

Medienkultur als »Nationalkultur« im Wandel: Cultural Studies und die Perspektive einer transkulturellen Medienforschung im deutschsprachigen Raum

ANDREAS HEPP

DIE GLOBALISIERUNG VON MEDIENKOMMUNIKATION UND EINE TRANSKULTURELLE PERSPEKTIVE

Schaltet man gegenwärtig an einem beliebigen Tag in Deutschland den Fernsehapparat ein und zappt durch die Kanäle, so hat man recht schnell einen Blick dafür, was die Globalisierung von Medienkommunikation lokal bedeutet: Neben scheinbar »eindeutig deutschen« Fernsehsendungen wie Mundart-Theater oder einer *Tatort*-Sendung mit Lokalkolorit, kann man unter einer Vielzahl von amerikanischen, britischen, französischen, australischen und teilweise auch Sendungen aus anderen kulturellen Kontexten wählen. Die Sportübertragungen, die zu sehen sind, werden bei großen Ereignissen nicht selten aus sehr verschiedenen Ländern der Welt gesendet, und vereinzelt ist zumindest auf ARTE oder 3sat auch ein Beitrag aus einem Land der so genannten Dritten Welt zu sehen. Ein zweiter, etwas detaillierterer Blick – und dies bestätigen wissenschaftliche Untersuchungen (vgl. Hallenberger 2001) – würde aber gleichzeitig zeigen, dass zur »Primetime« zumindest im Bereich der fiktionalen Fernsehsendun-

gen nach wie vor eine Tendenz zu nationalkulturellen Produkten besteht.

Ein solches fiktives Zapping durch die Kanäle macht deutlich, was mit dem Begriff der Globalisierung von Medienkommunikation gemeint ist: Globalisierung der Medienkommunikation heißt, dass, vermittelt durch die unterschiedlichen elektronischen Medien, die weltweiten kommunikativen Beziehungen zwischen verschiedenen Kulturen und Lokalitäten zugenommen haben.¹ Dabei findet auf Produktebene in einem bestimmten Rahmen ein wenn auch nicht immer ausgeglichener Transfer statt, ein Transfer, der, wie das Beispiel der Daily Soaps zeigt, teilweise auch nur ein Transfer von Produktideen ist, die im jeweiligen kulturellen Kontext adaptiert und zu »eigenen« Produkten weiterentwickelt werden. Insgesamt hat aber – und auch dies macht das fiktive Zapping deutlich – die Globalisierung von Medienkommunikation nicht zu einer gänzlichen Auflösung von Nationalkulturen und lokalen Sinnwelten geführt. Allerdings hat durch sie das Geflecht von Kommunikationsbeziehungen, in denen beide stehen, umfassend zugenommen. Damit sind sowohl Nationalkulturen als auch lokale Sinnwelten einem Wandlungsprozess unterzogen.

Grundlegend könnte man – und dies tut implizit die internationale und interkulturelle Kommunikationsforschung – bezogen auf einzelne Staaten im Hinblick auf die Globalisierung von Medienkommunikation von einer Außen- und einer Binnenorientierung sprechen: Durch die Globalisierung von Medienkommunikation haben sich die Kommunikationsbeziehungen »zwischen Staaten« (z. B. durch Produkttransfers) ebenso verändert, wie die Globalisierung von Medienkommunikation »in den einzelnen Staaten« selbst stattfindet (z. B. durch die Zugänglichkeit von Medienprodukten aus anderen kulturellen Kontexten). Ein differenzierter Blick zeigt aber, dass diese Unterscheidung von Binnen- und Außenorientierung, die die medien- und kommunikationswissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Themenfeld im deutschsprachigen Raum strukturiert hat, mehr und mehr als heuristisches Artefakt erscheint. Auch im nationalen Kontext produzierte Sendungen stehen zunehmend in einem Diskurs des Globalen, indem beispielsweise bei einzelnen Medienprodukten Narrationen und thematisierte Lebensstile als Teil einer (fiktiven) kosmopolitischen (Konsum-)Welt inszeniert werden.² Selbst wenn solche Narrationen und Stilentwürfe wiederum ausgehend von lokalen kultu-

rellen Kontexten angeeignet werden, so machen solche Überlegungen doch deutlich, dass der Gegensatz von Binnen- und Außenperspektive an Trennschärfe verloren hat.³ In den Cultural Studies jedenfalls wird in diesem Kontext in einer Reihe von Arbeiten auf die zunehmende »Deterritorialisierung« von Kulturen und lokalen Sinnwelten hingewiesen. Die gegenwärtigen, mediatisierten Kulturen werden immer schwerer in traditionellen, territorial bezogenen Konzepten der Nationalkultur greifbar.

In meinem Beitrag möchte ich die These aufstellen, dass sich mit der fortschreitenden Globalisierung von Medienkommunikation innerhalb des deutschsprachigen Raums auch die Auseinandersetzung mit Medien geändert hat. In Abgrenzung zur interkulturellen und internationalen Kommunikationsforschung hat sich eine Perspektive entwickelt, die versucht, den Wandlungsprozessen, denen Kulturen ausgesetzt sind, gerecht zu werden. Diese Perspektive lässt sich als transkulturelle Medienforschung bezeichnen. Auffallend sind dabei insbesondere drei Bezüge, die zwischen transkultureller Medienforschung und Cultural Studies bestehen:

1. In der transkulturellen Medienforschung wird ein Kulturbegriff verwendet, der sich u. a. an die Cultural Studies anlehnt.
2. Ähnlich wie die Vertreterinnen und Vertreter der Cultural Studies ihren Ansatz als transdisziplinäres Projekt verstehen, wird davon ausgegangen, dass eine Auseinandersetzung mit transkultureller Kommunikation auch »offene Grenzen« in der Medien- und Kommunikationswissenschaft erfordert.
3. Diese Auseinandersetzung geschieht innerhalb der transkulturellen Medienforschung in dem Sinne selbstreflexiv, dass thematischer Fokus der Beschäftigung mit der Globalisierung von Medienkommunikation auch der eigene kulturelle Kontext ist.

Für diese Beziehungen gibt es zumindest zwei Gründe, wobei der erstere eher auf »phänomenologischer Ebene« zu sehen ist, der zweite auf der Ebene direkter Bezugnahme. Erstens befinden sich im Kontext der bisher skizzierten Prozesse der Globalisierung von Medienkommunikation auch die Nationalkulturen im deutschsprachigen Raum im Wandel. Dieser Sachverhalt fordert geradezu eine selbstreflexive Auseinandersetzung ein. Ein zweiter Erklärungsansatz ist, dass innerhalb der transkulturellen Medienforschung – und hier auch vermittelt

durch die dort verhandelten Themen – selbst auf Autorinnen und Autoren der Cultural Studies referiert wird. Dies hat letztlich ein vielfältiges Beziehungsgeflecht zwischen transkultureller Medienforschung und Cultural Studies entstehen lassen.

Im Weiteren möchte ich dieses Beziehungsgeflecht näher betrachten. Dazu erscheint es mir zuerst notwendig, die Tradition der interkulturellen und internationalen Kommunikationsforschung aus Perspektive der Cultural Studies kritisch zu skizzieren, um das spezifisch Neue der transkulturellen Medienforschung im deutschsprachigen Raum deutlich zu machen. Ausgehend hiervon soll die Perspektive der transkulturellen Medienforschung im Hinblick auf zwei der dort primär behandelten Themen – kulturelle Identität und Minderheiten – näher betrachtet und dabei Bezüge zu den Cultural Studies herausgearbeitet werden. Abschließend möchte ich dann aus Sicht der Cultural Studies Differenzen zur transkulturellen Medienforschung deutlich machen – um zu argumentieren, dass sich mit der transkulturellen Medienforschung neue Möglichkeiten für Cultural Studies im deutschsprachigen Raum ergeben. Vor diesem Hintergrund geht es mir auch um die Frage, was es bedeutet, Cultural Studies zu betreiben, wenn »Kultur« in den verschiedensten Bereichen der Medienforschung zunehmend »Konjunktur« hat. All dies geschieht letztlich vor dem Hintergrund einer »phänomenologischen Folie« kultureller Wandlungsprozesse, die Vorstellungen von homogenen und territorial bezogenen Nationalkulturen immer mehr als fragwürdig erscheinen lassen. Sicherlich bergen solche umfassenden Darstellungen die Gefahr, dass man eine dominante und nicht unproblematische »Geschichte« konstruiert, eine Gefahr, vor der auch meine weitere Argumentation nicht gefeit ist. Entsprechend gehe ich auch nicht davon aus, alle Entwicklungslinien der deutschsprachigen medien- und kommunikationswissenschaftlichen Beschäftigung mit der Thematik der »Medien im globalen Kontext« behandelt zu haben. Insgesamt aber werden im Weiteren diejenigen diskutiert, die notwendig sind, um das Spannungsverhältnis zwischen Cultural Studies und transkultureller Medienforschung zu fassen.

INTERKULTURELLE UND INTERNATIONALE KOMMUNIKATION ALS TRADITION: VON ENTWICKLUNGSLÄNDERN ZUR WELTGESELLSCHAFT

Die in der deutschsprachigen Tradition der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit der Globalisierung von Medienkommunikation dominierenden Theorien sind sicherlich die der interkulturellen und internationalen Kommunikation. Eine aus Sicht der Cultural Studies grundsätzlich zu kritisierende Tendenz dieser Tradition wird schon an der Unterscheidung der beiden Begriffe interkulturelle und internationale Kommunikation durch Gerhard Maletzke – einem der Begründer der deutschsprachigen Forschung in diesem Bereich – deutlich. Maletzke weist in seinem Aufsatz »Interkulturelle Kommunikation und Publizistikwissenschaft« bereits 1966 darauf hin, dass Fragen der Interkulturalität zu einem zunehmend für die Medien- und Kommunikationsforschung relevanten Bereich zählen, den es entsprechend wahrzunehmen und zu theoretisieren gilt. Er grenzt dabei interkulturelle und internationale Kommunikation wie folgt voneinander ab: Internationale Kommunikation ist für ihn im Anschluss an die amerikanische Diskussion die Kommunikation zwischen Ländern, also über Staatsgrenzen hinweg, interkulturelle Kommunikation dagegen ganz allgemein der Prozess der Gedanken- und Bedeutungsvermittlung zwischen einzelnen Menschen oder Gruppen, die verschiedenen Kulturen angehören (vgl. Maletzke 1966: 319).⁴

In der von mir in der Einleitung eingeführten Unterscheidung kann man davon sprechen, dass internationale Kommunikation bezogen auf einzelne (National-)Staaten interkulturelle Kommunikation ausschließlich in einer Außenorientierung fasst, interkulturelle Kommunikation den entsprechenden Gegenstandsbereich sowohl außen- als auch binnenorientiert. Das Problem, das Maletzkes Ansatz dabei von Anbeginn hat, ist, dass er durch ein von westlichen Vorstellungen dominiertes Denken geprägt ist: Zwar gesteht Maletzke die prinzipielle Möglichkeit des Bestehens von Subkulturen ein bzw. nimmt die Existenz von Minderheiten innerhalb von einzelnen Staaten zur Kenntnis, implizite Richtschnur ist für ihn jedoch die in sich homogene Nationalkultur, die sich territorial mit den jeweiligen Grenzen eines Staates deckt – nur so macht die von ihm vollzogene Unterscheidung von internationaler und interkultureller Kommunikation überhaupt Sinn. Letztlich handelt es sich hierbei aber um eine zuerst einmal europäische Konstruktion, die historisch durch politisch bzw.

kulturell dominierende Machtblöcke in Gesellschaften erreicht wurde.

Auch wenn ein solches Konzept von Nationalkultur jenseits seiner Ideologie historisch gesehen auch für kein europäisches Land vollkommen stichhaltig gewesen ist, so sind es solche westlich geprägten Vorstellungen, die die medien- und kommunikationswissenschaftliche Auseinandersetzung mit Medien im globalen Kontext in ihrer Anfangszeit prägen, trotz aller Bekenntnisse zu einem Kulturrelativismus. Dies zeigt die sich an den Aufruf Maletzkes zu einer »interkulturellen Publizistik« anschließende, aber nicht unbedingt auf ihn beruhende Tradition der interkulturellen und internationalen Medienforschung. Dabei sind vor allem zwei Entwicklungsphasen auszumachen, in denen interkulturelle bzw. internationale Kommunikation jeweils unterschiedlich theoretisiert werden. Dies ist erstens eine insbesondere auf Fragen der Modernisierung und Dependenz von Entwicklungsländern fokussierte Phase, die bis Ende der 1980er Jahre andauert, und zweitens eine durch Systemtheorie und Funktionalismus dominierte Phase, in der der Fokus der Betrachtung die Kommunikation in der »Weltgesellschaft« ist.

