

**Andrea Esser, Iain Robert Smith, Miguel A. Bernal-Merino (Hg.):  
Media Across Borders: Localising TV, Film and Video Games**

London: Routledge 2016 (Routledge Advances in Internationalizing Media Studies, Bd.16), 238 S., ISBN 9781138809451, USD 85,-

Das Internet hat die räumlichen Grenzen der Verfügbarkeit und der Sprachlichkeit durchbrochen und den Rezipierenden den Zugang zu nahezu allen weltweit verfügbaren Medien ermöglicht. So löste sich etwa die sprachliche und kulturelle Filterfunktion der großen Fernsehanstalten auf. Der digitale Wandel und die damit verbundenen Veränderungen von Verfügbarkeit, Produktionstechniken und Konsum von Medien sowie dessen Folgen auf Lokalisierungsprozesse werden im Sammelband *Media Across Borders* mit Bezug auf Theorie

und Praxis aus transdisziplinärer Sicht aufgenommen.

Andrea Esser hinterfragt die traditionelle Gleichsetzung von Märkten mit Ländern (vgl. S.22) sowie das seitens der Fernsehanstalten geschaffene und von Akademiker\_innen häufig unkritisch übernommene Konstrukt des nationalen Publikums, das die Komplexität der Zuschauerschaft und des aktuellen transnationalen Fernsehkonsums ausblendet (vgl. S.23). ‚Lokal‘ bei der Lokalisierung sei nicht als fester Raum, sondern als veränderlicher Ort über Grenzen hinweg zu verstehen (vgl.

S.27). In diesem Zusammenhang macht Iain Robert Smith darauf aufmerksam, dass begrenzte beziehungsweise kulturdeterministische Lokalisierungsansätze, die interkulturelle Adaptionen auf lokale Versionen eines globalen Textes reduzieren, diesem Verfahren keineswegs Rechnung tragen (vgl. S.38 und S.41). Es sollen vielmehr die Produktions- und die Rezeptionsbedingungen in die Analyse von Medieninhalten einfließen (vgl. S.49). In ihrem Beitrag zeigt Jeanette Steemers auf, wie das Verschwimmen der Grenzen zwischen national, global und lokal eine wahre Herausforderung für Produzent\_innen von kinderorientierten Sendungen und Formaten im arabischsprachigen Raum darstellt (vgl. S.63f.). Frederic Chaume ergründet den Begriff der Transkreation und schlussfolgert, dass es sich dabei um eine Form der Lokalisierung handelt, die stark domestizierend sei und die Manipulation des visuellen Codes audiovisueller Produkte beinhalte, um die Attraktivität für das Zielpublikum zu erhöhen (vgl. S.82). Dionysios Kapsaskis und Irene Artegianni untersuchen die Transformation der Figur des Commissario Montalbano bei der Adaption von Andrea Camilleris erfolgreichem Roman *Montalbano* in die gleichnamige italienische Fernsehserie. Vor dem Hintergrund der Übersetzung, Intermedialität und Intertextualität kann die Figur laut den Autor\_innen über keine einzige ‚authentische‘ Identität verfügen (vgl. S.97). Aaron Calbreath-Frasieur durchleuchtet die eingesetzten Strategien, um die Kinderfernsehserie *Sesame Street* (1969-) zu lokalisieren.

