

# Inhalt

1.	<b>Einleitung</b> .....	7
1.1	Was heißt transkulturelle Kommunikation? .....	9
1.2	Über dieses Buch. ....	11
2.	<b>Ansätze inter- und transnational fokussierter Medien- und Kommunikationsanalyse</b> .....	19
2.1	Internationale Kommunikation .....	22
2.2	Entwicklungskommunikation .....	35
2.3	Interkulturelle Kommunikation .....	50
2.4	Transkulturelle Kommunikation .....	63
3.	<b>Regulation, Medienpolitik und Infrastrukturen medialer Globalisierung</b> .....	81
3.1	Globaler Medienkapitalismus und kommunikative Infrastrukturen .....	85
3.2	Medienlandschaften und -systeme im Vergleich .....	93
3.3	Medien- und kommunikationspolitische Diskussionen in der UNESCO .....	102
3.4	Global Governance der Medien .....	117
4.	<b>Deterritoriale Medienproduktion</b> .....	129
	<b>und deren Kontexte</b> .....	129
4.1	Deterritoriale Medienkonzerne .....	132
4.2	Strategien deterritorialer Medienkonzerne .....	143
4.3	Transkulturelle Medienmärkte .....	155
4.4	Globale Medienstädte .....	165
5.	<b>Medienprodukte, Repräsentationen und Medienereignisse</b> .....	179
5.1	Filme zwischen Hollywood und Bollywood .....	185
5.2	Nachrichtenflüsse und transkulturelle Öffentlichkeit .....	200
5.3	Fiktionales Fernsehen und Formathandel .....	210
5.4	Computervermittelte Kommunikation und Internet .....	221
5.5	Rituelle und populäre Medienereignisse .....	232

6.	<b>Medienaneignung, Identität und deterritoriale Gemeinschaften</b> .....	245
6.1	Medienaneignung als kulturelle Lokalisierung .....	248
6.2	Medienklüfte als Konnektivitätsklüfte .....	263
6.3	Medienidentitäten .....	271
6.4	Deterritoriale Vergemeinschaftungen .....	280
7.	<b>Perspektiven transkultureller Kommunikation</b> .....	297
7.1	Perspektiven des Gegenstandsbereichs .....	298
7.2	Perspektiven der wissenschaftlichen Zugangsweise .....	302
	Literatur .....	307
	Sachregister .....	332