday Life. A Critical Engagement with Michael Billig's Thesis of Banal Nationalism*, in: *The Sociological Review*, 57/2 (2009), S. 331–346.
- Skokan, Isabel: *Germania und Italia. Nationale Mythen und Heldengestalten in Gemälden des 19. Jahrhunderts*. Berlin 2009.

- Soeffner, Hans-Georg: Stil und Stilisierung. Punk oder die Überhöhung des Alltags, in: Hans Ulrich Gumbrecht, Ludwig Pfeiffer (Hg.): *Stil. Geschichten und Funktionen eines kulturwissenschaftlichen Diskurselements*. Frankfurt am Main 1986, S. 317–341.
- Sontag, Susan: *Über Fotografie*. München, Wien 1987.
- Starl, Timm: *Knipsen. Die Bildgeschichte der privaten Fotografie in Deutschland und Österreich von 1880 bis 1980*. München, Berlin 1995.
- Stefanović-Banović, Mileša: Material Culture as a Source of Orthodox Christian Identity in Serbia at the End of the 20th and the Beginning of the 21st Century, in: *Ethnologia Balkanica*, 16 (2012), S. 209–224.
- Steffen Gerber, Therese: *Serbien*, in: *Historisches Lexikon der Schweiz*, Bd. 11, Basel 2011, S. 449.
- Steffen Gerber, Therese: *Jugoslawien*, in: *Historisches Lexikon der Schweiz*, Bd. 6, Basel 2007, S. 845–847.
- Steiger, Christian: Selfies und Selfie Sticks. Automedialität des digitalen Selbstmanagements, in: ders., Patrick Breitenbach, Thomas Zorba: *New Media Culture. Mediale Phänomene der Netzkultur*. Bielefeld 2015, S. 67–82.
- Steinuer, Jean, Malik von Allmen: *Weg mit den Baracken! Die Immigranten in den Schweizerischen Gewerkschaften 1945–2000*. Lausanne 2000.
- Stingelin, Sina, Katharina Müller: *Geschäftsroutine(n). Fotografische Praktiken vor und hinter der Kamera*, in: Klaus Neumann-Braun, Jörg Astheimer (Hg.): *Doku-Glamour im Web 2.0. Party-Portale und ihre Bildwelten*. Baden-Baden 2010, S. 135–150.
- Sundhaussen, Holm: *Ethnonationalismus in Aktion: Bemerkungen zum Ende Jugoslawiens*, in: *Geschichte und Gesellschaft*, 20/3 (1994), S. 402–423.
- Thomä, Helmut, Horst Kächele: *Lehrbuch der psychoanalytischen Therapie*, Bd. 2: *Praxis*. Berlin, Heidelberg 1988.
- Todorova, Maria: *The Balkans: From Discovery to Invention*, in: *Slavic Review*, 53/2 (1994), S. 453–482.
- Todorova, Maria: *Die Erfindung des Balkans. Europas bequemes Vorurteil*. Darmstadt 1999.
- Tolksdorf, Ulrich: *Nahrungsforschung*, in: Rolf Brendich (Hg.): *Grundriss der Volkskunde. Einführung in die Forschungsfelder der Europäischen Ethnologie*. Berlin 2001, S. 239–254.
- Tsianos, Vassilis, Juliane Karakayali: *Rassismus und Repräsentationspolitik in der postmigrantischen Gesellschaft*, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 64 (2014), S. 33–39.
- Turkle, Sherry: *Leben im Netz. Identitäten in Zeiten des Internets*. Reinbek bei Hamburg 1998.
- United Nations Economic Commission for Europe: *Conference of European Statisticians Recommendations for the 2010 Censuses of Population and Housing*. New York, Genf 2006.
- Urry, John: *Sociology Beyond Societies. Mobilities for the Twenty-first Century*. London 2000.
- Verstraete, GINETTE: *Tracking Europe. Mobility, Diaspora, and the Politics of Location*. Durham 2010.
- Voigts, Eckart: *Mashup und intertextuelle Hermeneutik des Alltagslebens. Zu Präsenz und Performanz des digitalen Remix*, in: *MEDIENwissenschaft*, 2 (2015), S. 146–163.
- Volčič, Zala, Karmen Erjavec: *Constructing Transnational Divas: Gendered Production of Balkan Turbo-Folk Music*, in: Radha S. Hegde (Hg.): *Circuits of Visibility. Gender and Transnational Media Cultures*. New York 2011, S. 35–52.
- Vološinov, Valentin: *Marxismus und Sprachphilosophie. Grundlegende Probleme der soziologischen Methode in der Sprachwissenschaft*. Frankfurt am Main 1975.
- Walgenbach, Katharina: *Intersektionalität – eine Einführung* (2012), www.portal-intersektionalitaet.de/theoriebildung/schluesseletexte/walgenbach-einfuehrung (1. 6. 2017).