Modernisierungs- und Dependenztheorie bezeichnen zwei international einflussreiche sozialwissenschaftliche Konzepte der Betrachtung internationaler Beziehungen im Allgemeinen bzw. internationaler (Medien-)Kommunikation im Speziellen.⁵ Ausgehend von einer Zurkenntnisnahme der internationalen Forschung war die Beschäftigung mit interkultureller bzw. internationaler Kommunikation in den 1970er Jahren im deutschsprachigen Raum anfangs eher vereinzelt, nahm allerdings mit Ende der 70er und Anfang der 80er Jahre zu. Der Grund hierfür ist insbesondere darin zu sehen, dass mit Verbreitung der Satellitenübertragung und den Anfängen der computervermittelten Kommunikation Fragen der Globalisierung von Medienkommunikation drängender wurden, was sich auch darin manifestierte, dass die UNESCO ihren Augenmerk auf eine Weltkommunikationsordnung legte.

Im Kontext dieser Diskussion ist das Sonderheft der Zeitschrift *Publizistik* zu sehen, das sich 1984 intensiv mit dieser Thematik auseinandersetzt und als charakteristisch für die deutschsprachige Diskussion in diesem Zeitraum gelten kann. Im Gegensatz zu der dezidiert auf Fragen von Kultur fokussierten Herangehensweise Maletzkes spielen in den meisten Artikeln – wie auch in einem Überblick zur

Lage der internationalen Medienforschung in den USA (vgl. Hardt 1984) – kulturtheoretische Überlegungen eine nur untergeordnete Rolle. Ausnahmen stellen hier allenfalls die Artikel von Holger Rust und Gernot Wersig dar, in denen eine kulturtheoretische Reflexion der Thematik von Medien im globalen Kontext eingefordert wird. Rust wünscht sich eine »ethnologische Fundierung der Kommunikationswissenschaft« (Rust 1984: 384) als Bezugspunkt für eine interkulturelle Beschäftigung mit Medienkommunikation – sowohl in der Außenorientierung des internationalen Rahmens als auch in der Binnenorientierung von multikulturellen Gesellschaften. Dabei bleibt er allerdings modernisierungstheoretischen Vorstellungen treu.⁶ Gernot Wersig fordert im Hinblick auf eine zunehmende Ausbreitung der »Informationsgesellschaft« als notwendiges Komplement eine »Informationskultur«, mit der er im Rahmen einer normativen Betrachtung die Stabilisierung von Lebenswelt sowie den Schutz vor umfassender Informatisierung und technischer Rationalität verbindet (vgl. Wersig 1984: 392), jedoch ohne den »europäischen Blick« auf das westliche Konzept der Informationsgesellschaft zu überwinden.⁷ Den sicherlich bemerkenswertesten Ansatz für eine kulturtheoretische Fundierung der Betrachtung von internationaler Kommunikation legt in diesem Zeitraum aber Horst Reimann vor, wenn auch in einem gänzlich anderen Publikationskontext.⁸ Ausgehend von kultursociologischen Ansätzen vertritt Reimann die These, dass die Aneignung kommunikativer Technologien in verschiedenen Kulturen unterschiedlich verläuft und die Annahme einer durch die Globalisierung von Medienkommunikation vermittelten Homogenisierung in Richtung einer globalen »Einheitsgesellschaft« oder »Welt-Öffentlichkeit« (Reimann 1983: 275) nicht haltbar ist. Insgesamt sind seine Darlegungen aber auch für ihn eine Skizze, bei der »viele Fragen offen« (Reimann 1983: 277) bleiben – aus Perspektive der Cultural Studies vor allem die Frage, wie er den konfliktären Zusammenhang von kulturellem Wandel und Globalisierung von Medienkommunikation theoretisieren will.⁹

Diese sicherlich nicht vollständige, in ihren Grundlinien aber exemplarische Übersicht lässt zweierlei erkennen: Erstens wird eine umfassende Theoretisierung der Thematik von internationaler bzw. interkultureller Kommunikation aus kulturtheoretischer Perspektive zwar vereinzelt eingefordert, aber nur ansatzweise geleistet. Zweitens bleibt der Fokus in diesem Themenbereich tendenziell auf außen-

orientierte Fragen der medienvermittelten Kommunikationsbeziehungen zur Dritten Welt bzw. Entwicklungsländern gerichtet, unabhängig davon, ob man eher modernisierungs- oder dependenztheoretischen Überlegungen anhängt bzw., wie Horst Reimann vermittelt, über die Kulturosoziologie eine Betrachtungsperspektive »zwischen« beiden Paradigmen wählt.¹⁰

Ein solcher Fokus der internationalen bzw. interkulturellen Kommunikationsforschung auf die Beziehung zwischen erster und dritter Welt ist mit einem Diskurs verbunden, den Stuart Hall als den Diskurs vom »Westen und dem Rest« bezeichnet hat. In dem Aufsatz »Der Westen und der Rest« setzt sich Stuart Hall damit auseinander, welche Rolle die Gesellschaften außerhalb Europas bei der Konstitution dessen haben, was als (westliche) »Modernität« bezeichnet wird. Er arbeitet hier heraus, dass die Formierung der heutigen Vorstellung von »westlicher Modernität« mittels eines diskursiven Musters von »dem Westen und dem Rest« geschehen ist: Grundlegend beruht die diskursive Konstruktion »westlicher Modernität« auf der Abgrenzung gegenüber dem »Anderen«. Durch diskursive Strategien »wird der Rest als etwas definiert, das der Westen nicht ist – sein Spiegelbild. Er wird als das absolute, wesenhafte, verschiedene *Andere* repräsentiert« (Hall 1994: 167, Hervorhebung im Original). Dieses Andere wird wiederum binär gefasst auf der Basis von Dichotomien wie *Westen: Rest, zivilisiert: unreif, entwickelt: zurückgeblieben; unedel: edel*. Genau dieses Muster vom »Westen und dem Rest« lässt sich auch in den frühen Arbeiten in der Tradition der interkulturellen und internationalen Kommunikation ausmachen: Während modernisierungstheoretische Konzepte offensichtlich mit einer Vorstellung operieren, man müsse (zurückgebliebene) Länder der Dritten Welt nach dem Modell des Westens entwickeln – Denkraum ist hier die Dichotomie *entwickelt: zurückgeblieben* –, wird in dependenztheoretischen Überlegungen eine (kommunikative) Loslösung der dritten von der ersten Welt gefordert – ein Denken, das insofern ebenfalls durch den Diskurs vom »Westen und dem Rest« geprägt ist, als hier das romantisierende Bild einer Kultur evoziert wird, deren Lebenswirklichkeit (fast) paradiesisch war, bis der kolonialisierende Westen in sie eingebrochen ist (vgl. Ang/Stratton 1996; Ang 2001). Die Vorstellung des »edlen Wilden« lässt grüßen.

Als erstes Zeichen für eine Öffnung der auf die »restlichen Länder« und ihre Beziehung zum Westen fokussierten Auseinanderset-

zung kann man das Symposium »Internationalisierung von Medienangelegenheiten« im Juni 1990¹¹ begreifen. Dort zeichnete sich als ein weiterer wichtiger Bezugspunkt der Diskussion die mit der Einführung des dualen Systems in den 1980er Jahren zunehmende Kommerzialisierung der Medienlandschaft im europäischen Kontext ab. In verschiedenen Beiträgen wurde eine Internationalisierung der Medienmärkte konstatiert, und hierbei wurden insbesondere die Fragen diskutiert, inwieweit damit eine Entwicklung zur Transnationalität von Medienproduktion einhergehe oder einhergehen solle bzw. ob dies zur Veränderung von europäischen Nationalkulturen selbst beitragen könne (vgl. Kiefer 1990; Langenbucher 1990; Ronneberger 1990).¹² Was interessierte war nicht mehr nur die Kommunikationsbeziehung zu so genannten Entwicklungsländern, sondern verstärkt auch die interkulturelle Kommunikation innerhalb Europas, motiviert durch die auch normativ aufgeladene Frage, ob (europäische) Medien bei der Konstitution einer geteilten »europäischen Identität der Vielfalt« einen Beitrag leisten könnten.¹³

Während der Außenfokus der interkulturellen bzw. internationalen Medienforschung sich so von Entwicklungsländern weg hin zum europäischen Ausland bewegt, gewinnt auch der Binnenfokus in der Diskussion an Stellenwert: Hierfür stehen Ende der 1980er, Anfang der 90er Jahre eine Reihe von Inhaltsanalysen, die sich beispielsweise mit der Darstellung von Fremden, Ausländern und Migranten in den deutschsprachigen Medien befassen.¹⁴ Während solche Ansätze zumindest perspektivisch in die Richtung einer transkulturellen Medienforschung weisen, so wurde Mitte der 1990er Jahre im Rahmen der Systemtheorie ein weiterer Versuch der umfassenden, primär außenorientierten theoretischen Fundierung der internationalen Kommunikationsforschung unternommen. Dieser Fokus dominiert insbesondere in dem von Miriam Meckel und Markus Kriener herausgegebenen Band *Internationale Kommunikation*. Die Herausgeber verstehen diese Publikation explizit als »eine aktuelle Überblicksdarstellung [...], die wesentliche Themensegmente der Internationalen Kommunikation beleuchtet« und damit eine »thematische Lücke« im deutschen Sprachraum füllt (Meckel/Kriener 1996, Vorwort). Es sind aus systemtheoretischer Perspektive vor allem zwei Punkte, in Bezug auf die die vorhergehende internationale Kommunikationsforschung kritisch gesehen wird, nämlich erstens, dass bisherige Ansätze davon ausgehen, Medien würden eindimensional und wirkmächtig Infor-

mationen transferieren, könnten also direkt das Bewusstsein ihrer Nutzerinnen und Nutzer beeinflussen (Transfer-Annahme). Zweitens wurde von einer (politischen) Steuerbarkeit der Medien als Institutionen ausgegangen, die insbesondere bezogen auf transnational agierende Unternehmen nicht zutreffend ist (Steuerbarkeits-Annahme). Ins Zentrum der systemtheoretischen Überlegungen zu internationaler Kommunikation wird in Anschluss an Niklas Luhmann der Begriff der »Weltgesellschaft« gerückt (vgl. Görke/Kollbeck 1996: 263 und Kriener/Meckel 1996: 14). Der Ausdruck »Weltgesellschaft« verweist – ausgehend von der systemtheoretischen Vorstellung, dass sich soziale Systeme auf Kommunikation gründen – auf die Ausdehnung von Gesellschaft (verstanden als die Gesamtheit der füreinander erreichbaren Kommunikationen) über nationale und regionale Beschränkungen hinaus. Weltgesellschaft setzt entsprechend die globale Verbreitung von Kommunikationen voraus, ergibt sich in der Theorie also durch die Globalisierung von Medienkommunikation.¹⁵

Wie ist nun internationale Kommunikation in diesem Begriffsrahmen zu fassen? Was leistet er für die Theoretisierung der Auseinandersetzung mit Medien im globalen Kontext? Stellt man sich diese beiden Fragen, so fällt zuallererst einmal die weitgehende Eliminierung des Begriffes »Kultur« auf.¹⁶ Der Zugang zu diesem Themenfeld geschieht *nicht* aus der Perspektive einzelner Kulturen, sondern aus der Perspektive der Funktion und Leistung von Medien, die als geschlossenes System begriffen werden (vgl. Görke/Kollbeck 1996: 266). Dies heißt, dass man von einer selbstreferentiellen Operationsweise des Mediensystems ausgeht, also von der Vorstellung, dass Medien(institutionen) nach ihren systeminternen Regeln operieren, um ihren eigenen Fortbestand zu sichern. Aus diesem Verständnis von Medien folgern Görke und Kollbeck bezogen auf internationale Kommunikation zweierlei: Erstens sind Medien systemextern nicht steuerbar, weswegen der Funktion, die die Medien für die (Welt-)Gesellschaft haben, enge Grenzen gesetzt sind. Zweitens »bilden« Medien Ereignisse des Weltgeschehens nicht einfach »ab«, sondern sie konstruieren ihre Sicht als Beobachter auf die Welt. Diese Konstruktion ist notwendig selektiv, kann also grundlegend als Konstruktion nicht gewertet werden.

