



Interkultureller Dialog und Medien heute:

Transnationale und transkulturelle Kommunikation als Herausforderung

1. Medien im globalen Kontext

Bei der Beschäftigung mit der Rolle der Medien für den interkulturellen Dialog hat lange Zeit der pessimistische Ansatz des „Kulturimperialismus“ vorgeherrscht: Nachrichten aus anderen Ländern seien schlechthin einseitige Informationsflüsse von Elite-Nationen (USA oder zentraleuropäische Staaten) in eher periphere Gebiete der Welt (Afrika, Lateinamerika, Asien). Oder Filme und Fernsehserien aus erfolgreichen Produktionsstaaten seien Zeichen der kulturellen Dominanz gegenüber weniger produktionsstarken Nationen. Mit fortschreitender Globalisierung der Medienkommunikation erscheinen die Verhältnisse aber komplexer, als es dieser Ansatz nahe legt (Tomlinson 2002).

Erstens kann von der einfachen Präsenz „westlicher“ Kulturgüter nicht voreilig auf eine ideologische Wirkung geschlossen werden. So verursachen „fremde“ Medienprodukte keine eindimensionale kulturelle Homogenisierung, sondern werden in hoch komplexen Prozessen angeeignet und bisweilen eigensinnig uminterpretiert oder auch abgelehnt.

Zweitens hat die nahezu weltweite Ausbreitung des Kapitalismus auch im Bereich der Medienproduktion dazu geführt, dass wir zunehmend mit Medienangeboten aus bisher „unbekannten“ Kontexten konfrontiert sind.

Drittens schließlich entstehen ganz neue *transkulturelle* und *transnationale* Kommunikationsphänomene in der politischen wie der populären Kommunikation. So wurden einschneidende globalisierte Medien-Events wie der 11. September 2001 zu zentralen Bezugspunkten politischen Handelns weltweit, Fernsehformate werden über verschiedenste Länder hinweg gehandelt und in Bezug auf bestimmte Kulturräume angepasst, und in Europa lassen sich zumindest ansatzweise Bezugspunkte für das Entstehen einer europäischen Öffentlichkeit erkennen.

Fragen des interkulturellen Dialogs und der Medien müssen gegenwärtig also im Gesamtrahmen einer fortschreitenden Globalisierung der Medienkommunikation als Zunahme weltweiter kommunikativer Konnektivität (Hepp 2004: 125–135) verstanden werden. Was dies konkret heißt, wollen wir in diesem Beitrag verdeutlichen.

1. Medienkulturen im Wandel: Transkulturelle Kommunikation

Kulturen sind als Medienkulturen heute durch staatenübergreifende Prozesse der Medienkommunikation

geprägt. Exemplarisch wird dies greifbar am bereits erwähnten Handel mit Formaten wie „Who wants to be a Millionaire“ („Wer wird Millionär“) und „The Restless Years“ („Gute Zeiten – Schlechte Zeiten“), an großen populärkulturellen Medien-Events wie „Live Aid“ und der Fußballweltmeisterschaft, oder an Hollywood- und Bollywood-Filmproduktionen. Gerade im Hinblick auf Medien wird der Wandel unserer heutigen Kulturen erheblich durch transkulturelle Kommunikation geprägt.

Der Begriff der transkulturellen Kommunikation knüpft an die Überlegungen von Wolfgang Welsch an, der die mit dem Ausdruck Interkulturalität verbundene Vorstellung kritisiert, es gebe eindeutige territorial definierte (National-)Kulturen in den Grenzen der Nationalstaaten. Nach seiner Argumentation sind an die Stelle von „Kulturen alten Zuschnitts“ mit der Globalisierung von Medienkommunikation verschiedene neue Lebensformen getreten (Welsch 1992: 5), die „quer“ durch „alte Kulturen“ hindurch gehen. Im Anschluss an Wolfgang Welsch unterstreicht Kurt Luger (1994: 46 f.), dass eine durch verschiedenste Kommunikationstechnologien vernetzte Welt die Vorstellung von separierten und autonomen Kulturen als unreal erscheinen lässt. Heutige Medienkulturen sind durch vielfältige Kommunikationsbeziehungen geprägt. Vergegenwärtigen lässt sich dies am Kreislauf der Medienkultur (Johnson 1986; du Gay et al. 1997), einem Ansatz zur Beschreibung von Medienkulturen entlang unterschiedlicher Artikulationsebenen:

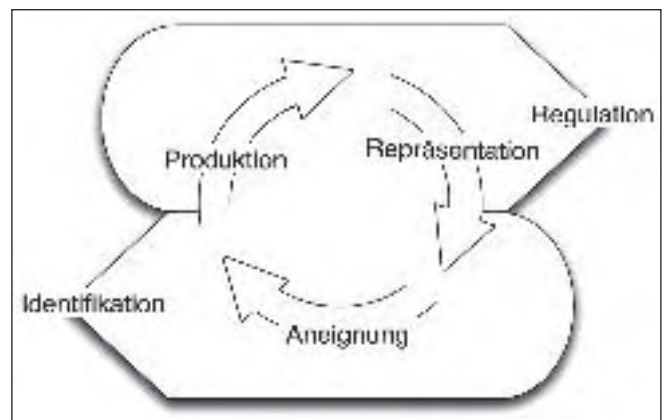


Abb. 1: Kreislauf der Medienkultur [Quelle Hepp 2006: 71]