- Waller, Gregor, Isabel Willemse, Sarah Genner, Lilian Suter, Daniel Süß: JAMES – Jugend, Aktivitäten, Medien – Erhebung Schweiz. Zürich 2016, https://digitalcollection.zhaw.ch/bitstream/11475/4287/3/2016_JAMES_Jugend_Aktivitäten_Medien_Erhebung_Schweiz_Ergebnisbericht_2016.pdf (1. 6. 2017).
- Walther, Christine: Siegertypen. Zur fotografischen Vermittlung eines gesellschaftlichen Selbstbildes um 1900. Würzburg 2007.
- Weber, Sandra, Claudia Mitchell: Imaging, Keyboarding, and Posting Identities. Young People and New Media Technologies, in: David Buckingham (Hg.): Youth, Identity, and Digital Media. Cambridge (MA) 2008, S. 23–47.
- Welsch, Wolfgang: Das Ästhetische – eine Schlüsselkategorie unserer Zeit?, in: ders. (Hg.): Die Aktualität des Ästhetischen. München 1993, S. 13–47.
- Welsch, Wolfgang: Transkulturalität: Die veränderte Verfasstheit heutiger Kulturen, in: VIA REGIA. Blätter für internationale kulturelle Kommunikation, 20 (1994), www.via-regia-kulturstrasse.org/bibliothek/pdf/heft20/welsch_transkulti.pdf (1. 6. 2017).
- Welz, Gisela: Moving Targets. Feldforschung unter Mobilitätsdruck, in: Zeitschrift für Volkskunde, 94 (1998), S. 117–194.
- Willett, Rebekah: Consumer Citizens Online. Structure, Agency, and Gender in Online Participation, in: David Buckingham (Hg.): Youth, Identity, and Digital Media. Cambridge (MA) 2008, S. 49–70.
- Willett, Rebekah: Always on. Camera Phones, Video Production and Identity, in: David Buckingham, Rebekah Willett (Hg.): Video Cultures. Media Technology and Everyday Creativity. Basingstoke 2009, S. 210–229.
- Williams, Raymond: Culture is Ordinary, in: Ben Highmore (Hg.): The Everyday Life Reader. London, New York 2002, S. 91–100.
- Willis, Paul: Spass am Widerstand. Gegenkultur in der Arbeiterschule. Hamburg 1979.
- Wilson, Samuel, Leighton Peterson: The Anthropology of Online Communities, in: Annual Review of Anthropology, 31/1 (2002), S. 449–467.
- Wimmer, Jeffrey: (Gegen-)Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft. Analyse eines medialen Spannungsverhältnisses. Wiesbaden 2007.
- Winkler, Hartmut: Docuverse. Zur Medientheorie der Computer. München 2002.
- Winter, Rainer: Die Kunst des Eigensinns. Cultural Studies als Kritik der Macht. Weilerswist 2001.
- Winter, Rainer: Widerstand im Netz. Zur Herausbildung einer transnationalen Öffentlichkeit durch netzbasierte Kommunikation. Bielefeld 2010.
- Yildiz, Erol: Postmigrantische Perspektiven, in: Aysun Doğmuş, Yasemin Karakaşoğlu, Paul Mecheril (Hg.): Pädagogisches Können in der Migrationsgesellschaft. Wiesbaden 2016, S. 71–84.
- Yildiz, Erol, Marc Hill: Einleitung, in: dies. (Hg.): Nach der Migration. Postmigrantische Perspektiven jenseits der Parallelgesellschaft. Bielefeld 2014.
- Žikić, Biljana: Dissidents Liked Pretty Girls. Nudity, Pornography and Quality Press in Socialism, Meedij, Istraz, 16/1 (2009), S. 53–71.
- Zimmermann, Tanja: Der Balkan zwischen Ost und West. Mediale Bilder und kulturpolitische Prägungen. Köln, Weimar, Wien 2014.
- Žižek, Slavoj: The Spectre of Balkan, in: The Journal of the International Institute, 6/2 (1999). <http://hdl.handle.net/2027/spo.4750978.0006.202> (1. 6. 2017).

Quellen

Spielfilme und Serien

300, Zack Snyder, USA 2006.
 Bionic Woman, (Serie), diverse Regisseure, USA 2007.
 Candyman, Bernard Rose, USA 1992.
 Clueless, Amy Heckerling, USA 1995.
 Dinosaur, Ralph Zondag/Eric Leighton, USA 2000.
 Frankenstein Unbound, Roger Corman, USA 1990.
 Green Zone, Paul Greengrass, USA/F/E 2010.
 In China essen sie Hunde, Lasse Spang Olsen, DK 1999.
 Nëntori i dytë, Viktor Gjika, AL 1982.
 Nos amis les Terriens, Bernard Werber, F 2007.
 Pusher, Nicolas Winding Refn, DK 1999.
 Scarface, Brian de Palma, USA 1983.
 Spring Breakers, Harmony Korine, USA 2012.
 Taken, Pierre Morel, F 2008.
 The Godfather, Francis Ford Coppola, USA 1972.
 The Godfather Part II, Francis Ford Coppola, USA 1974.
 The Godfather Part III, Francis Ford Coppola, USA 1990.
 The Peacemaker, Mimi Leder, USA 1997.
 Un chien andalou, Luis Buñuel, F 1929.