Um das Identifikationspotenzial des Zielpublikums zu erhöhen (vgl. S.99f.) und die kulturelle Homogenisierung dieser transnationalen Sendung zu vermeiden (vgl. S.109), wird das Format beibehalten, und es werden einige Segmente vor Ort für Länder oder Regionen in Zusammenarbeit mit der US-amerikanischen Produktionsfirma Sesame Workshop gedreht. Martin Nkosi Ndlela analysiert die transkulturelle Adaption und die Herausforderungen transnationaler Lokalisierung von global konzipierten Fernsehformaten wie beispielweise *Big Brother* und *Idols* südlich der Sahara (vgl. S.113). Zur Sicherung der Popularität und Rentabilität der panafrikanischen Versionen *Big Brother Africa* (2003, 2007-), *Idols West Africa* (2007) und *Idols East Africa* (2008) wird eine allgemein verständliche Sprache – wie beispielsweise Englisch – gewählt, wohingegen landesspezifische kulturelle Merkmale gemieden werden (vgl. S.122). Rocío Baños vergleicht den Gebrauch von Mündlichkeitsmarkern als Zeichen von Spontaneität im vorgefertigten Diskurs bei der spanischen Sitcom *Siete vidas* (1999-2006) und der Synchronisation ins Spanische der US-amerikanischen Sitcom *Friends* (1994-2004) (vgl. S.125). Aufgrund der Produktionsbedingungen, sprachkonservativer Qualitätsstandards, Genrekonventionen sowie medialer Einschränkungen werden Mündlichkeitsmarker ausgelassen oder durch neue in der Zielsprache bei der Synchronisation ersetzt (vgl. S.132 und S.137f.). Laurence Raw fokussiert zwei türkische Adaptionen aus der Yesilcam-Ära: das auf William

Friedkins *The Exorcist* (1973) basierende *Şeytan* (1974) von Metin Erksan und *Dünyayı Kutaran Adam* (1982), Çetin İnançs Thriller-Version von *Star Wars* (1977) (vgl. S.141f.). Diese Filme sollten dem Autor zufolge nicht nach Hollywood-Maßstäben als ‚schlechte‘ Adaptionen oder gar als Plagiat, sondern als identitätsstiftende Produkte in ihrem soziopolitischen und kulturellen Entstehungskontext betrachtet werden (vgl. S.148f.). Rayna Denison widmet sich der Intertextualität der transmedialen Adaption des zum transasiatischen Franchise gewordenen Manga *Hana Yori Dango* (1992-2003) von Yoko Kamio (vgl. S.152) und stellt fest, dass die wissenschaftliche Auseinandersetzung Produktionen ignoriert, die eher ein japanisches Publikum ansprechen (vgl. S.163). Sylwia Szostak führt auf, wie der Import und die lokale Adaption von bewährten TV-Formaten, wie beispielsweise die ungarische Daily Soap *Barátok közt* (1998-) und die kolumbianische Telenovela *Betty la fea* (1999-2001), die Formataktzeptanz erhöhten und schließlich den Weg für lokale Fernsehproduktionen in Polen bereiteten (vgl. S.167 und S.177ff.). In seiner empirischen Studie entdeckt Alberto Fernández Costales einen Wandel der sprachlichen Präferenz bei gebildeten spanischen Videospieler\_innen. Diese ziehen englischsprachige Videospiele

im Original vor und konsumieren deren Paratexte auch am liebsten auf Englisch (vgl. S.196). Die bisher geltende binäre Sicht von Domestizierung versus Überfremdung (vgl. S.197) wird in Zukunft nicht ausreichen, um die Gründe und Motivation dieser Spieler\_innen zu beleuchten. In dieser Hinsicht stellt die Diversifizierung der Übersetzungsstrategien bei Videospiele eine neue Forschungslinie dar, die vertieft werden sollte. Miguel Á. Bernal-Merino legt neue Trends bei der internationalen Videospieldproduktion dar: Glokalisierung und Co-Creation. Die lokalen Märkte werden von Anfang an bei der Spielentwicklung berücksichtigt, und die Spiele werden zusammen mit Partner\_innen der Zielmärkte entwickelt (vgl. S.202), wodurch die Lokalisierung kein getrenntes postproduktives Verfahren mehr erfordert (vgl. S.208).

Dieser Sammelband bietet einen umfassenden Überblick zu den aktuellsten Tendenzen bei der Übersetzung, Adaption und Lokalisierung audiovisueller Inhalte. Zudem werden traditionelle Konzepte und Praktiken hinterfragt, erweitert und teilweise neu definiert. Vor allem die beiden Beiträge zur Lokalisierung von Videospiele sind hervorzuheben, da sie neue mögliche Forschungslinien eröffnen.

*Maribel Cedeño Rojas (Siegen)*