Dieser hier skizzierte, systemtheoretische Zugang zu internationaler Kommunikation stellt sicherlich unter gewissen Gesichtspunkten einen Fortschritt gegenüber frühen Ansätzen in diesem Themenfeld

dar. So bricht er durch das Konstrukt der zuerst einmal wertneutral gefassten Weltgesellschaft mit einer (eurozentrischen) Gleichsetzung der internationalen Kommunikation mit Kommunikationsbeziehungen gegenüber Entwicklungsländern. Dabei wird Abschied von geradlinigen Modernisierungsvorstellungen genommen, indem – statt von kulturellen Transfervorstellungen auszugehen und dabei die Dichotomie vom »Westen und dem Rest« implizit zu übernehmen – einzelne Nationen als gleichberechtigt konzeptionalisiert werden und die Kommunikation »zwischen ihnen« betrachtet wird.¹⁷ Ebenso wichtig erscheint, dass hier eine theoretische Fundierung der Thematik unternommen wird, die in ihrem Anti-Essentialismus klar über frühere Theoretisierungen hinausgeht: Soziale Systeme werden nicht als gegeben aufgefasst, sondern als in einem Kommunikationsprozess konstruiert.

In diesem Anti-Essentialismus könnte möglicherweise eine Beziehung zu den Cultural Studies gesehen werden,¹⁸ von denen sich die Systemtheorie aber u.a. durch eine »Blindheit gegenüber sozialen und kulturellen Identitäten« (Stäheli 2000: 324) unterscheidet.¹⁹ Nicht zuletzt dies trägt dazu bei, dass ein ausschließlich funktionalistisch-systemtheoretischer Zugang zu internationaler Kommunikation aus Perspektive der Cultural Studies einen unbefriedigenden Eindruck hinterlässt. Zwar erkennt er auf einer ersten Ebene Differenz an – Differenz, die auch begründet, warum Medien innerhalb von internationaler Kommunikation keine umfassende Integrationsinstanz darstellen können –, jedoch wird Differenz in dieser Perspektive als Systemdifferenz einer Weltgesellschaft konstruiert und damit auf einer zweiten Ebene wiederum funktional integriert: Was zählt ist die Frage, wie einzelne Systeme auch in Bezug auf internationale Kommunikation »strukturell gekoppelt« sind, und dies gilt es analytisch zu beschreiben. Die Blindheit gegenüber differenten kulturellen Identitäten, die »quer« zu einzelnen Funktionssystemen liegen, durch die Individuen unterschiedlicher kultureller Kontexte aber beispielsweise keinen gleichen Zugang zu unterschiedlichen Funktionssystemen einer Weltgesellschaft haben, führt zu einer unangemessenen Fokussierung auf Stabilität und Integration, wenn auch auf der Ebene des Horizonts einer Weltgesellschaft.

Genau in diesem »Funktionalismus der Weltgesellschaft« erscheinen die skizzierten systemtheoretischen Überlegungen aus Perspektive der Cultural Studies als unangemessen für eine Betrachtung

der Globalisierung von Medienkommunikation. Problematisch an einer solchen Fokussierung auf Stabilität und Systemintegration erscheint zweierlei, das ich an anderer Stelle als Konsensfiktion kritisiert habe (vgl. Hepp 2000a): Erstens wird durch eine solche funktionale Betrachtung die Widersprüchlichkeit und Unsicherheit von Medienkommunikation unter den Bedingungen einer kapitalistischen Postmoderne zwar nicht übergangen, indem man die prinzipielle Unwahrscheinlichkeit von Verstehen betont; die sich hieraus ergebenden Probleme von Missverstehen werden aber in Fragen der Beobachterperspektive aufgelöst und nicht in Bezug auf kulturelle Differenzen theoretisiert (vgl. Ang 1996: 164). Zweitens geht mit dieser Perspektive eine weitergehende Marginalisierung von Fragen der Macht, des Konflikts und der Auseinandersetzung einher. Der Grund hierfür ist, dass die als widerspruchslös konstruierte Funktion und Leistung von Medien auf einzelstaatlicher Ebene unproblematisiert auf die internationale Ebene übertragen werden.²⁰

Eine kritische Auseinandersetzung mit der Globalisierung von Medienkommunikation und dem damit einhergehenden Wandel von (National-)Kulturen muss aber neue Fragen in den Mittelpunkt rücken und kann nicht traditionelle Theoriekonzepte unhinterfragt auf den aktuellen Kontext übertragen. Lassen sich Vorstellungen von geschlossenen und damit »reinen« Systemen vor dem Hintergrund der mit der Globalisierung verbundenen Hybridisierungsprozesse überhaupt aufrechterhalten? Ist die homogen angenommene Nation bzw. Nationalkultur und die damit verbundene politische Größe des Nationalstaates überhaupt noch die primär relevante Bezugsgröße der Beschäftigung mit der Globalisierung von Medienkommunikation? Wie genau sind Prozesse der kulturellen Produktion von Medieninhalten und ihre globale Distribution zu fassen? Wie hängen damit Fragen der Dominanz und Hegemonie zusammen? Und stellt man gegen die Strategien der Medienproduktion die eher taktische Aneignung der Rezipierenden, welche Räume für eigene Bedeutungsproduktion bestehen hier? Welche Stellung haben bei der Medienaneignung häusliche Welt und Lokalität, aber auch Geschlecht, Ethnie und kulturelle Identität?

Es sind genau solche Fragen, die mit der Globalisierung von Medienkommunikation drängend geworden sind und zu denen die systemtheoretische, internationale Kommunikationsforschung bisher

keinen befriedigenden Zugang gefunden hat. Vor dem Hintergrund verwundert es nicht, dass sich der systemtheoretische Ansatz nicht zu der von Miriam Meckel und Markus Kriener erhofften Theoriebasis der Beschäftigung mit der Globalisierung von Medienkommunikation entwickelt hat. Dies zeigen auch gegenwärtige, traditionell medien- und kommunikationswissenschaftliche Publikationen in diesem Bereich, die sich insbesondere durch eine detaillierte Auseinandersetzung mit Einzelaspekten interkultureller Kommunikation auszeichnen und in denen Binnen- und Außenorientierung interkultureller Kommunikation gleichberechtigt Gegenstand sind.²¹ Der Bereich der Medien- und Kommunikationsforschung, der sich aktuell am umfassendsten den oben genannten Fragen öffnet, ist aber ein anderer, nämlich der der transkulturellen Medienforschung.

TRANSKULTURELLE MEDIENFORSCHUNG ALS PERSPEKTIVE: KULTURELLE IDENTITÄT UND MINDERHEITEN

Mit fortschreitender Globalisierung hat ein soziokultureller Wandel eingesetzt, der innerhalb der Cultural Studies und der britischen Kulturtheorie zunehmend mit dem Konzept der Deterritorialisierung gefasst wird (vgl. García Canclini 1995; Tomlinson 1999). Deterritorialisierung kann man in Anlehnung an Nestor García Canclini als »the loss of the ›natural‹ relation of culture to geographical and social territories« (García Canclini 1995: 229) definieren. Kultur erscheint also durch die mit der Globalisierung von Medienkommunikation zunehmenden, kommunikativen Beziehungen (kommunikative Deterritorialisierung), aber auch durch Migrationsbewegungen (physische Deterritorialisierung) immer weniger als etwas, das man als eine auf einen Staat fokussierte, homogene Nationalkultur territorial fassen kann.²² Dies lässt sich insbesondere auf der Ebene der kommunikativen Deterritorialisierung festmachen, und zwar an der mit der Verbreitung von Kommunikationstechnologien verbundenen Öffnung der häuslichen Welt zum Globalen. So stellt beispielsweise John Tomlinson bezogen auf Fernsehen, Radio und computervermittelte Kommunikation in Anlehnung an die Überlegungen von David Morley fest:

»These communication technologies are the most striking ways in which modern houses become settings for distanciated relations. Though relations of presence may still dominate here, increasingly homes are open to the world: our sitting rooms places »where the global meets the local« (Tomlinson 1999: 53 f.).

Dass physische und kommunikative Deterritorialisierungstendenzen auch im deutschsprachigen Raum auszumachen sind, manifestiert sich u.a. in den Themen, die zunehmend auch die medien- und kommunikationswissenschaftliche Auseinandersetzung prägen: Die Beziehung zwischen Medien und Minderheiten erfährt hier ebenso ein gesteigertes Interesse wie die Beziehung zwischen Medien und kulturellen Identitäten. Die Orientierung, die bei der Beschäftigung mit diesen beiden Themen besonders heraussticht, ist, wie gesagt, die Perspektive, die ich transkulturelle Medienforschung nennen möchte.²³

Transkulturalität wird hier ausgehend von den Überlegungen von Wolfgang Welsch gefasst. Dieser hat den Begriff des Transkulturellen gezielt gegen den der Interkulturalität gestellt: Interkulturalität – und, wie man in Anschluss an Welschs Überlegungen ebenfalls behaupten kann: Internationalität – von Kommunikation ist ein zweistufiges Konzept, d.h., es geht auf einer Primärebene von wohl abgegrenzten und verschiedenen Kulturen aus und fragt auf einer Sekundärebene dann, wie Mitglieder dieser Kulturen miteinander kommunizieren, sich verstehen können usw. (vgl. Welsch 1992: 5 und Welsch 1999). Welsch hält bereits die mit dem Ausdruck Interkulturalität verbundene Primärbehauptung, es gäbe territorial definierte (National-)Kulturen mit dem Nationalstaat als Grenze, für die heutige Zeit für nicht mehr zutreffend. Deutlich schwingt hier die Vorstellung von Deterritorialisierung mit: Wie er argumentiert, sind an die Stelle von »Kulturen alten Zuschnitts«, also National- oder Regionalkulturen, mit der Globalisierung von Medienkommunikation diverse »Lebensformen« getreten (vgl. Welsch 1992: 5). Diese Lebensformen oder Lebensstile machen nicht an den Grenzen der »alten Kulturen« halt, sondern gehen quer durch diese hindurch, weshalb sie auch mit den herkömmlichen Kulturkategorien nicht mehr zu fassen sind. Vor diesem Hintergrund führt Welsch nun den Begriff der Transkulturalität als ein seiner Meinung nach angemesseneres Konzept ein:

»Transkulturalität« will beides anzeigen: dass wir uns heute jenseits der klassischen Kulturverfassung befinden; und dass die neuen Kultur- bzw. Lebensformen durch diese alten Formationen wie selbstverständlich hindurchgehen« (Welsch 1992: 5).

Hier ist es erforderlich, eine Beziehung zu Überlegungen zu sehen, wie sie im Rahmen der Cultural Studies beispielsweise Stuart Hall dargelegt hat. Er hat darauf hingewiesen, dass je stärker global vernetzte Medien das gesellschaftliche Leben durch weltweite Vermarktung von Stilen und Bildern durchdringen, desto mehr Identitäten von bestimmten Zeiten, Orten, Geschichten und Traditionen entbunden werden (vgl. Hall 1992: 303). Ganz ähnliche Überlegungen hat Stuart Hall auch in dem bereits 1991 von Anthony King herausgegebenen Band *Culture, Globalization and the World System* formuliert. In dieser Publikation wird in den verschiedenen Beiträgen – weit bevor dies im deutschsprachigen Raum Gegenstand der Diskussion war – die Frage aufgeworfen, welchen Wandlungsprozessen Kulturen mit der Globalisierung ausgesetzt sind und wie diese Prozesse mit Bezug auf das Entstehen eines ökonomischen Weltsystems im Sinne von Wallerstein analysiert werden können.²⁴ Dabei bringt Stuart Hall die Widersprüchlichkeit der Globalisierung von Medienkommunikation und der damit verbundenen Wandlungsprozesse auf den Punkt, wenn er schreibt:²⁵

»Diese neue Art der Globalisierung [...] geht mit einer neuen Form globaler Massenkultur einher, die sich stark von derjenigen unterscheidet, die mit der englischen Identität oder anderen, in einer früheren Phase mit dem Nationalstaat verknüpften kulturellen Identitäten verbunden war. Die globale Massenkultur wird durch die modernen Mittel der kulturellen Produktion bestimmt, durch das Bild, das die Sprachgrenzen schneller und einfacher überschreitet und über sie hinweg in einer sehr viel unmittelbareren Weise spricht. Sie wird dadurch bestimmt, dass die visuellen und grafischen Künste direkt in die Umgestaltung des Alltagslebens, der Unterhaltung und der Freizeit hineinwirken. Sie wird durch Fernsehen, Film und das Bild, die Metaphorik und die Stile der Massenwerbung bestimmt. Als Inbegriff all dieser Formen der Massenkommunikation könnte das Satellitenfernsehen gelten. Nicht, weil es das einzige Beispiel wäre, sondern weil das Satellitenfernsehen nicht ohne seine Verankerung in einer bestimmten, hoch entwickelten nationalen Ökonomie und Kultur verstanden werden kann, während sein eigentlicher Zweck gleichzeitig darin besteht, dass es nicht länger durch nationale Grenzen eingeschränkt werden kann« (Hall 1994: 52).

