

**Andreas Hepp: Transkulturelle Kommunikation**

Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft 2006 (UTB, Bd. 2746), 341 S., ISBN-13  
978-3-8252-2746-3, € 19,90

Dieses äußerst synthetische Werk versucht mehr noch als die vorangehenden Veröffentlichungen des Autors das Phänomen der transkulturellen Kommunikation in allen Dimensionen zu erfassen. Das bereits seit Jahren vorliegende

Bedürfnis nach einer derartigen Studie konnte bisher aufgrund mangelnden Materials nicht in diesem Umfang befriedigt werden.

Das erste methodologische Kapitel steckt das Studienfeld im Verhältnis zur internationalen und zur interkulturellen Kommunikation ab, wobei ein Überblick über transnationale Kommunikation *per se* und die gesamte Forschung gewonnen wird. Der Autor möchte die Methoden der transkulturellen Vergleichssemantik und der Cultural Studies verwenden, um über die herkömmlichen nationalgebundenen Referenzpunkte hinaus eine Antwort auf die Frage, inwiefern transkulturelle Kommunikation durch die Globalisierung der Medienkommunikation zustande kommt, zu finden. Es erweist sich in der Tat unmöglich, transkulturelle Kommunikation auf paradigmatische Weise zu definieren, sie ist vielmehr das Ergebnis von Mediennetzwerken und Kommunikationsflüssen.

Das Buch untersucht zunächst die makrostrukturellen Elemente der Kommunikation, die institutionellen und regulativen Rahmenbedingungen der Globalisierung, die Medienkonzerne und Netze, die verhältnismäßig wenigen Produktionsstätten. Haben sich die Infrastrukturen und die weltweite kommunikative Konnektivität zweifellos entwickelt, so bedeutet die zunehmende Einbindung der Menschen in globale Netzwerke der Medien aber nicht, d.h. nicht nur und nicht vorrangig, die Homogenisierung und Standardisierung der Kommunikation. Die Tatsache, dass die größten Produktionsstätten meist westliche Weltstädte sind, ist zwar kennzeichnend für eine ‚westliche‘ Orientierung der Produktion, zeugt aber auch ganz einfach von der Notwendigkeit, über die bestmöglichen Infrastrukturen und Arbeitskräfte zu verfügen und ein unmittelbares, äußerst differenziertes Experimentierfeld vorzufinden.

Die Verflechtungen, die die Strukturen prägen, sind auch für die Produkte prägend. So können die wenigsten Fernsehsendungen, Filme und Internetprodukte, seien es Formate, einfach global vermittelt werden. Die Produktion orientiert sich an übernationalen Zielgruppen oder an lokalen, regionalen und großregionalen ‚geolinguistischen‘ Räumen. Die Verbreitung von Produkten, die transkulturell sind, insofern sie nationale Kulturen übergreifen und bestimmte Eigenschaften besitzen, geht also mit zahlreichen Differenzierungen und sogar mit einer Verstärkung von regionalgerichteten, z.B. afrikanischen, Produktionen einher. Das bereits klassische Beispiel von Medienereignissen zeigt nicht nur, dass die Rezeption von deterritorialen Repräsentationsgefügen stark von der Kontextualisierung des Medienprodukts abhängt, es verdeutlicht, dass es unmöglich ist, sich auf eine formale wenn auch umfassende Beschreibung der Produkte zu beschränken. Um der Kommunikation als interaktiven, sinngebenden Prozess gerecht zu werden, müssen die Medien nicht nur als Vermittler, sondern auch als konstruktive Mitgestalter von Identitäten und Gemeinschaften begriffen werden. Diese Rolle geht mit der komplexen Gestaltung heutiger Identitäten einher, die angesichts der Heterogenität der Gegenwart Hybridformen und Überlagerungen

erlauben oder gar verlangen. Das Spannungsverhältnis zwischen der lokalen Verwurzelung der Individuen und dem translokalen Sinnhorizont vorgestellter Vergemeinschaftung wird hinsichtlich kultureller Lokalisierungen, translokaler Gemeinschaften und Medienklüften zwischen stark und weniger stark entwickelten Ländern immer wieder hervorgehoben und widerspiegelt die zugleich lokale, nationale und geolinguistische Einbindung der Medien. Besonders aufschlussreich ist die Analyse der dank der transkulturellen Kommunikation entwickelten bzw. entstandenen deterritorialen Vergemeinschaftungen: der Migrantendiasporas, der populärkulturellen Gemeinschaften wie beim Hip Hop sowie der soziopolitischen und religiösen Bewegungen.

Die Untersuchungen können zwar nicht immer im Rahmen eines einzigen Bandes durch Beispiele veranschaulicht werden, jedoch wird jedem Leser, ob Laie, Student oder Akademiker, Zugang verschafft zu einem überaus schwierigen und zukunftssträchtigen Feld. Die Einsicht in die verschiedenen Fragen wird überdies durch die Form des Werks erleichtert: einleuchtende Erläuterungen der Hauptkonzepte, -studien und -einrichtungen in abgegrenzten Textkästen, rekapitulative Zusammenfassungen sowie kurze Bibliografien am Ende jedes Teilkapitels. So bekommt man sowohl einen Überblick über grundlegende Studien (Hall, Katz u.a.) als auch über alle – hinterfragten – Grundbegriffe, was dieses Buch zu einem eindeutigen Referenzwerk macht.

Eliane Beaufils (Hamburg)