



Andreas Hepp/Friedrich Krotz/Carsten Winter (Hrsg.):

Globalisierung der Medienkommunikation. Eine Einführung. Wiesbaden 2005: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 350 Seiten, 27,90 Euro

Ein erstes „Lehrbuch“ zur globalen Medienkommunikation

Zeit- und raumüberschreitend ist Kommunikation, seit sie schriftlich fixiert, medial geworden ist. Aber erst seit den 80er Jahren, in Verbindung mit der allgemeinen Diskussion, werden jüngste Entwicklungen mit dem Schlagwort „Globalisierung“ belegt, dessen Semantik – erwartungsgemäß – uneinheitlich ausfällt. Daher will dieser Reader einen „multiperspektivischen“ „Einstieg in die Beschäftigung mit der Globalisierung der Medienkommunikation“ liefern, an der sich viele Subdisziplinen der Medien- und Kommunikationswissenschaften beteiligen.

Globalisierung verstehen die Herausgeber – und mit ihnen die meisten Beiträge – als anhaltende, vielschichtige, aber auch widersprüchliche „Zunahme weltweiter kommunikativer Konnektivitäten“ (S. 7), die zunächst von global agierenden, aber auch wiederum lokal verorteten Medienunternehmen vorangetrieben, in globalen Medienstädten produziert werden, über lokale und regionale Kulturen globale Medienfirmen legen. So kursieren globale Medienhypes wie Harry Potter, Madonna u. a. unaufhörlich, globale Medienevents wie Weltmeisterschaften werden in (fast) allen Winkeln der Welt wahrgenommen. Mit einer sich bestärkenden lokalen Orientierung geht eine „kulturelle Deterritorialisierung“ (Hepp, S. 139) einher, die persönliche Identitätsarbeit als unendliche Wahl von Optionen erschwert. Inzwischen sind aber auch informelle „Netzwerke der Medien“ wie etwa die Linux-, „Blogger“- und Wiki-Bewegungen entstanden und demokratisieren das Internet;

sie bedrohen die Marktmacht der Medienkonzerne oder beobachten sie zumindest argwöhnisch. Mit und gegen die UN agieren NGOs (non-governmental organizations) und suchen nach Regeln weltweiter Kommunikation, sogar Administrationen wie ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) formieren sich jenseits der Nationalstaaten und ihrer supranationalen Institutionen. Diesen Bestrebungen haben die nationalen, aber auch die supranationalen Medienpolitiken wenig entgegenzusetzen, der globale Medienmarkt – der kommerzielle wie der informelle – ist weitgehend dereguliert, so H. J. Kleinsteuber in seinem fundierten Überblick zur Medienpolitik.

Globalisierung ist mithin nicht nur ein wachsender, ständig relevanter werdender Gegenstandsbereich, der der intensiven wissenschaftlichen Analysen bedarf und erst in Ansätzen umrissen ist; sie stellt auch theoretische und methodologische Herausforderungen an die sich mit ihr befassenden Disziplinen – schon allein insofern, als die weitgehend westlichen Forschungstraditionen an ihre bislang meist ignorierten Grenzen stoßen und sich Wissensbeständen aus anderen Horizonten öffnen müssen. In dieser Hinsicht bietet diese Einführung, wie die Herausgeber selbst einräumen, nur erste Ansätze. Sie verweisen auf ein Folgeband mit dem Titel *Netzwerk, Konnektivität und Fluss* (2006).

Gegliedert ist die sehr komplexe und diffuse Thematik in vier Bereiche: Im ersten, überschrieben mit „Theoretische Zugänge“, liefern nach der Einleitung F. Krotz eine Übersicht über einschlägige theoretische Ansätze, A. Görke eine Rekapiti-

tulation von Luhmanns „Weltgesellschaft“ und C. Winter eine Erweiterung der Cultural Studies als globale Medienkultur. Im zweiten Abschnitt werden die „Problemfelder“ Medienpolitik (Kleinsteuber), Medienökonomie (Lang/Winter) und Medienkultur (Hepp) abgehandelt. Die „Empirischen Zugänge“ sind leider nur mit zwei Beiträgen bedacht: mit einem Konzept zur „vergleichenden Fernsehprodukt- und Programmforschung“ (Hallenberger) und mit einer weitgreifenden „vergleichenden Medienethnografie“ (Dracklé). Am anschaulichsten fallen die „Fallbeispiele“ aus: *Harry Potter* als Prototyp globaler Medienvermarktung (Neuner/Sandhu), die Medienkritik von Attac an der Globalisierung (Hepp/Vogelsang), der Einfluss der US-Kulturindustrie auf den kulturellen Wandel in Asien (Becker/Luger) und die stereotype Repräsentation selbst europäischer Länder – hier Deutschland, Frankreich und Großbritannien – in den jeweiligen Fernsehkanälen (Kretzschmar) lassen erkennen, wie weit, mannigfaltig und auch profund die hier kompetent aufgegriffene Thematik reicht. Sicherlich erfüllen nicht alle Beiträge den wohl vom Verlag verliehenen hohen Anspruch der Lehrbuchqualität; immerhin helfen Glossar und Sachregister dabei, die Einführung auch in dieser Hinsicht zu nutzen.

Hans-Dieter Kübler