Games

Grand Theft Auto IV, Rockstar Games, USA/GB 2008.

YouTube-Videos

Alba Kingz feat. Leo – 100 Jahre – 100 Vjet (Offizielles Video), 2012.
 Din 16er Tv – Baba Uslender, 2011.
 Din 16er Tv – Skillz-M, 2011.
 Din 16er Tv – Yakup Yaprak, 2011.
 EL-ONE & VITIANO // THUG NIGHT 2010, 2010.
 Elvana Gjata – Kuq e zi je ti ft. Flori, 2015.
 Face Revealed of Rey Mysterio, 2007.
 Farid: Sido Ta Qifsha Nonen ~ HD, 2015.
 Haftbefehl redet Jugoslawisch im Interview, 2013.
 Indira Radić – Rodni kraj (Official Spot 2005), 2014.
 JELENA KARLEUSA [feat. Teca] | KRIMI RAD | OFFICIAL MUSIC VIDEO, 2011.
 Li' Kim – Lighters Up, 2009.
 RITA ORA – Shine Ya Light, 2012.
 RITA ORA – Shine Ya Light – Behind The Scenes Pt. 1, 2012.
 SANDRA AFRIKA ft. COSTI – Devojka tvog druga OFFICAL VIDEO HD
 produced by COSTI 2013, 2013.

Dailymotion Videos

Elvana Gjata – Gjaku Im (Official Video), 2012.

Facebook-Seiten⁶³¹

- Balkan Schönheiten, <https://www.facebook.com/Balkan-schoenheiten-522192051137631/> (5. 3. 2016).
- Balkanische Schönheiten :*, de-de.facebook.com/Balkanische-Schoenheiten--266671656782423 (5. 3. 2016, nicht mehr erreichbar).
- Fler, www.facebook.com/flerofficial (1. 6. 2017).
- Frauen aus Kroatien, www.facebook.com/FrauenAusKroatien (1. 6. 2017).
- Gefällt mir weil ich Albaner bin, www.facebook.com/albaner.albania (1. 6. 2017).
- heyti.com, www.facebook.com/heyticom (1. 6. 2017).
- Ich liebe den Balkan, <https://de-de.facebook.com/ichliebenbalkanofficial/> (1. 6. 2017, nicht mehr erreichbar).
- like a russian, www.facebook.com/Like-a-Russian-509645125718497 (1. 6. 2017).
- patriot.ch, www.facebook.com/patriot.ch (1. 6. 2017).
- Sandzak Herz kennt keinen Schmerz ツ, www.facebook.com/SandzakHerzKenntKeinen-Schmerz, (1. 6. 2017).
- Schöne Albaner/Albanerinnen, www.facebook.com/SchoneAlbanerAlbanerinnen (5. 3. 2016, nicht mehr erreichbar).
- Schönheiten vom Balkan 2012 / <https://de-de.facebook.com/NajLjepsiSaBalkana> (1. 6. 2017).
- Serben bringen Glück, bre, www.facebook.com/SerbenSindDieBesten (26. 2. 2016, nicht mehr erreichbar).
- Serben sind Überall, <https://de-de.facebook.com/serbensindueberall/> (1. 6. 2017).

Onlinezeitungsartikel

- Auch Nikci macht den Adler. Schweizer Stars jubeln auf Albanisch, www.blick.ch/sport/fussball/auch-nikci-macht-den-adler-schweizer-stars-jubeln-auf-albanisch-id2012488.html (1. 6. 2017).
- Aufregung um stolze Kosovaren, www.20min.ch/schweiz/news/story/12854816 (1. 6. 2017).
- CRISIS IN THE BALKANS: A MOTHER'S TALE; In Ruined Village, a Mother Lives With Her Son's Blood, www.nytimes.com/1999/06/15/world/crisis-balkans-mother-s-tale-ruined-village-mother-lives-with-her-son-s-blood.html (1. 6. 2017).
- Cristiano Ronaldo's greatest Goals: In pictures, <https://www.telegraph.co.uk/sport/picturegalleries/5283559/Cristiano-Ronaldos-greatest-goals-In-pictures.html> (1. 6. 2017).
- Dem Doppeladler gehts an den Kragen, www.20min.ch/sport/fussball/story/21364907 (1. 6. 2017).
- Demütigen, bedrohen, schikanieren, www.sonntagszeitung.ch/read/sz_22_03_2015/nachrichten/Demuuetigen-bedrohen-schikanieren-30736 (1. 6. 2017).
- «Eine mit grossen Brüsten ist gleich eine Schlampe», www.blick.ch/news/schulbesuch-zum-thema-balkan-machos-eine-mit-grossen-bruesten-ist-gleich-eine-schlampe-id3595113.html (1. 6. 2017).
- Flirt mit dem Balkan, <http://blog.dasmagazin.ch/2014/04/10/flirt-mit-dem-balkan> (1. 6. 2017).
- Gruss in die Heimat. Hier jubelt Kasami albanisch, www.blick.ch/sport/fussball/international/gruss-in-die-heimat-hier-jubelt-kasami-albanisch-id65541.html (1. 6. 2017).
- «Ich mache keinen Adler mehr». Kasami entschuldigt seinen Albaner-Jubel, www.blick.ch/sport/fussball/nati/ich-mache-keinen-adler-mehr-kasami-entschuldigt-seinen-albaner-jubel-id3265199.html (1. 6. 2017).