Wolfgang Welschs Argumentation und die Argumentation von Stuart Hall verbindet also die konstruktive und kritische Perspektive, dass durch die Globalisierung von Medienkommunikation bestimmte semiotische Ressourcen an verschiedensten Orten der Welt zugänglich sind und so nationenübergreifende Kristallisationsmaterialien von kulturellen Identitäten sein können. Kultur und kulturelle Identität sind nicht (mehr) territorial fixiert, sondern stehen in einem komplexen, widersprüchlichen und konfliktären Prozess der Globalisierung.

In diesem allgemeinen Diskussionsrahmen, den Stuart Hall hier auf »phänomenologischer Ebene« klar absteckt, muss auch die Entwicklung der transkulturellen Perspektive in der deutschsprachigen Medien- und Kommunikationswissenschaft gesehen werden. Die Publikation, durch die Transkulturalität als Konzept insbesondere in den Blickwinkel der Medien- und Kommunikationswissenschaft gerückt ist, stellt der von Kurt Luger und Rudi Renger herausgegebene Band *Dialog der Kulturen* dar (vgl. Luger/Renger 1994).²⁶ Exemplarisch sei hier auf Lugers Überlegungen in dem Aufsatz »Offene Grenzen in der Kommunikationswissenschaft« verwiesen. Im Anschluss an Wolfgang Welsch streicht er heraus, dass eine durch verschiedenste Kommunikationstechnologien vernetzte Welt die Vorstellung von separierten und autonomen Kulturen als unreal ausweist. Entsprechend greifen die eindimensionalen Ansätze der internationalen und interkulturellen Kommunikationsforschung auch zu kurz, indem in ihnen – ob als Dependenztheorie, Kultur- oder Medienimperialismusansatz – Kulturen als geschlossene Zusammenhänge begriffen werden, auf die global übertragene Medieninhalte »wirken«, worauf die jeweiligen Kulturen wiederum »reagieren« (vgl. Luger 1994: 46 f.). Eine kulturtheoretisch begründete, transkulturelle Medienforschung

»lenkt ihre Aufmerksamkeit hingegen mehr auf die Transformationsprozesse, versteht die Beziehung zwischen Kultur bzw. Individuum und der Kulturindustrie nicht als Einbahn, sondern als Interaktionsprozess und kulturellen Wandel nicht notwendig als Beeinflussungsprozess« (Luger 1994: 47).

Kulturen werden dabei *nicht* als »in sich geschlossen« und »von außen durch Medien beeinflusst« begriffen, sondern selbst als mediatisiert, multiethisch und stark differenziert nach Milieus, Lebensformen und ausgeprägten Lebensstilen, die translokal bestehen, wobei man auch

hier eine Beziehung zu den Cultural Studies sehen kann. Solche Beziehungen der transkulturellen Medienforschung zu den Cultural Studies werden – wie ich eingangs bemerkt habe – detaillierter an drei Punkten deutlich, nämlich erstens anhand der Bezüge beim Kulturbegriff, zweitens anhand der Überlegungen zu disziplinären Orientierungen und drittens anhand der insbesondere in empirischen Studien greifbar werdenden Selbstreflexivität der transkulturellen Medienforschung.

Erstens: In Bezug auf die Cultural Studies – und hier vor allem anlehnend an die Arbeiten des Centre for Contemporary Cultural Studies in Birmingham bzw. die Arbeiten von Raymond Williams – wird der Kulturbegriff in der transkulturellen Perspektive entwickelt. Kurt Luger²⁷ beispielsweise zitiert hier John Clarke, Stuart Hall, Tony Jefferson und Brian Roberts mit ihrem Aufsatz über Subkulturen, in dem diese Kultur definieren als die

»distinkte Lebensweise [einer] Gruppe oder Klasse, [als] die Bedeutungen, Werte und Ideen, wie sie in den Institutionen, in den gesellschaftlichen Beziehungen, in Glaubenssystemen, in Sitten und Bräuchen, im Gebrauch der Objekte und im materiellen Leben verkörpert sind. Kultur ist die besondere Gestalt, in der dieses Material und diese gesellschaftliche Organisation des Lebens Ausdruck findet« (Clarke/Hall/Jefferson/Roberts 1979: 41).

Kultur enthält diesem Verständnis nach »die ›Landkarten der Bedeutung‹, welche Dinge für ihre Mitglieder verstehbar machen« (ebd.).²⁸ Zwar schließt sich Kurt Luger diesem Kulturbegriff zuerst einmal an, greift also die Cultural Studies mit ihrem Kulturverständnis auf, dass seine Überlegungen sich dann aber im Theoriediskurs der Medien- und Kommunikationswissenschaft bewegen, macht die Perspektive deutlich, unter der er den Kulturbegriff weiter diskutiert. Was ihn als Medien- und Kommunikationswissenschaftler interessiert ist die konstruktivistische Dimension des Kulturbegriffs der Cultural Studies, die diesen für ihn in eine gewisse Nähe zum radikalen Konstruktivismus rückt (vgl. Luger 1994: 35). Entsprechend kann man argumentieren, dass die Perspektive der transkulturellen Medienforschung gegenwärtig eine Öffnung der deutschsprachigen Medien- und Kommunikationswissenschaft zu den Cultural Studies darstellt, indem hier auf die Kulturtheorie der Cultural Studies Bezug genommen wird.²⁹ Allerdings erscheint – und dies soll noch gezeigt werden – eine weitergehende Auseinandersetzung mit den Cultural Studies notwendig,

um deren kulturtheoretischen Zugang zur Globalisierung von Medienkommunikation für eine transkulturelle Medienforschung zugänglich zu machen.

Zweitens: Eine weitere Beziehung zwischen transkultureller Medienforschung und Cultural Studies, die aber nicht zu einem wechselseitigen Ineinanderaufgehen führt, wird auch am zweiten von mir genannten Punkt deutlich, nämlich dem der disziplinären Orientierung. In gewisser Parallelität dazu, dass die Vertreterinnen und Vertreter der Cultural Studies ihren Ansatz selbst als transdisziplinäres Projekt verstehen (vgl. Hepp 1999: 15 f.), wird im Kontext der transkulturellen Medienforschung betont, dass eine Auseinandersetzung mit der Globalisierung von Medienkommunikation auch »offene Grenzen« in der Medien- und Kommunikationswissenschaft erfordert (vgl. Luger 1994: 40). Dass diese Parallelität aber wiederum auch ihre »Grenzen« hat, machen bereits die unterschiedlichen Formulierungen deutlich: Was in der transkulturellen Medienforschung eingefordert wird, ist inter- bzw. transdisziplinäre Zusammenarbeit. Als klarer Referenzpunkt für eine solche Zusammenarbeit gilt jedoch die Medien- und Kommunikationswissenschaft, wobei sie als Forschungsfeld aber dazu übergehen sollte, den Anforderungen einer Beschäftigung mit der Globalisierung von Medienkommunikation »durch einen integrativen Ansatz gerecht zu werden« (Luger 1994: 40). Die Transdisziplinarität der Cultural Studies ist im Vergleich dazu etwas anderes. Hier wird Transdisziplinarität nicht nur verstanden als Zusammenarbeit über mehr oder weniger offene Disziplinengrenzen hinweg, sondern es geht darum, eine kritische Perspektive auf Kultur und kulturelle Bedeutungsproduktion *jenseits* von Disziplinengrenzen zu entwickeln. In diesem Sinne wäre es vielleicht sinnvoller, mit Bezug auf die Cultural Studies von einem postdisziplinären Projekt zu sprechen. Es ist diese postdisziplinäre Orientierung der Cultural Studies, die einen Teil ihres Innovationspotenzials begründet.

Drittens: Als dritten Berührungspunkt zwischen transkultureller Medienforschung und den Cultural Studies habe ich genannt, dass die Auseinandersetzung mit der Globalisierung von Medienkommunikation auch innerhalb der transkulturellen Medienforschung selbstreflexiv bezogen auf die Kultur des Analysierenden geschieht. Das heißt, das Phänomen der transkulturellen Kommunikation interessiert nicht nur in der Außenorientierung der Kommunikationsbeziehung zwischen Staaten wie in der internationalen Kommunikationsforschung,

sondern jeder Staat wird selbst als kulturell gebrochen konzeptionalisiert. Entsprechend ist Transkulturalität auch ein umfassender Gegenstandsbereich für eine binnenorientierte Betrachtung – oder, um genauer zu sein: In einer transkulturellen Perspektive lösen sich außen- und binnenorientierter Fokus auf, da die Globalisierung von Medienkommunikation als ein Prozess begriffen wird, der zunehmend alle Kulturen durchdringt und entsprechend homogenisierende, territorial fixierte Nationalkulturkonzepte hinfällig macht.³⁰ Ein solcher selbstreflexiver Fokus wird an den beiden Hauptthemenbereichen deutlich, die bisher im Kontext der transkulturellen Medienforschung fokussiert worden sind, nämlich erstens die Auseinandersetzung mit Medien und kultureller Identität und zweitens die Beschäftigung mit Medien und Minderheiten.

Die Zentralität der Identitätsthematik im Rahmen einer transkulturellen Medienforschung wird bereits an den Beiträgen des Bandes *Dialog der Kulturen* deutlich. Marie-Luise Angerer beispielsweise setzt sich in ihrem Artikel mit (Multi-)Kulturalität und Identität aus feministischer Perspektive auseinander (vgl. Angerer 1994)³¹, andere Beiträge behandeln die Möglichkeiten des Lebens unterschiedlicher kultureller Identitäten innerhalb von multikulturellen Gesellschaften, und es findet eine Auseinandersetzung damit statt, inwieweit »kulturelle Vielfalt« – verstanden als auf unterschiedliche kulturelle Identitäten fokussierte Medienproduktion – im bestehenden, globalisierten medienökonomischen Rahmen zu realisieren ist (vgl. Grisold 1994; Larcher 1994; Wolfgruber 1994). Schließlich wird das Verhältnis von transkulturellem Lernen und der Entwicklung von kultureller Identität diskutiert (vgl. beispielsweise Hipfl 1994 und Stotz 1994).³² Inwieweit das Themenfeld der kulturellen Identität auch für die gegenwärtigen Arbeiten Kurt Lugers prägend ist, macht dessen Studie zu Populärkultur und Identität in Österreich deutlich. Theoretischer Ausgangspunkt ist für ihn die Überlegung, dass Identität und nationale Erzählung in einer Beziehung zueinander stehen: So wird in Nationalkulturen Identität konstruiert, indem einzelne »Bausteine« als Identifikationsangebote angeboten werden (vgl. Luger 1998: 122). Die »Bausteine« sind beispielsweise Nationalfeiertage, nationale Veranstaltungen wie Bälle, nationale Architektur oder Mythen. Solche »Bausteine« sind lokalisiert in einer umfassenden Erzählung der Nation und können so Ressourcen für die Konstruktion nationaler Identität sein. Kernpunkt ist dabei, dass solche nationalen Identitätsressourcen

für den beträchtlichen Teil der Bevölkerung eines Staates nur medienvermittelt zugänglich sind. Hieraus ergibt sich letztlich die Frage, was die relevanten medialen Inszenierungen für die Konstruktion einer nationalen Identität sind.

Kurt Luger untersucht hier bezogen auf Österreich insbesondere drei solcher Inszenierungszusammenhänge, nämlich erstens den Heimatfilm, zweitens die Volksmusik und drittens einen neuen Boulevard-Journalismus (vgl. Luger 1998: 123–130).³³ Vor dem Hintergrund von Wolfgang Welschs Begriff der Transkulturalität ist allerdings offensichtlich, dass dies nur ein Moment der Auseinandersetzung mit der Konstruktion von Identität in Österreich sein kann. Indem in Österreich – wie in allen europäischen Staaten auch – durch die Medien zunehmend Identitätsressourcen aus gänzlich anderen kulturellen Kontexten zugänglich sind, ist die Erzählung der österreichischen Nationalidentität gegenwärtig mit transkulturellen Erzählungen konfrontiert, die die Frage nach einer homogenen österreichischen Nationalkultur als zunehmend falsch gestellte Frage erscheinen lässt:

»Österreich gehört zu jenen westlichen Industriestaaten, in denen eine Fülle individueller wie kollektiver Muster der Lebensführung nebeneinander existieren. Ihre kulturellen Manifestationen befruchten, ignorieren und bekämpfen einander« (Luger 1998: 134).

