

Inhalt

Vorwort	7
1 Einleitung	9
2 Zugänge zu transkultureller Kommunikation	19
2.1 Folgen der Globalisierung	22
2.2 Postkoloniale Kritik	27
2.3 Methodologische Reflexion	31
2.4 Integrative Analysen	37
3 Regulation transkultureller Kommunikation	45
3.1 Globale Kommerzialisierung und kommunikative Infrastrukturen	48
3.2 Staatliche Regulation	61
3.3 Vom freien Kommunikationsfluss zur Regulierung der Globalisierung ..	70
3.4 Global Governance der Medien	83
4 Medienproduktion und deren transkulturelle Kontexte	93
4.1 Produktionskulturen global agierender Medienkonzerne	98
4.2 Transkulturalität in der journalistischen Praxis	109
4.3 Alternative Formen der Medienproduktion	115
4.4 Medienstädte als transkulturelle Orte	124
5 Transkulturalität von Medienprodukten	135
5.1 Hollywood, Bollywood und Nollywood	139
5.2 Programmimporte und Formatadaptionen	152
5.3 Nachrichtenartikulationen	166
5.4 Medienereignisse	180

6 Medienaneignung und Transkulturation	193
6.1 Medienaneignung als kulturelle Lokalisierung	195
6.2 Medienklüfte in mediatisierten Alltagswelten	209
6.3 Gemeinschaft und Vergemeinschaftungen	220
6.4 Medienidentität und Bürgerschaft	232
7 Perspektiven transkultureller Kommunikation	243
Literatur	249
Index	287