631 Gesondert gelistet werden hier nur öffentliche Facebook-Seiten, die von einem/einer AdministratorIn betreut werden, also keine privaten Social Media-Profile.

- Politiker wollen mit drastischen Massnahmen Balkan-Raser stoppen, www.bazonline.ch/schweiz/standard/Politiker-wollen-mit-drastischen-Massnahmen-BalkanRaser-stoppen/story/18727568 (1. 6. 2017).
- Schweizer Gotteskrieger in Syrien. Alles Secondos aus dem Balkan?, www.blick.ch/news/schweiz/schweizer-gotteskrieger-in-syrien-alles-secondos-aus-dem-balkan-id2638404.html (1. 6. 2017).
- Secondos in der Schweizer Armee, www.20min.ch/schweiz/news/story/21617133#showid=78792&index=0 (1. 6. 2017).
- Shining her Light: Rita Ora opts for a casual look on day two of shooting new music video in her Kosovan birth town, www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-2201367/Rita-Ora-goes-casual-look-shoots-new-music-video-Kosovan-birth-town.html (1. 6. 2017).
- Unmut in Europas Hinterhof, www.nzz.ch/wirtschaft/unmut-in-europas-hinterhof-1.18348006 (1. 6. 2017).
- Wie ISIS auf den Balkan kam, www.tageswoche.ch/de/2015_32/international/695471 (1. 6. 2017).
- Wir haben uns nichts Böses dabei gedacht, www.blick.ch/news/schweiz/soldatin-jetmira-avdili-19-posierte-im-militaer-fuer-albanien-wir-haben-uns-nichts-boeses-dabei-gedacht-id2421792.html (1. 6. 2017).
- «Wir wollen niemanden beleidigen», www.20min.ch/schweiz/news/story/21617133 (1. 6. 2017).
- Wo es die meisten fremdsprachigen Schüler gibt, <http://blog.tagesanzeiger.ch/datenblog/index.php/6789/wo-es-die-meisten-fremdsprachigen-schueler-gibt> (1. 6. 2017).
- «Zug Shipi» ist nicht allein. Rekruten lieben Fake-Badges, www.blick.ch/news/schweiz/tessin/zug-shipi-ist-nicht-allein-rekruten-lieben-fake-badges-id6157200.html (1. 6. 2017).

Webseiten

- 10 Dinge, die du als Albaner am 28. November tun musst, www.dialogplus.ch/de/70140-70140 (1. 6. 2017).
- Albanian Glitter, www.loni-s.de/tl/Albanian-Glitters.htm (1. 6. 2017).
- Abneigung gegen bestimmtes Aussehen, www.balkanforum.info/f12/abneigung-gegen-bestimmtes-aussehen-229401/index9.html (1. 6. 2017).
- Audi Bmw oder Mercedes?, www.balkanforum.info/f44/audi-bmw-mercedes-196882 (1. 6. 2017).
- Augen – GB Pics – Gästebuch Bilder für Jappy, www.24gb.de/augen.php (8. 3. 2016, nicht mehr erreichbar).
- Ces affiches me sortent par les yeux!, www.afficheschristophecourtois.blogspot.ch/2011/06/ces-affiches-me-sortent-par-les-yeux.html (1. 6. 2017).
- DM SAT.Senderpräsentation Februar 2016, www.dmsat.tv/images/stories/Prezentacije/DM_SAT_D_160214_1400.pdf (1. 6. 2017).
- Eine Partynacht unter «Jugos», <http://ch.tilllate.com/de/story/partynacht-mit-jugos-club-elite> (1. 6. 2017).
- Eyes Pictures & Images, www.photobucket.com/images/eyes (1. 6. 2017).
- ExpressBus - Ihr Schweizer Spezialist für europaweite Buslinien & Busreisen, www.expressbus.ch (1. 6. 2017).
- Facebook Zahlen Schweiz: 3,9 Millionen aktive Nutzer Ende 2016, www.bernetblog.ch/2017/01/04/facebook-zahlen-schweiz-39-millionen-aktive-nutzer-ende-2016 (1. 6. 2017).