Nimmt man für die Betrachtung des Themenfeldes »Minderheiten« in einer transkulturellen Perspektive ebenfalls die Beiträge in dem Band *Dialog der Kulturen* als Ausgangspunkt, so wird die Grundorientierung der Diskussion deutlich: Jerzy J. Smolicz beispielsweise setzt sich hier mit der Problematik von Konzepten wie dem der Nation, des Staats und der Minderheit auseinander (vgl. Smolicz 1994)³⁴, daneben befasst sich eine Anzahl von Artikeln mit der Stellung von Minderheiten innerhalb von multikulturellen Gesellschaften und der medialen Berichterstattung über sie bzw. beleuchtet in diesem Kontext die bestehende Medienpolitik (vgl. Busch 1994; Çinar 1994; Hummel 1994; Trappel 1994). Diese Diskussion wurde jüngst in dem Themenheft 2/1999 *Medien und Minderheiten* der Zeitschrift *Medien Journal* aufgegriffen.³⁵ In ihrem das Themenheft einleitenden Aufsatz konstatiert Brigitta Busch bei der seit den 1990er Jahren zunehmenden Beschäftigung mit Medien und Minderheiten einen Paradigmenwechsel: Während in früheren Arbeiten, die insbesondere durch einen

menschenrechtlichen und einen sprachpolitischen Ansatz geprägt waren, die Seite der Produktion und medialen Strukturen im Vordergrund stand, »bekommt nun die Rezipientenforschung und ein umfassender Cultural-Studies-Zugang mehr Gewicht« (Busch 1999a: 8).

Als ein Beispiel für eine empirische Auseinandersetzung mit Minderheitenmedien im Rahmen der Perspektive einer transkulturellen Medienforschung kann man Brigitte Buschs Studie zu den Medien der slowenischen Minderheit in Kärnten begreifen (vgl. Busch 1999b). Busch beschreibt hier u.a. slowenische Minderheitenmedien als einen »virtuellen Dorfplatz«, eine Metapher, mit der sie den Sachverhalt fassen möchte, dass diese auf eine fast intime Weise Bestandteil der Gemeinschaft der slowenischen Minderheit sind: So kennen nicht nur die von Busch befragten Angehörigen der slowenischen Minderheit einen beträchtlichen Teil der thematisierten bzw. auftretenden Personen, auch sehen sie eine zentrale Funktion der Medien darin, sich über das Geschehen in der eigenen Minderheit zu informieren. Medien ersetzen so teilweise den direkten Kontakt mit anderen Mitgliedern der slowenischen Minderheit (vgl. Busch 1999b: 208–210). Dabei sind die slowenischen Medien in Kärnten identitätsstiftend für die dortige Minderheit. Busch verweist hier drauf, dass die slowenischen Medien eine »Welt in der Welt« schaffen, in der in einem eigenen Code über bestimmte Themen kommuniziert werden kann, die sonst nirgends vertreten sind (vgl. Busch 1999b: 225). So wird erst durch die Minderheitenmedien ein umfassender Kommunikationsraum geschaffen, der drei historisch nicht zusammengehörende Täler, in denen Slowenisch gesprochen wird, zu der »Region« der slowenischen Minderheit in Kärnten verbindet (vgl. Busch 1999b: 240). Zwar ist die slowenische Minderheit nur in geringem Maße in der allgemeinen medialen Öffentlichkeit Österreichs präsent, umgekehrt haben ihre Minderheitenmedien aber zentrale Funktionen für ihren kommunikativen Zusammenhalt – auch wenn die Minderheitenmedien sich konstant aufgrund der nur geringen Zahl von möglichen Publika unter ökonomischen Druck befinden.³⁶

Fasst man das in diesem Kapitel bisher Dargelegte zusammen, so ergibt dies ein widersprüchliches Bild. Die transkulturelle Medienforschung ist eine Perspektive in der Medien- und Kommunikationswissenschaft, durch die dieser Anschluss an die gegenwärtig drängenden Fragen der Globalisierung von Medienkommunikation gewonnen hat. Hier wird versucht, den mit der Globalisierung von Medienkommuni-

kation einhergehenden Wandel von (National-)Kulturen zu analysieren. Dabei werden Tendenzen der Hybridisierung und des Synkretismus ebenso berücksichtigt, wie der Nationalstaat als alleiniger Referenzpunkt der Betrachtung der Globalisierung der Medienkommunikation aufgegeben wird. Fragen der Dominanz und Hegemonie werden ebenso gestellt, wie Minderheiten und kulturelle Identität als Referenzpunkte der Betrachtung von transkultureller Kommunikation zu wichtigen Theoriekonzepten erhoben werden. Bei der Theoretisierung dieser Konzepte wird über die Fachgrenzen der Medien- und Kommunikationswissenschaft hinausgehend *auch* auf die Cultural Studies Bezug genommen. Darüber hinaus erfolgt in der transkulturellen Medienforschung die Auseinandersetzung mit der Globalisierung von Medienkommunikation selbstreflexiv, indem die damit verbundenen Wandlungsprozesse bezogen auf den eigenen kulturellen Kontext betrachtet werden. Dies heißt umgekehrt aber nicht, dass eine transkulturelle Medienforschung sich auf eine Auseinandersetzung mit dem eigenen kulturellen Kontext beschränken würde: Die verschiedenen Beiträge des Sammelbandes *Transkulturelle Kommunikation* verdeutlichen exemplarisch, dass mit der Perspektive der transkulturellen Medienforschung eine kritische Auseinandersetzung mit der Globalisierung von Medienkommunikation im Allgemeinen verbunden ist (vgl. Hepp/Löffelholz 2001). Insgesamt jedenfalls sind deutliche Beziehungen zwischen transkultureller Medienforschung und Cultural Studies zu sehen. Gleichzeitig werden aber auch Differenzen deutlich, die nicht nur zeigen, dass die transkulturelle Medienforschung nicht einfach »ein umfassender Cultural-Studies-Zugang« (Busch 1999b: 8) ist, sondern ausgehend von denen auch argumentiert werden kann, dass trotz aller Berührungen einige Aspekte der transkulturellen Medienforschung aus Sicht der Cultural Studies zu kritisieren sind. Eine solche Kritik möchte ich im folgenden Abschnitt leisten.

MÖGLICHKEITEN: CULTURAL STUDIES ALS TRANSKULTURELLE MEDIENFORSCHUNG?

Die in den Cultural Studies aktuell wohl interessanteste Arbeit zur Thematik von Lokalität und Globalisierung von Medienkommunikation ist David Morleys Studie *Home Territories. Media, Mobility and*

Identity. In Bezug auf die bereits behandelten drei Berührungspunkte zwischen transkultureller Medienforschung und Cultural Studies ergeben sich aus der Studie drei korrespondierende Kritikpunkte an der transkulturellen Medienforschung. Dies ist erstens, dass die Theoretisierung der Widersprüchlichkeit und des konfliktären Charakters von Kultur in der transkulturellen Medienforschung nicht hinreichend erscheint, zweitens, dass die transkulturelle Medienforschung durch ihre disziplinäre Orientierung umfassendere Wechselbeziehungen unzureichend fasst und drittens, dass ihr Ansatz von Kritik in einer zunehmend deterritorialisierten Welt als unbefriedigend erscheint.

Erstens: Eine umfassende Widersprüchlichkeit bzw. einen Konfliktcharakter von Kultur haben verschiedene Vertreterinnen und Vertreter der Cultural Studies herausgestrichen. Betont wird dabei, dass Kultur als die Summe der unterschiedlichen Klassifikationssysteme und diskursiven Formationen, auf die in Prozessen der Bedeutungskonstitution rekurriert wird, in sich nicht homogen und harmonisch ist (vgl. Hall 2001). Die Leistung der Studie von Morley ist darin zu sehen, dass er zeigt, wie sich dies in der Medienkommunikation artikuliert. So bezieht Morley Stellung gegen Arbeiten wie die von Paddy Scannell, der argumentiert, dass die lokal lebenden Menschen durch die Medien in eine öffentliche Sphäre integriert werden, wodurch letztlich das Vorhandensein einer »nationalen Familie« – die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Nationalkultur – konstruiert wird (vgl. Scannell 1989). Solche Vorstellungen gehen nach Morley letztlich von einer bürgerlichen und durch einen »männlichen« Zugang dominierten Konzeption von Öffentlichkeit aus, die in dieser Form nie Realität gewesen ist (vgl. Morley 2000: 113–118). Zentral ist für ihn, dass im Gegensatz dazu mit der Globalisierung von Medienkommunikation eine Vielzahl von Öffentlichkeiten bestehen. Beispielsweise erklärt sich die Unzufriedenheit der schwarzen britischen Bevölkerung gegenüber dem terrestrischen Fernsehen in Großbritannien darüber, dass deren Öffentlichkeiten in diesem Medium unzureichend repräsentiert sind. Dies heißt aber nicht, dass die schwarze Bevölkerung generell von Öffentlichkeit ausgeschlossen wäre – sie verfügt über andere Öffentlichkeiten, die zunehmend transnational sind: Ihre »diasporic public spheres« (Morley 2000: 125) zeichnen sich dadurch aus, dass sie durch den Einsatz verschiedener Medientechnologien (Video, Satellitenfernsehen usw.) nicht auf einen Staat bzw. eine Nationalkultur fixiert sind. Jedenfalls kann nicht – wie Paddy

Scannell dies macht – damit gerechnet werden, dass sich solche Bevölkerungsgruppen mit der Öffentlichkeit einer »nationalen Familie« identifizieren, dass Fernsehen also zwangsläufig ein Medium ist, das eine homogene Nationalkultur (mit) konstituiert. Entsprechend manifestiert sich gegenwärtig die Auseinandersetzung um bestimmte kulturelle Bedeutungsdefinitionen auch in einer Auseinandersetzung in den und um die verschiedenen medial konstituierten Öffentlichkeiten.

An diesem Punkt gehen die Cultural Studies mit ihrer Theoretisierung von kommunikativer Deterritorialisierung wesentlich weiter als die meisten Vertreterinnen und Vertreter der transkulturellen Medienforschung. Will man nämlich wirklich der Widersprüchlichkeit gegenwärtiger Kulturen gerecht werden, so genügt es nicht, sich bei der Diskussion des Kulturbegriffs an die Cultural Studies anzulehnen, sondern es erscheint nötig, darüber hinaus eine Vielzahl häufig unproblematisiert übernommener Konzepte zu hinterfragen und bezogen auf aktuelle Wandlungsprozesse neu zu definieren bzw. zu theoretisieren. Ist nämlich mit der Globalisierung von Medienkommunikation ein Wandel von Nationalkultur verbunden, warum sollte man dann beispielsweise an dem idealisierenden Konzept *einer* nationalen Öffentlichkeit festhalten? Aber auch eine Vielzahl anderer, tradierter Konzepte gehört in Bezug auf die Globalisierung von Medienkommunikation und die damit verbundenen Wandlungsprozesse in Frage gestellt und neu theoretisiert – angefangen von Konzepten der kulturellen Identität, die vielleicht mehr und mehr zu einer »Medienidentität« (vgl. Hepp/Winter 2001) wird, über Vorstellungen der Lokalität bis hin zur Theoretisierung von transkultureller Medienproduktion und transkulturellem Medienmanagement (vgl. hierzu Negus 2001 und Winter 2001). Dabei handelt es sich um eine bisher nicht geleistete Aufgabe, für die die Cultural Studies die dazu notwendige Kritikpraxis zur Verfügung stellen.

Zweitens: Mit einer Theoretisierung der Interdependenz von Betrachtungsebenen hat sich David Morley bereits in früheren Publikationen auseinander gesetzt, insbesondere mit dem Wechselverhältnis von Mikro- und Makroprozessen beim alltäglichen Umgang mit dem Medium Fernsehen (vgl. Morley 1992). Solche Überlegungen führt Morley fort, wenn er Stellung zur Diskussion um die Lokalisierung von Medieninhalten in häuslichen Kontexten bezieht. Morley weist hier darauf hin, dass es ein Fehler ist, den Mikrobereich bzw. das

Lokale mit dem eher Konkreten und Empirisch-Fassbaren gleichzusetzen und den Makrobereich bzw. das Globale dagegen mit dem Abstrakten, Theoretischen. Seiner Argumentation nach sind Makroprozesse jederzeit auch lokal greifbar, und umgekehrt ist das Lokale nur durch eine auch abstrakte Theoretisierung analytisch zu fassen. Folglich besteht mit Bezug auf die Globalisierung von Medienkommunikation die Notwendigkeit,

»unser Verständnis von Ort in dem Kontext der Transformationen und Destabilisierungen zu überdenken, die getrieben werden sowohl durch die Kräfte der ökonomischen Globalisierung als auch durch die globalen Medienindustrien« (Morley 2000: 5; Übersetzung A.H.).

Es ist letztlich genau dies, was Morley in seiner Studie leistet, wenn er Lokalität in den Diskursen des Zuhauses und der Heimat verortet und dabei herausarbeitet, dass Medieninhalte nicht einfach auf eine gesicherte Identität einer häuslichen Welt treffen, sondern diese bereits in widersprüchlichen, auch medienvermittelten Diskursen konstituiert ist (vgl. Morley 2000: 105).