- FANTASY – spongebob rainbow | Meme Generator, www.memegenerator.net/instance/54234153 (1. 6. 2017).
- Hello Kitty simplehuman Sensor Mirror, www.sanrio.com/pages/hello-kitty-simplehuman-sensor-mirror (1. 6. 2017).
- Instagram Worth \$35 Billion, Facebook Stock \$91, Citi Says, <https://www.forbes.com/sites/steveschaefer/2014/12/19/instagram-worth-35-billion-facebook-stock-91-citi-says/#21a514a666d1> (1. 6. 2017).
- Interpellation René Bodmer, SVP, Arni, vom 24. März 2015 betreffend Probleme an Aargauer Schulen, welche durch nicht integrationswillige und/oder integrationsfähige Knaben und Jugendliche aus dem Balkan hervorgerufen werden, www.ag.ch/grossrat/iga_grw_ges.php?GesNr=919740&AbfdDetailNew=1 (1. 6. 2017, nicht mehr erreichbar).
- ISIS in the Balkans, www.balkaninsight.com/en/page/isis-in-the-balkans (1. 6. 2017).
- *Jugo Style*, www.playgirl30.elf24.de (nicht mehr erreichbar).
- Koridor 92' najvaznija i najveca operacija Vojske Republike Srpske!, www.balkanforum.info/f9/koridor-92-najvaznija-i-najveca-operacija-vojske-republike-srpske-62445 (1. 6. 2017).
- Pinterest. A Review of Social Media's Newest Sweetheart, www.engage.com/assets/pdf/Engage-Pinterest.pdf (1. 6. 2017).
- kyliejenner, www.instagram.com/kyliejenner (1. 6. 2017).
- Lustige Bilder, www.bosnienforum.com/showthread.php?t=46 (28. 2. 2016, nicht mehr erreichbar).
- Meme Generator, www.memegenerator.net (1. 6. 2017).
- memegen, www.memegen.de (26. 2. 2016, nicht mehr erreichbar).
- postmemory.net, www.postmemory.net (1. 6. 2017).
- Robert Elsie. Early Photography in Albania, www.albanianphotography.net (1. 6. 2017).
- Styling für die Balkan-Party, www.prosieben.ch/tv/taff/video/styling-fuer-die-balkan-party-clip (1. 6. 2017).
- The Conflicts, www.icty.org/sid/322 (1. 6. 2017).
- The New Alfa Romeo 159, www.automania.be/en/cars/alfa-romeo/alfa-romeo-news/the-new-alfa-romeo-159.html (8. 3. 2016, nicht mehr erreichbar).
- Top10: Die bestbezahlten Fussballer der Welt, www.fussballtransfers.com/andere-ligen/top10-die-bestbezahlten-fussballer-der-welt_63819 (1. 6. 2017).
- Über BUFU DM, www.bufudm.com/pages/about-us (26. 2. 2016, nicht mehr erreichbar).
- Was vermisst ihr aus eurer Heimat?, www.balkanforum.info/f12/vermisst-eurer-heimat-154413 (1. 6. 2017).
- WELCOME INSIDE THE JIL CLUB, www.jil-club.com (8. 2. 2016, nicht mehr erreichbar).
- World Wide Web, <http://info.cern.ch/hypertext/WWW/TheProject.html> (1. 6. 2017).
- Wrestling: Sky verliert WWE an ProSiebenSat.1, www.digitalfernsehen.de/Wrestling-Sky-verliert-WWE-an-ProSiebenSat-1.113549.0.html (1. 6. 2017).

Statistische Quellen

- Bundesamt für Statistik: Bilanz der ständigen Wohnbevölkerung nach Staatsangehörigkeit, 2014, www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/01/07/blank/key/01/01.Document.20591.xls (7. 3. 2016, nicht mehr erreichbar).
- Bundesamt für Statistik: Ständige Wohnbevölkerung ab 15 Jahren nach Migrationsstatus, 2014, www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/01/01/new/nip_detail.Document.199020.xls (7. 3. 2016, nicht mehr erreichbar).
- Internet World Stats: EUROPE, www.internetworldstats.com/europa2.htm (1. 6. 2017).

Abbildungen

Kapitel 1

- Abb. 1: de.netlog.com/x_BlinG_BlinG (7. 10. 2009, nicht mehr erreichbar).
 Abb. 2: de.netlog.com/x_BlinG_BlinG, Screenshot (7. 10. 2009, nicht mehr erreichbar).

Kapitel 2

- Abb. 3: www.facebook.com/SandzakHerzKenntKeinenSchmerz, Screenshot (1. 6. 2017).
 Abb. 4: www.netlog.com/mafia_mergim_boy (8. 10. 2009, nicht mehr erreichbar).
 Abb. 5: <https://de-de.facebook.com/ichliebedenbalkanofficial/> (1. 6. 2017, nicht mehr erreichbar).
 Abb. 6: www.youtube.com/watch?v=6bgchNaj2N0, Screenshot (1. 6. 2017).
 Abb. 7: de.netlog.com/KinG_BrotherzZ_zH (1. 6. 2017, nicht mehr erreichbar).
 Abb. 8: de.netlog.com/KinG_BrotherzZ_zH (1. 6. 2017, nicht mehr erreichbar).

Kapitel 3

- Abb. 9: www.facebook.com/SerbenSindDieBesten (24. 2. 2016, nicht mehr erreichbar).
 Abb. 10: www.facebook.com/albaner.albania (1. 6. 2017).
 Abb. 11: www.facebook.com/albaner.albania (1. 6. 2017).
 Abb. 12: www.facebook.com/SerbenSindDieBesten (24. 2. 2016, nicht mehr erreichbar).
 Abb. 13: www.facebook.com/SerbenSindDieBesten, Screenshot (24. 2. 2016, nicht mehr erreichbar).
 Abb. 14: www.facebook.com/SerbenSindDieBesten (24. 2. 2016, nicht mehr erreichbar).
 Abb. 15: www.facebook.com/SerbenSindDieBesten (24. 2. 2016, nicht mehr erreichbar).
 Abb. 16: www.bosnienforum.com/showthread.php?t=46 (24. 2. 2016, nicht mehr erreichbar).
 Abb. 17: www.facebook.com/albaner.albania (1. 6. 2017).
 Abb. 18: <https://de-de.facebook.com/serbensindueberall/> (1. 6. 2017).
 Abb. 19: <http://cdn.meme.am/instances/500x/32937380.jpg> (1. 6. 2017, nicht mehr erreichbar).
 Abb. 20: www.20min.ch/sport/fussball/story/21364907, Screenshot (1. 6. 2017).
 Abb. 21: www.20min.ch/schweiz/news/story/21617133#showid=78792&index=0, Screenshot (1. 6. 2017).
 Abb. 22: de.netlog.com/houzz_electro_prince, Screenshot (7. 10. 2009, nicht mehr erreichbar).
 Abb. 23: www.youtube.com/watch?v=1JAKQTn289E, Screenshot (1. 3. 2013, nicht mehr erreichbar).
 Abb. 24: www.youtube.com/watch?v=2vLM-2B0wkA, Screenshot (1. 6. 2017).
 Abb. 25: www.facebook.com/flerofficial, Screenshot (1. 6. 2017).
 Abb. 26: www.youtube.com/watch?v=7AWb0jUgXUg, Screenshot (1. 6. 2017).
 Abb. 27: www.youtube.com/watch?v=ViV2V0Xou54, Screenshot (1. 6. 2017).
 Abb. 28: www.youtube.com/watch?v=7s8pMXrNDtY, Screenshot (1. 6. 2017).
 Abb. 29: www.youtube.com/watch?v=7s8pMXrNDtY, Screenshot (1. 6. 2017).
 Abb. 30: www.dailymotion.com/video/xqg8nf_elvana-gjata-gjaku-im-o_cial-video_music, Screenshot (1. 6. 2017).
 Abb. 31: www.youtube.com/watch?v=DH182aLsVig, Screenshot (1. 6. 2017)..
 Abb. 32: www.youtube.com/watch?v=9scZYEiQR9s, Screenshot (1. 6. 2017).

Abb. 33: <https://de-de.facebook.com/ichliebedenbalkanofficial/> (1. 6. 2017, nicht mehr erreichbar).

Abb. 34: <https://de-de.facebook.com/ichliebedenbalkanofficial/> (1. 6. 2017, nicht mehr erreichbar).

Kapitel 4

Abb. 35: www.facebook.com/albaner.albania (1. 6. 2017).

Abb. 36: de.netlog.com/j0vii__x3 (8. 10. 2009, nicht mehr erreichbar).

Abb. 37: www.mypix.ch/big_l5 (22. 9. 2008, nicht mehr erreichbar).

Abb. 38: de.netlog.com/MKcasanova (2. 9. 2008, nicht mehr erreichbar).

Abb. 39: de.netlog.com/SerBiisH__FiicTiioN (8. 10. 2009, nicht mehr erreichbar).

Abb. 40: Merry-Joseph Blondel: «Les Trois Glorieuses ou La Force a reconquis ses nobles couleurs aux trois mémorables journées de juillet 1830», 1830, MUDO – Musee de l’Oise, Beauvais. Fotografie: © RMN-Grand Palais / Hervé Lewandowski.

Abb. 41: www.mypix.ch (22. 9. 2008, nicht mehr erreichbar).

Abb. 42: Unbekannt: «Tableau vivant (living picture) in the Dutch East Indies on the occasion of Queen Wilhelmina’s accession to the throne (?)», um 1898, Collection Nationaal Museum van Wereldculturen, Leiden, ObjektNr. TM-60050224.