Gerade bei ihrer kritischen Theoretisierung von kulturellen Prozessen im Spannungsverhältnis von Mikro und Makro werden innerhalb der Cultural Studies als »postdisziplinärem Projekt« Zusammenhänge diskutiert, zu denen in der Perspektive der transkulturellen Medienforschung gegenwärtig noch kein Zugang besteht. Dies liegt nicht zuletzt daran, dass die transkulturelle Medienforschung – trotz aller Forderungen von »offenen Grenzen« – sich primär im disziplinären Bereich der medien- und kommunikationswissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Medien bewegt. Dabei gerät eine umfassende, kritische Kontextualisierung von Medienproduktion, Medienprodukten und Medienaneignung aus dem Blick. Gegen eine solche disziplinäre Engführung haben die Vertreterinnen und Vertreter der Cultural Studies immer argumentiert, und es ist letztlich diese umfassende, empirische und theoretische Auseinandersetzung mit konfliktären kulturellen Praktiken und Wandlungsprozessen, die auch die transkulturelle Medienforschung stimulieren kann.

Drittens: Solche Überlegungen verweisen auf die auch für Morley zentrale Frage der Theoretisierung von Kritik im Kontext der Globalisierung von Medienkommunikation. Der Gedankengang, den David Morley hier entwickelt, ist, dass eine in diesem Zusammenhang sinn-

volle Kritik nicht einfach bei der Idee eines unberührten Lokalen ansetzen kann. Er weist hier in Anlehnung an Celeste Olalquiaga darauf hin, dass das Zuhause in solchen Denkkzusammenhängen zu einer nostalgischen Sehnsucht geworden ist, einem Verlangen nach einem romantisierenden Sinn von Zugehörigkeit (vgl. Morley 2000: 246). Allerdings ist dies auch eine »postmoderne Nostalgie«, die für ein Suchen nach Gemeinschaft und emotionaler Zugehörigkeit kennzeichnend ist, was zuerst einmal nicht reaktionär sein muss, sondern gegen eine umfassende Individualisierung und Rationalisierung von Gesellschaft gerichtet sein kann. Problematisch ist hier aber, dass die politische Rechte in den 1980er Jahren genau diese »postmoderne Nostalgie« in ihrem Sinne besetzt hat.³⁷ Die Kritik, die Morley dem entgegensetzt, bezieht sich vor allem auf eine begriffliche Trennung zwischen Zuhause (verstanden als Lokalität) und Heimat (verstanden als emotionalen Identifikationszusammenhang). Ein und dieselbe Lokalität – beispielsweise eine Nachbarschaft – kann also von verschiedenen Leuten, und hier beeinflusst auch von medialen Diskursen, ganz unterschiedlich (oder auch nicht) als Heimat definiert werden, ein Gedanke, auf den bereits Doreen Massey hingewiesen hat (vgl. Massey 1992). Die Folgerung, die man aus solchen Überlegungen ziehen kann, ist ein Plädoyer für ein Leben mit Differenz. Kritik wäre dann keine exklusive Kritik anderer Kulturen, sondern eine »multiperspektivische Kritik« von Praktiken, die ein solches Leben in Differenz in Frage stellen.³⁸ Gerade an diesem Punkt befindet sich die transkulturelle Medienforschung mit ihrer Position der Selbstreflexivität auf dem Weg zu den Cultural Studies, ist meiner Meinung nach aber noch nicht bei diesen angekommen.

Dies verweist darauf, dass die transkulturelle Medienforschung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft einen wichtigen Anschlusspunkt für das aktuelle Betreiben von Cultural Studies bieten kann. So hat Lawrence Grossberg darauf hingewiesen, dass die Cultural Studies gerade als trans- oder postdisziplinäres Projekt mit ihrer Etablierung jeweils ihren Platz in den verschiedenen Disziplinen finden müssen (vgl. Grossberg 1994). Die Berührungspunkte von transkultureller Medienforschung und Cultural Studies zeigen, dass bei aller Differenz die transkulturelle Medienforschung innerhalb der deutschsprachigen Medien- und Kommunikationswissenschaft ein Kontext sein kann, in dem auch die Cultural Studies ihren Platz finden. Ich möchte hier nicht missverstanden werden: Was ich nicht sage

ist, dass transkulturelle Medienforschung und Cultural Studies gegenwärtig eins wären. Aber die transkulturelle Medienforschung bietet innerhalb der deutschsprachigen Medien- und Kommunikationswissenschaft Raum für die Cultural Studies, mit der Möglichkeit, an die Diskussionen der deutschsprachigen Forschungslandschaft anzuknüpfen. Und genau aus diesem Grund erscheint es meines Erachtens notwendig, Cultural Studies *auch* als transkulturelle Medienforschung zu betreiben.

ANMERKUNGEN

1 Eine umfassende Diskussion des vielschichtigen Begriffs der Globalisierung kann hier nicht geleistet werden, findet sich aber beispielsweise in den Beiträgen in Beck 1998 oder Robertson-Wensauer & Winter 2000 (insbesondere Winter 2000). Meine eigene Position habe ich in Hepp 1999: 242–253 dargelegt.

2 Mit dem Diskurs des Globalen ist also die Inszenierung einer kosmopolitischen Welt gemeint, in der Figuren unterschiedlicher kultureller Kontexte ebenso auftreten, wie Handlungsorte ihres direkten lokalen Bezugs enthoben werden. Greifbar werden solche Diskurse des Globalen insbesondere in der Werbung, aber beispielsweise auch in den Videos von Musikanälen wie MTV oder VIVA. Deren Repräsentation als »multikulturelle Musik- und Lebensstilensemble« besteht unabhängig von der Fokussierung von MTV und VIVA auf einzelne, nationale Märkte: Auch in einem deutschsprachigen Musiksender wird die Welt der Musikkultur(en) als in dem Sinne multikulturell konstruiert, dass »schwarzer Rap« und »deutscher Pop« nebeneinander stehen können, dass Videos von scheinbar kosmopolitischen, zu verschiedensten Ethnien zählenden Moderatorinnen und Moderatoren angesagt werden usw. Man muss also klar zwischen der diskursiven Repräsentation durch Medienprodukte, der medienökonomischen Fokussierung von Programmen auf einzelne Märkte und ihrer Aneignung unterscheiden.

3 Als ein Konzept, diesen Bereich der Unschärfe zu theoretisieren, habe ich das der Translokalität vorgeschlagen. Siehe dazu Hepp 2000b und Hepp 2001b.

4 Entsprechend können interkulturelle und internationale Kommunikation identisch sein, sind es aber nicht zwangsläufig, da es durch

zunehmende Mobilität und Migration interkulturelle Kommunikation auch innerhalb von einzelnen Staaten gibt.

5 Modernisierungstheoretische Konzepte gehen davon aus, dass die Einführung von Massenmedien in so genannten Entwicklungsländern einen wichtigen Schritt für ihre Modernisierung von traditionellen Gesellschaften über transitionale hin zu modernen bzw. postmodernen Gesellschaften darstellen. Dependenztheoretischen Annahmen liegt im Gegensatz dazu die Überlegung zugrunde, dass die Globalisierung von Medienkommunikation – wie auch globale Wirtschaftsbeziehungen – zur Dominanz von westlichen Staaten gegenüber Staaten der Dritten Welt beitragen und diese zunehmend zur Peripherie eines westlich dominierten, kapitalistischen Weltsystems machen. Vgl. beispielsweise Kunczik 1985: 69–152.

6 Seine Argumentation bleibt klar der Modernisierungstheorie Parsons mit ihrer Unterscheidung von »primitiven Kulturen mit geringem Außenkontakt«, »primitiven Kulturen mit regelmäßigen Außenkontakten«, »archaischen Hochkulturen« und »modernen Gesellschaften« verpflichtet (Rust 1984: 375–377).

7 Dabei hat für ihn der Raum im Rahmen einer geforderten Informationskultur eine neue Bedeutung, indem mit räumlicher Virtualität der Aufenthaltsort des bzw. der Einzelnen und die regionale Topik (das Befinden eher im Zentrum oder an der Peripherie) an Stellenwert verlieren, während gleichzeitig Polymorphie (Vervielfachung der Kommunikationsmöglichkeiten innerhalb von unterschiedlichen Gruppierungen) und Globalität (verstanden als prinzipielle kommunikative Erreichbarkeit) von Medienkommunikation zunehmen.

8 Daneben unternimmt auch Gerhard Maletzke einen zweiten Begründungsversuch einer interkulturellen Medienforschung im deutschsprachigen Raum (vgl. Maletzke 1981), der sich in den grundlegenden Annahmen aber nicht von seinem ersten Versuch unterscheidet.

9 Reimann greift Anfang der 1990er Jahre seinen hier formulierten Ansatz unter dem Schlagwort der »transkulturellen Kommunikation« auf, leider ohne den Anschluss an die aktuelle kulturtheoretische Diskussion zu finden. Siehe dazu meine Argumentation weiter unten.

10 Beide Tendenzen werden auch an der Überblicksdarstellung *Massenmedien und Entwicklungsländer* von Michael Kunczik deutlich (vgl. Kunczik 1985). In dieser Monographie stellt Kunczik den 1985 aktuellen Forschungsstand zu der Thematik der internationalen Kommunikation dar und betrachtet insbesondere modernisierungstheore-

tische und dependenztheoretische Ansätze sowie die internationale Kulturimperialismus-Diskussion. Auch wenn Kunczik hier dezidiert für einen kulturellen Relativismus und gegen einen Ethnozentrismus argumentiert (Kunczik 1985: 22–32), so geht er in der Publikation nicht über einen – sicherlich hoch einzuschätzenden – Forschungsblick bezogen auf das Feld internationale Kommunikation und Entwicklungsländer hinaus. Vor allem eine kulturtheoretisch fundierte Theoretisierung des Gegenstandsbereichs sucht man vergeblich.

11 Hierbei handelt es sich um das achte Wissenschaftliche Gespräch der Bundesregierung über Fragen der Kommunikationswissenschaft und -politik, das am 28. und 29. Juni 1990 in Mayschoß (Ahrtal) stattfand.

12 Marie-Luise Kiefer betrachtet beispielsweise das Spannungsverhältnis zwischen transnationaler Produktion und nationalkultureller Identität bei der europäischen Fernsehproduktion, bei dem in der Folge einer Fokussierung auf mehrere nationale Märkte nationalkulturelle Bezüge in transnationalen Medienprodukten zunehmend vermieden werden (Kiefer 1990: 71). Wolfgang Langenbacher weist auf die bisherigen Leistungen des Rundfunks als »nationales Kulturgut« (Langenbacher 1990: 147) hin, die er mit zunehmender Kommerzialisierung und Internationalisierung von Medienkommunikation gefährdet sieht. Und Franz Ronneberger setzt sich aus einer sicherlich nicht unproblematischen, national-konservativen Perspektive mit der »kulturelle[n] Verträglichkeit« (Ronneberger 1990: 159) in der internationalen Medienkommunikation auseinander.

13 Zu einer Kritik vorschneller Annahmen der Entwicklung einer europäischen Identität vgl. Morley/Robins 2001. Gegenwärtig beschäftigt sich auch das Projekt *Eurofiction* mit dieser Thematik (vgl. Hallenberger 2001).

14 Zwar gab es schon zuvor Untersuchungen in diesem Themenbereich wie die Studie von Jesus M. Delgado (vgl. Delgado 1972), jedoch nahm die Anzahl von Untersuchungen zu diesem Themenbereich im oben genannten Zeitraum erheblich zu (vgl. beispielsweise die Beiträge in Schatz et al. 2000).

15 In den Worten Luhmanns selbst: »Die Bestimmung der Gesellschaft als das umfassende Sozialsystem hat zur Konsequenz, dass es für alle anschlussfähige Kommunikation nur ein einziges Gesellschaftssystem geben kann« (Luhmann 1997: 145).

16 Hier übrigens im Gegensatz zu den Überlegungen Luhmanns,

der beispielsweise bei der Diskussion des Begriffs »Weltgesellschaft« die Frage von Problemen interkultureller Kommunikation aufwirft (Luhmann 1997: 170).

17 Problematisch bleibt hier allerdings das Konstrukt der Nation. Vgl. dazu meine Darlegungen in Hepp 2000b.

18 Vgl. zu dieser Beziehung im Speziellen Stäheli 2000: 322, zum Anti-Essentialismus der Cultural Studies im Allgemeinen Hepp 1999: 16 ff.

19 Allerdings muss man Miriam Meckel zugute halten, dass sie gegenwärtig versucht, ihren Ansatz theoretisch auf eine breitere Basis zu stellen und dabei auch Fragen kultureller Identität zu berücksichtigen (vgl. Meckel 1998).