Abb. 43: www.mypix.ch (27. 4. 2008, nicht mehr erreichbar).

Abb. 44: www.facebook.com/albaner.albania (1. 6. 2017).

Abb. 45: de.netlog.com/MakeDoncee (7. 10. 2009, nicht mehr erreichbar).

Abb. 46: de.netlog.com/ponoshrvatske_kike (8. 10. 2009, nicht mehr erreichbar).

Abb. 47: Filmstill aus «Nëntori i Dytë» (Viktor Gjika, 1982). Bild aus der 2012 vom Albanian Cinema Project (ACP) restaurierten Fassung für das Albanian National Film Archive (AQSHF).

Abb. 48: www.youtube.com/watch?v=ViV2V0Xou54, Screenshot (1. 6. 2017).

Abb. 49: <https://de-de.facebook.com/ichliebedenbalkanofficial/> (1. 6. 2017, nicht mehr erreichbar).

Abb. 50: Bild von www.tagged.com, zur Verfügung gestellt, 2009.

Abb. 51: de.netlog.com/cro-baby-katy (8. 10. 2009, nicht mehr erreichbar).

Abb. 52: www.img1.jurko.net/wall/paper/tear-drop.jpg (1. 6. 2017).

Abb. 53: www.gb-bild.com/augen/64/10 (24. 2. 2016, nicht mehr erreichbar).

Abb. 54: www.myopera.com/scarletohara (10. 12. 2013, nicht mehr erreichbar).

Abb. 55: Unbekannt: «Eye miniature», 1790–1810, Victoria and Albert Museum. Fotografie: © Victoria and Albert Museum, London.

Kapitel 5

Abb. 56: <https://de-de.facebook.com/ichliebedenbalkanofficial/> (1. 6. 2017, nicht mehr erreichbar).

Abb. 57: Marion Gräfin Dönhoff, ohne Titel, 1936, veröffentlicht in: Friedrich Dönhoff (Hg.): Marion Gräfin Dönhoff. Fotografien und Texte aus vier Jahrzehnten, Hamburg 2004, S. 84. Fotografie: © Marion Dönhoff Stiftung.

Abb. 58: <https://de-de.facebook.com/ichliebedenbalkanofficial/> (1. 6. 2017, nicht mehr erreichbar).

Abb. 59: <https://de-de.facebook.com/ichliebedenbalkanofficial/> (1. 6. 2017, nicht mehr erreichbar).

Abb. 60: <https://de-de.facebook.com/ichliebedenbalkanofficial/> (1. 6. 2017, nicht mehr erreichbar).

Abb. 61: <https://de-de.facebook.com/ichliebedenbalkanofficial/> (1. 6. 2017, nicht mehr erreichbar).

- Abb. 62: www.facebook.com/albaner.albania (1. 6. 2017).
- Abb. 63: <https://de-de.facebook.com/ichliebedenbalkanofficial/> (1. 6. 2017, nicht mehr erreichbar).
- Abb. 64: <https://de-de.facebook.com/ichliebedenbalkanofficial/> (1. 6. 2017, nicht mehr erreichbar).
- Abb. 65: <https://de-de.facebook.com/ichliebedenbalkanofficial/> (1. 6. 2017, nicht mehr erreichbar).
- Abb. 66: de.netlog.com/ponoshrvatske_kike (8. 10. 2009, nicht mehr erreichbar).
- Abb. 67: [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Vukovar_water_tower_\(by_Pudelek\).JPG](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Vukovar_water_tower_(by_Pudelek).JPG) (1. 6. 2017).
- Abb. 68: de.netlog.com/lijepahrvatica (8. 10. 2009, nicht mehr erreichbar).
- Abb. 69: www.instagram.com/jukicka_ (1. 6. 2017).
- Abb. 70: www.facebook.com/SerbenSindDieBesten (28. 2. 2016, nicht mehr erreichbar).
- Abb. 71: de.netlog.com/x_miKi_x (22. 9. 2008, nicht mehr erreichbar).
- Abb. 72: <https://de-de.facebook.com/ichliebedenbalkanofficial> (1. 6. 2017, nicht mehr erreichbar).
- Abb. 73: www.youtube.com/watch?v=bQGOCIVR8AQ, Screenshot (1. 6. 2017).
- Abb. 74: www.youtube.com/watch?v=bQGOCIVR8AQ, Screenshot (1. 6. 2017).
- Abb. 75: www.youtube.com/watch?v=X8l_0N8ILWY, Screenshot (1. 6. 2017).
- Abb. 76: www.youtube.com/watch?v=DH182aLsVig, Screenshot (1. 6. 2017).
- Abb. 77: www.facebook.com/albaner.albania (1. 6. 2017).

Kapitel 6

- Abb. 78: Still aus der Videodokumentation der ethnografischen Forschung (27. 1. 2010).
- Abb. 79: Eigenes Bild, abfotografierter Fernsehbildschirm (23. 8. 2013).
- Abb. 80: maps.google.com, Screenshot (1. 6. 2017).
- Abb. 81: services.tilllate.com/de/services/imageresizer/scaleeventflyer/10809488/560/300/0 (1. 6. 2017).
- Abb. 82: <https://de-de.facebook.com/ichliebedenbalkanofficial> (1. 6. 2017, nicht mehr erreichbar).
- Abb. 83: www.netlog.com/croplayboy-danny (8. 10. 2009, nicht mehr erreichbar).
- Abb. 84: www.netlog.com/il_loqki_lady (7. 10. 2009, nicht mehr erreichbar).
- Abb. 85: www.facebook.com/albaner.albania, Screenshot (1. 6. 2017).
- Abb. 86: www.youtube.com/watch?v=eFJKfvRjDzY, Screenshot (1. 6. 2017).
- Abb. 87: www.youtube.com/watch?v=eFJKfvRjDzY, Screenshot (1. 6. 2017).
- Abb. 88: www.youtube.com/watch?v=eFJKfvRjDzY, Screenshot (1. 6. 2017).
- Abb. 89: www.youtube.com/watch?v=2e7OkH5H6-A, Screenshot (1. 6. 2017).
- Abb. 90: www.youtube.com/watch?v=2e7OkH5H6-A, Screenshot (1. 6. 2017).

Dank

Das vorliegende Buch präsentiert die im April 2016 eingereichte und im November desselben Jahres an der Kunsthochschule für Medien Köln verteidigte Dissertation. Für die Veröffentlichung wurden nur geringfügige Änderungen am Manuskript vorgenommen.

Das in der Arbeit behandelte Thema entspringt sowohl persönlichen Interessen und Erfahrungen als auch einer mehrjährigen wissenschaftlichen Beschäftigung mit dem Zusammenhang von Migration, Jugendkultur, Alltagsästhetik und digitaler Kommunikation. Dass diese aus ganz unterschiedlichen Richtungen gespeiste Auseinandersetzung in der hier vorgelegten Form produktiv gemacht werden konnte, ist mit der Verdienst der Personen, die mich auf diesem Weg unterstützt haben.

Der erste und besondere Dank gilt meinem Betreuer Prof. Dr. Hans Ulrich Reck, Rektor der Kunsthochschule für Medien Köln (KHM), der die Dissertation von Beginn an mit grossem Engagement begleitet und die Arbeit an der Studie in vielerlei Hinsicht inspiriert hat. Ebenfalls ein grosser Dank geht an Prof. Dr. Thomas Hengartner, Direktor des Collegium Helveticum sowie Professor am Institut für Sozialanthropologie und Empirische Kulturwissenschaft (ISEK) der Universität Zürich, für wertvolle Inputs und die Bereitschaft, das Zweitgutachten zu übernehmen. Bedanken möchte ich mich auch bei Univ.-Prof. Dr. Klaus Schönberger und Dr. Ute Holfelder vom Institut für Kulturanalyse der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt, die vieles zur Schärfung meiner Analysen und Argumente beigetragen haben. Weiter bedanke ich mich bei Prof. Dr. Jörg Huber, ehemaliger Leiter des Instituts für Theorie der Zürcher Hochschule der Künste, dessen Ansporn entscheidend dafür war, die Dissertation in Angriff zu nehmen. Dank geht auch an die KollegInnen aus dem Forschungsprojekt «Migration Design», namentlich an PD Dr. Gabriela Muri, Basil Rogger, Anne Morgenstern und Patricia Pazin.

Ferner bedanke ich mich für konstruktive Gespräche und fachliche Anregungen bei den ProfessorInnen und KommilitonInnen des DoktorandInnenkolloquiums der KHM, bei den KollegInnen vom Forschungskolleg Kulturwissenschaftliche Technikforschung sowie bei meinen FreundInnen und KollegInnen vom ISEK. Für Hilfe bei der Übersetzung und Kontextualisierung von Quellen bedanke ich mich bei Mihael Pazin und Mefail Ramadani sowie bei der Deutsch-Albanischen Freundschaftsgesellschaft (DAFG). Ein spezieller Dank geht an die interviewten jungen Frauen und Männer, welche durch ihre Bereitschaft die empirische Fundierung der

Untersuchung massgeblich ermöglicht haben. Bei Hans-Rudolf Wiedmer und dem Team des Chronos Verlags bedanke ich mich für die umsichtige Begleitung des Publikationsprozesses. Ebenfalls danke ich dem Schweizerischen Nationalfonds für die finanzielle Unterstützung der Publikation.

Mein abschliessender Dank geht an meine Eltern Elisabeth und Max Ritter sowie ganz besonders an Cornelia Ritter-Schmalz, die diese Arbeit durch ihre intellektuelle Teilhabe und praktische Unterstützung vielfältig mitgestaltet hat.