20 Dies spiegelt sich übrigens auch in dem Festhalten an dem Begriff der *internationalen* Kommunikation in diesem Bereich wider – und das im Kontext eines Globalisierungsprozesses, der einen Transnationalismus bei der kritischen Betrachtung von Medien geradezu fordert.

21 Vgl. beispielsweise die Beiträge in Scheffer 1997, Brosius 2000 und Quandt/Gast 1998 sowie Kunczik/Zipfel 1996.

22 Falls dies jenseits von Ideologie überhaupt jemals möglich gewesen ist. Siehe dazu meine Argumentation im vorherigen Abschnitt.

23 Worum es im Weiteren gehen wird, ist also eher eine Perspektive der deutschsprachigen Beschäftigung mit Medien, die sich von der oben skizzierten Tradition der interkulturellen und internationalen Kommunikation abgrenzt, denn eine in sich geschlossene »Schule«.

24 Zum Stellenwert der Publikation allgemein im Kontext der Auseinandersetzung mit Kulturwandel und Globalisierung vgl. Winter 2000: 35–39.

25 Etwas unglücklich erscheint die deutsche Übersetzung von orig. »popular culture« mit »Massenkultur«.

26 Für 1992 könnte man hier auch auf das von Horst Reimann herausgegebene Buch *Transkulturelle Kommunikation und Weltgesellschaft* verweisen (vgl. Reimann 1992), dessen Konzeption von transkultureller Kommunikation allerdings nicht die Dimension aufweist, die mit der von Kurt Luger herausgegebenen Publikation vorliegt. Dies ist nicht zuletzt in dem engeren und eher an modernen denn postmodernen Überlegungen orientierten Begriff von transkultureller Kommunikation bei Reimann begründet, der sehr stark auf die Vorstellung

abgeschlossener Kulturen rekurriert. Reimann begreift transkulturelle Kommunikation als grenzüberschreitenden Vorgang von einer »kulturellen Einheit« zur anderen, wobei für ihn »der Akzent nicht auf dem wechselseitigen Austausch kultureller Elemente [liegt], sondern auf der oft durchaus einseitigen Grenzüberschreitung (und Beeinflussung), wie sie prinzipiell bei Massenkommunikation (»Ein-Weg-Kommunikation«) der Fall ist, auch wenn hierbei die selektive Kapazität auf der Empfangsseite (im Sinne der Aus- und Abwahlmöglichkeit, Interpretation und Einpassung in die jeweils eigene Kultur) die Annahme einer bloßen Ein-Weg-Perspektive konterkariert« (Reimann 1992: 14).

27 Ebenfalls Bezug auf den Kulturbegriff der Cultural Studies nehmen Renger 1994, Angerer 1994 und Hipfl 1994.

28 Auch aktuell lehnt sich Kurt Luger an diesen Kulturbegriff an, wenn er formuliert: »Eine Kultur enthält die ›Landkarten der Bedeutung‹, welche Dinge für ihre Mitglieder verstehbar macht« (Luger 1998: 117).

29 Kurt Luger hat hier aber sicherlich einen Schritt zu früh mit der Auseinandersetzung mit den Cultural Studies aufgehört und deren Theoretisierungen zu schnell in den etablierten Theoriekanon der Medien- und Kommunikationswissenschaft eingeordnet. Auf die zusätzliche Perspektive der Cultural Studies, die dadurch in seinen Überlegungen verloren geht, gehe ich im letzten Abschnitt dieses Beitrags ein.

30 Hiermit ist nicht gemeint, dass sich Nationalkulturen als solche gänzlich aufgelöst hätten. Wogegen argumentiert wird ist ein Verständnis von Nationalkultur als in sich abgeschlossen, homogen und territorial fixiert.

31 Dabei streicht sie insbesondere die durch eine männlich-weiße Perspektive geprägte Konstruktion offizieller, westlicher Kultur und die Ausgrenzung weiblicher Kultur in die private Sphäre heraus.

32 Ich würde hier die Arbeiten von Marie-Luise Angerer und Brigitte Hipfl nicht bruchlos unter die Perspektive der transkulturellen Medienforschung subsumieren, ist die Arbeit von beiden doch der innerhalb des deutschsprachigen Raums bestehenden Tradition der Cultural Studies zuzuordnen (vgl. Angerer 1999; Hipfl 1999). Jedoch kann man das Aufnehmen und die Positionierung der beiden Artikel in dem von Kurt Luger und Rudi Renger herausgegebenen Band sicherlich als charakteristisch für den Fokus der transkulturellen Medienforschung auf diese Thematik nehmen – ebenso wie für die Bezie-

hungen zwischen transkultureller Medienforschung und Cultural Studies. Diese Beziehungen werden auch dadurch verdeutlicht, dass Brigitte Hipfl beispielsweise zusammen mit Brigitte Busch und Kevin Robins gegenwärtig den Band *Bewegte Identitäten. Medien in transkulturellen Kontexten* herausgibt (vgl. Busch/Hipfl/Robins 2001).

33 Der Heimatfilm mit seiner »alpinen Symbolik« war vor allem nach dem Zweiten Weltkrieg bei der Neudefinition der nationalen Identität Österreichs nicht mehr als Donaumonarchie, sondern als Alpenrepublik zentral. Die filmischen Mythen der Heimatfilme – von denen bis 1965 in Österreich 122 gedreht wurden – enthalten zahlreiche Identitätsbausteine aus dem ländlichen Milieu, die dann zur prototypischen Identitätsressource österreichischer Identität wurden: »herb, patriarchal, aber auch idealisierend als Sommerfrische« (Luger 1998: 124). Dieser Diskurs des Heimatfilms wurde später in der österreichischen Fremdenverkehrswerbung aufgegriffen, aber auch im neuen Heimatfilm – hier allerdings als Negativfolie, von der sich ein eher problematisierendes Heimatverständnis abgrenzt. In der Musik war es insbesondere die Volksmusik bzw. die damit eng verbundene volkstümliche Musikshow *Musikantenstadl* (Erstausstrahlung 1981), die als Kompensationsraum für eine zunehmend als entfremdet empfundene Heimat zu einer wichtigen Ressource der Konstruktion von österreichischer Nationalidentität wurde. Solche eher konservativen Fokusse manifestieren sich auch in der Erfolgsgeschichte der Boulevardzeitung *Neue Kronen Zeitung*, die sich selbst nicht nur als Ressource für nationale Identität stilisiert, sondern darüber hinaus als nationale Stimme des Volkes: »Die Zeitung erzeugt [...] eine Nähe zwischen sich und den Lesern, simuliert eine Handlungseinheit, die sie letztlich als ›Stimme des Volkes‹, etwa bei den zahlreichen Kampagnen, laut werden lässt« (Luger 1998: 128).

34 Dabei arbeitete er die Spezifik des deutschen Nationkonzepts heraus, dessen Staatsbürgerlichkeit auf der Vorstellung eines auf »Blut-Erbe« rekurriert, sowie die daraus folgenden Problemlagen für unterschiedliche »Minderheiten« innerhalb des gesamtdeutschen Staates (Smolicz 1994: 133 f.).

35 Bereits früher setzten sich Beiträge in einem Themenheft des *Medien Journals* mit Medien und Fremdenhass auseinander, wobei auch hier schon die Überlegungen von Stuart Hall zum Rassismus ein zentraler Referenzpunkt gewesen sind (Liebminger 1993: 163 und Stocker 1993: 158).

36 Im Einzelnen verweist Busch dreimal in der Studie auf Arbeiten, die dem Umfeld der Cultural Studies entstammen (Busch 1999b: 116, 165 und 257), ordnet dabei aber beispielsweise auch John Fiske eher als Kommunikationswissenschaftler denn als Vertreter der Cultural Studies ein.

37 In diesem Kontext hat eine neue Alltagstheorie der natürlichen Xenophobie Verbreitung gefunden: Der Ausschluss von Migranten aus dem eigenen Zuhause wird hier territorialisierend begründet, d.h., (National-)Kultur wird in dem Sinne territorialisiert, dass das jeweilige kulturelle Erbe örtlich fixiert und hierüber monosemiert gedacht wird – »jede (National-)Kultur hat ihren Ort« (Morley 2000: 248 f.).

38 Erste Ansätze für eine solche multiperspektivische Kritik finden sich in Hepp 2001a.

LITERATUR

- Ang, Ien (1996): *Living Room Wars. Rethinking Media Audiences for a Postmodern World*, London/New York: Routledge.
- Ang, Ien (2001): »Verzweifelt Grenzen bewachen: Mediale Globalisierung, ›kultureller Imperialismus‹ und der Aufstieg Asiens«. In: Andreas Hepp/Martin Löffelholz (Hg.), *Transkulturelle Kommunikation. Ein internationaler Reader*, Konstanz: UVK [in Vorbereitung].
- Ang, Ien/Stratton, Jon (1996): »Asianing Australia: Notes Toward a Critical Transnationalism in Cultural Studies«. *Cultural Studies* 10/1, S. 16–36.
- Angerer, Marie-Luise (1994): »Vom Unbehagen der Geschlechter in der Kultur. Über Differenz, Andersheit und Identität. Feministische Perspektiven«. In: Kurt Luger/Rudi Renger (Hg.), *Dialog der Kulturen: Die multikulturelle Gesellschaft und die Medien*, Wien: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag, S. 110–128.
- Angerer, Marie-Luise (1999): »Medienkörper: Zur Materialität des Medialen und der Medialität der Körper«. In: Andreas Hepp/Rainer Winter (Hg.), *Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse*. Zweite, überarbeitete und erweiterte Auflage, Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 307–318.
- Beck, Ulrich (Hg.) (1998): *Perspektiven der Weltgesellschaft*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp Verlag.

- Brosius, Hans-Bernd (Hg.) (2000): *Kommunikation über Grenzen und Kulturen*, Konstanz: UVK.
- Busch, Brigitta (1994): »Minderheiten und Massenmedien«. In: Kurt Luger/Rudi Renger (Hg.), *Dialog der Kulturen: Die multikulturelle Gesellschaft und die Medien*, Wien: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag, S. 263–279.
- Busch, Brigitta (1999a): »Von Minderheitenmedien zu Medien in multilingualen und multikulturellen Situationen. Versuch eines Überblicks über das Forschungsfeld«. *Medien Journal* 2, S. 3–12.
- Busch, Brigitta (1999b): *Der virtuelle Dorfplatz. Minderheitenmedien, Globalisierung und kulturelle Identität*, Klagenfurt: Drava.
- Busch, Brigitta/Hipfl, Brigitte/Robins, Kevin (2001): *Bewegte Identitäten. Medien in transkulturellen Kontexten*, Klagenfurt: Drava.
- Çinar, Dilek (1994): »Vom Nutzen des (Multi-)Kulturalismus«. In: Kurt Luger/Rudi Renger (Hg.), *Dialog der Kulturen: Die multikulturelle Gesellschaft und die Medien*, Wien: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag, S. 170–179.
- Clarke, John/Hall, Stuart/Jefferson, Tony/Roberts, Brian (1979): »Subkulturen, Kulturen und Klasse«. In: John Clarke/Phil Cohen/Paul Corrigan et al. (Hg.), *Jugendkultur als Widerstand. Milieus, Rituale, Provokationen*, Frankfurt a.M.: Syndikat, S. 39–131.
- Delgado, Jesus M. (1972): *Die »Gastarbeiter« in der Presse. Eine inhaltsanalytische Studie*, Opladen: Leske + Budrich.
- García Canclini, Néstor (1995): *Hybrid Cultures. Strategies for Entering and Leaving Modernity*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Görke, Alexander/Kollbeck, Johannes (1996): »(Welt-)Gesellschaft und Mediensystem. Zur Funktion und Evolution internationaler Medienkommunikation«. In: Miriam Meckel/Markus Kriener (Hg.), *Internationale Kommunikation. Eine Einführung*, Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 263–281.
- Grisold, Andrea (1994): »Die Medien – Marktplatz der Kulturen. Wie marktfähig ist kulturelle Vielfalt«. In: Kurt Luger/Rudi Renger (Hg.), *Dialog der Kulturen: Die multikulturelle Gesellschaft und die Medien*, Wien: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag, S. 241–251.
- Grossberg, Lawrence (1994): »Cultural Studies. Was besagt ein Name?«. *IKUS Lectures* 17/18 (Cultural Studies. Eine Intervention), Wien, S. 11–40.

- Hall, Stuart (1992): »The Question of Cultural Identity«. In: Stuart Hall/D. Held/T. McGrew (Hg.), *Modernity and Its Futures*, Cambridge: Polity Press, S. 273–326.
- Hall, Stuart (1994): *Rassismus und kulturelle Identität. Ausgewählte Schriften 2*, Hamburg: Argument Verlag.
- Hall, Stuart (2001): »Die Zentralität von Kultur: Anmerkungen zu den kulturellen Revolutionen unserer Zeit«. In: Andreas Hepp/Martin Löffelholz (Hg.), *Transkulturelle Kommunikation. Ein internationaler Reader*, Konstanz: UVK [in Vorbereitung].
- Hallenberger, Gerd (2001): »Fiktionale Fernsehsendungen in Europa. Das Projekt Eurofiction«. In: Andreas Hepp/Martin Löffelholz (Hg.), *Transkulturelle Kommunikation. Ein internationaler Reader*, Konstanz: UVK [in Vorbereitung].
- Hardt, Hanno (1984): »Internationale Medienforschung in den Vereinigten Staaten von Amerika: eine Kritik«. *Publizistik* 29, S. 553–558.
- Hepp, Andreas (1999): *Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung*, Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Hepp, Andreas (2000a): »Internet und Cultural Studies. Konsensfiktion in der Netzkommunikation«. In: GMK (Hg.), *Denkräume: Szenarien zum Informationszeitalter*, Bielefeld, S. 81–90.
- Hepp, Andreas (2000b): »Transkulturalität, Synkretismus und Lokalität: Auf dem Weg zu einer kritischen Betrachtung von Medien im globalen Kontext«. In: Thomas Düllo/Arno Meteling/André Suhr/Carsten Winter (Hg.), *Kursbuch Kulturwissenschaft*, Münster: LIT Verlag, S. 187–207.
- Hepp, Andreas (2001a): »Translokale Orientierung und multiperspektivische Kritik: Perspektiven einer kritischen Ethnografie und Diskursanalyse im Kontext der Cultural Studies«. In: Matthias Karmasin/Marco Höhn (Hg.), *Die Zukunft der empirischen Sozialforschung*, Graz: Nausner & Nausner [in Vorbereitung].
- Hepp, Andreas (2001b): »Translokalität und Medienkulturen«. In: Andreas Hepp/Martin Löffelholz (Hg.), *Transkulturelle Kommunikation. Ein globaler Reader*, Konstanz: UVK [in Vorbereitung].
- Hepp, Andreas/Löffelholz, Martin (Hg.) (2001): *Transkulturelle Kommunikation. Ein internationaler Reader*, Konstanz: UVK [in Vorbereitung].
- Hepp, Andreas/Winter, Carsten (2001): *Medienidentitäten*, TU Ilmenau, Typoskript.

- Hipfl, Brigitte (1994): »Zum Umgang mit dem Fremden in der Familie«. In: Kurt Luger/Rudi Renger (Hg.), *Dialog der Kulturen: Die multikulturelle Gesellschaft und die Medien*, Wien: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag, S. 307–324.
- Hipfl, Brigitte (1999): »Inszenierungen des Begehrens: Zur Rolle der Phantasien im Umgang mit Medien«. In: Andreas Hepp/Rainer Winter (Hg.), *Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse*, Zweite, überarbeitete und erweiterte Auflage, Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 145–157.
- Hummel, Romas (1994): »Chancen für Multikulturalität. Ein Versuch, das medienpolitische Terrain abzustecken«. In: Kurt Luger/Rudi Renger (Hg.), *Dialog der Kulturen: Die multikulturelle Gesellschaft und die Medien*, Wien: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag, S. 252–255.
- Kiefer, Marie-Luise (1990): »Audiovisuelle Medienprodukte: National, international, transnational«. In: Walter A. Mahle (Hg.), *Internationalisierung der Medienangelegenheiten*, München: Ölschläger Verlag, S. 67–72.
- Kriener, Markus/Meckel, Miriam (1996): »Internationale Kommunikation. Begriffe, Probleme, Referenzen«. In: Miriam Meckel/Markus Kriener (Hg.), *Internationale Kommunikation. Eine Einführung*, Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 11–18.
- Kunczik, Michael (1985): *Massenmedien und Entwicklungsländer*, Köln: Böhlau Verlag.
- Kunczik, Michael/Zipfel, Astrid (1996): »Mediengiganten in Lateinamerika: Globo und Televisa«. *Nord-Süd aktuell* 10/4, S. 712–726.
- Langenbucher, Wolfgang R. (1990): »Der Rundfunk als nationales Kulturinstitut – das Ende einer Epoche?«. In: Walter A. Mahle (Hg.), *Internationalisierung der Medienangelegenheiten*, München: Ölschläger Verlag, S. 147–152.
- Larcher, Dietmar (1994): »Minimudus Periculosus. Die Einübung von Ethnozentrismus, Nationalismus, Eurozentrismus und Rassismus im ganz alltäglichen Leben«. In: Kurt Luger/Rudi Renger (Hg.), *Dialog der Kulturen: Die multikulturelle Gesellschaft und die Medien*, Wien: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag, S. 193–209.
- Liebming, Michael (1993): »Skinhead-Fanzines in Österreich«. *Medien Journal* 3, S. 163–172.
- Luger, Kurt (1994): »Offene Grenzen in der Kommunikationswissen-

- schaft. Über die Notwendigkeit eines interkulturellen Forschungsansatzes«. In: Kurt Luger/Rudi Renger (Hg.), *Dialog der Kulturen: Die multikulturelle Gesellschaft und die Medien*, Wien: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag, S. 23–65.
- Luger, Kurt (1998): »Populärkultur und Identität«. In: Ulrich Saxer (Hg.), *Medien-Kulturkommunikation*. Publizistik Sonderheft 2, Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 115–138.
- Luger, Kurt/Renger, Rudi (1994): *Dialog der Kulturen: die multikulturelle Gesellschaft und die Medien*, Wien: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag.
- Luhmann, Niklas (1997): *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. 2 Bde., Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Maletzke, Gerhard (1966): »Interkulturelle Kommunikation und Publizistikwissenschaft«. *Publizistik* 11, S. 318–331.
- Maletzke, Gerhard (1981): »Internationale und interkulturelle Kommunikation«. *Publizistik* 3, S. 345–352.
- Maletzke, Gerhard (1996): *Interkulturelle Kommunikation. Zur Interaktion zwischen Menschen verschiedener Kulturen*, Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Massey, Doreen (1992): »A Place called Home?«. *New Formations* 17, S. 3–15.
- Meckel, Miriam (1996): »Die vernetzte Welt. Perspektiven der globalen Informationsgesellschaft«. In: Miriam Meckel/Markus Kriener (Hg.), *Internationale Kommunikation. Eine Einführung*, Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 299–321.
- Meckel, Miriam (1998): »Kommunikative Identität und Weltöffentlichkeit«. *Publizistik* 43, S. 362–375.
- Meckel, Miriam/Kriener, Markus (Hg.) (1996): *Internationale Kommunikation. Eine Einführung*, Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Morley, David (1992): *Television Audiences and Cultural Studies*, London/New York: Routledge.
- Morley, David (2000): *Home Territories. Media, Mobility and Identity*, London/New York: Routledge.
- Morley, David/Robins, Kevin (2001): »Globalisierung als Identitätskrise: Die neue globale Medienlandschaft«. In: Andreas Hepp/Martin Löffelholz (Hg.), *Transkulturelle Kommunikation. Ein internationaler Reader*, Konstanz: UVK [in Vorbereitung].
- Negus, Keith (2001): »Produktionskulturen und die soziale Vermittlung von symbolischen Formen«. In: Andreas Hepp/Martin

- Löffelholz (Hg.), *Transkulturelle Kommunikation. Ein internationaler Reader*, Konstanz: UVK [in Vorbereitung].
- Quandt, Siegfried/Gast, Wolfgang (Hg.) (1998): *Deutschland im Dialog der Kulturen. Medien – Images – Verständigung*, Konstanz: UVK.
- Reimann, Horst (1983): »Die Bedeutung kultureller Codes für die internationale Kommunikation«. In: Manfred Rühl/Heinz-Werner Stüber (Hg.), *Kommunikationspolitik in Forschung und Anwendung*, Düsseldorf: Droste Verlag, S. 269–279.
- Reimann, Horst (1992): »Transkulturelle Kommunikation und Weltgesellschaft«. In: Ders. (Hg.), *Transkulturelle Kommunikation und Weltgesellschaft. Theorie und Pragmatik globaler Interaktion*, Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 13–29.
- Reimann, Horst (Hg.) (1992): *Transkulturelle Kommunikation und Weltgesellschaft. Theorie und Pragmatik globaler Interaktion*, Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Renger, Rudi (1994): »Der Kultur auf der Spur. Materialien zur Interkulturellen Forschung«. In: Kurt Luger/Rudi Renger (Hg.), *Dialog der Kulturen: Die multikulturelle Gesellschaft und die Medien*, Wien: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag, S. 66–83.
- Robertson-Wensauer, Caroline/Winter, Carsten (Hg.) (2000): *Kulturwandel und Globalisierung*, Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.
- Ronneberger, Franz (1990): »Kulturelle Verträglichkeit in der internationalen (Medien-)Kommunikation«. In: Walter A. Mahle (Hg.), *Internationalisierung der Medienangelegenheiten*, München: Ölschläger Verlag, S. 159–165.
- Rust, Holger (1984): »Kommunikationsprobleme in multikulturellen Gesellschaften. Eine ethnologische Perspektive zur Begründung einer kommunikationspolitischen Moral«. *Publizistik* 29, S. 361–386.
- Scannell, Paddy (1989): »Public Service Broadcasting and Modern Public Life«. *Media, Culture and Society* 2/11, S. 135–166.
- Schatz, Heribert/Holtz-Bacha, Christina/Nieland, Jörg-Uwe (Hg.) (2000): *Migranten und Medien. Neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk*, Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Scheffer, Bernd (Hg.) (1997): *Medien und Fremdenfeindlichkeit. Alltägliche Paradoxien, Dilemmata, Absurditäten und Zynismen*, Opladen: Leske + Budrich.

- Smolicz, Jerzy J. (1994): »Nation, State and Ethnic Minorities. From an Euro-Arab Perspective«. In: Kurt Luger/Rudi Renger (Hg.), *Dialog der Kulturen: Die multikulturelle Gesellschaft und die Medien*, Wien: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag, S. 129–143.
- Stäheli, Urs (2000): »Das Populäre zwischen Systemtheorie und Cultural Studies«. In: Udo Göttlich/Rainer Winter (Hg.), *Politik des Vergnügens. Zur Diskussion der Populärkultur in den Cultural Studies*, Köln: Halem Verlag, S. 321–336.
- Stocker, Günther (1993): »Ein Vorkrieg. Rassismus in der Neuen Kronen Zeitung«. *Medien Journal* 3, S. 153–162.
- Stotz, Günther (1994): »Kultur, Kommunikation, Bildung«. In: Kurt Luger/Rudi Renger (Hg.), *Dialog der Kulturen: Die multikulturelle Gesellschaft und die Medien*, Wien: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag, S. 289–296.
- Tomlinson, John (1999): *Globalization and Culture*, Cambridge, Oxford: Polity Press.
- Trappel, Josef (1994): »Vom Knirschen im Gebtriebe der medienpolitischen Konzeption«. In: Kurt Luger/Rudi Renger (Hg.), *Dialog der Kulturen: Die multikulturelle Gesellschaft und die Medien*, Wien: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag, S. 256–262.
- Welsch, Wolfgang (1992): »Transkulturalität. Lebensformen nach der Auflösung der Kulturen«. *Information Philosophie* 2, S. 5–20.
- Welsch, Wolfgang (1999): »Transculturality – The Changing Forms of Cultures Today«. In: Bundesministerium für Wissenschaft und Verkehr/Internationales Forschungszentrum Kulturwissenschaften (Hg.), *The Contemporary Study of Culture*, Wien: Turia + Kant, S. 217–244.
- Wersig, Gernot (1984): »Informationsgesellschaft, Informationskultur und Veränderung des Raumkonzeptes als kommunikative Herausforderung«. *Publizistik* 29, S. 387–400.
- Winter, Carsten (2000): »Kulturwandel und Globalisierung. Eine Einführung in die Diskussion«. In: Caroline Robertson/Carsten Winter (Hg.), *Kulturwandel und Globalisierung*, Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, S. 13–73.
- Winter, Carsten (2001): »Transkulturelles Medienmanagement«. In: Andreas Hepp/Martin Löffelholz (Hg.), *Transkulturelle Kommunikation. Ein internationaler Reader*, Konstanz: UVK [in Vorbereitung].
- Wolfruber, Elisabeth R. (1994): »Minimudus Periculosus. Die Ein-

übung von Ethnozentrismus, Nationalismus, Eurozentrismus und Rassismus im ganz alltäglichen Leben«. In: Kurt Luger/Rudi Renger (Hg.), *Dialog der Kulturen: Die multikulturelle Gesellschaft und die Medien*, Wien: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag, S. 216–238.