Medienkultur wird im Kern durch drei Artikulationsebenen vermittelt, nämlich erstens durch die Produktion von verschiedenen materiellen und immateriellen Kulturprodukten, zweitens durch die diskursiven Repräsentationen, die diese ausmachen, und drittens durch deren Aneignung bzw. Nutzung. Quer zu

Interkultureller Dialog und Medien heute:

Transnationale und transkulturelle Kommunikation als Herausforderung

diesem Kernkreislauf stehen die kulturelle Regulation, beispielsweise durch die Politik, sowie die Bildung bestimmter kultureller Identitäten. Ein Aspekt von Medienkulturen ist also die Produktion einzelner Medienprodukte oder Medientexte. Diese wiederum repräsentieren, eingebettet in Diskurse, bestimmte Zusammenhänge, die von den Rezipierenden aktiv „zu eigen“ gemacht und dabei auch kulturell transformiert werden. In diesem Prozess werden kulturelle Identitäten als Medienidentitäten – d. h. als zunehmend durch Medieninhalte und Umgangsformen mit Medien geprägte Identitäten – konstituiert; zugleich ist der Kreislauf der Medienkultur durch die Bedingungen verschiedener Mediensysteme reguliert.

Mit der Globalisierung von Medienkommunikation sind Kreisläufe der Konstitution von Medienkultur nun nicht mehr zwangsläufig auf ein Territorium beschränkt. So wird die Globalisierung der Medienkommunikation insbesondere von einer beschränkten Zahl von global agierenden Unternehmen wie Time Warner, Sony, Globo oder Bertelsmann getragen, die selbst in staatenübergreifenden Netzwerken strukturiert sind. Aber auch in Bezug auf die Artikulationsebene der Repräsentation sind „Deterritorialisierungen“ auszumachen, d. h. Tendenzen der „Aufweichung“ der scheinbar natürlichen Beziehung zwischen Kultur und Territorium (García Canclini 1995). Im Zuge der Globalisierung der Medienkommunikation deckt sich die translokale Verfügbarkeit medialer Repräsentationen nicht zwangsläufig mit dem Territorium von Nationalstaaten. Durch die Satellitenkommunikation durchschreiten mediale Repräsentationen allein durch „Spill-over-Effekte“ die Territorien, und auch Repräsentationen in der Netzkommunikation wie WWW-Seiten sind nur schwer zu territorialisieren. Zentrale Grenzziehungen sind hier vielmehr sprachlich vermittelte, „geolinguistische Regionen“ (Sinclair et al. 1996). Schließlich schafft auch die Aneignung medialer Repräsentationen translokale Netzwerke der Zugehörigkeit, die ebenfalls vom nationalen Rahmen abstrahieren können. Anschaulich wird dies am Beispiel der Internetkommunikation, in der vielfach deterritorialisierte „communities“ entstanden sind. Das momentan prominenteste Beispiel dafür sind vielleicht die themenbezogenen Netzwerke, wie sie bei Facebook und anderen Social Software angeboten zu finden sind.

Die Regulation medialer Produktion sieht sich mit dem Umstand konfrontiert, dass in Netzwerken strukturierte, global agierende Medienunternehmen sich einer territorial orientierten, nationalstaatlichen politischen Regulation entziehen können. Und auch die Identitätsartikulation kann nur dann adäquat gefasst werden, wenn man berücksichtigt, dass mit der Globalisierung von Medienkommunikation verschiedenste, deterritorialisierte Repräsentationen zu Ressourcen für die Identitätsbildung geworden sind.

Medienkulturen sind mit fortschreitender Globalisierung der Medienkommunikation wesentlich komplexere Phänomene geworden, als dies territoriale Konzepte von Kultur nahe legen. Der eingangs genannte Ansatz des „Kulturimperialismus“ setzt aber gerade ein solches territoriales Kulturverständnis voraus. Indem Medienkulturen auf ortsübergreifenden Kommunikationsprozessen fußen, sind sie der Definition nach translokal orientiert und mit der Globalisierung der Medienkommunikation zunehmend deterritorialisiert. Deterritorialisierte Medienkulturen sind dabei vielfach hybrid; sie kombinieren mehr oder weniger widerspruchsfrei Elemente unterschiedlicher Herkunft zu neuen eigenen Formen und prägen so auch hybride Identitätsbildungen (vgl. Kraidy 2005).

3 Öffentlichkeiten im Wandel: Transnationale Kommunikation

Das Konzept der deterritorialisierten Medienkulturen steckt den allgemeinen Rahmen ab, in dem heute über Medienkommunikation und interkulturellen Dialog nachgedacht werden muss. Gleichwohl gibt es Teilbereiche der Medienkommunikation, die diesem Trend stärker ausgesetzt sind, und andere, die eine gewisse Beharrungskraft aufweisen. Zu letzteren gehört zweifellos die politische Kommunikation, durch die politische Entscheidungsträger, Interessenorganisationen und Bürger kommunikativ verbunden sind.

Im Zuge der Demokratisierung seit dem 18. Jahrhundert haben sich zunächst im Westen, später nahezu weltweit medienvermittelte politische Öffentlichkeiten herausgebildet, die deutlich nationalstaatliche Züge tragen. In dem Maße, wie politische Entscheidungsbefugnisse von den im 19. und 20. Jahrhundert erstarkenden Nationalstaaten monopolisiert wurden, bezog sich auch die politische Kommunikation auf den nationalstaatlichen Entscheidungsraum. Entscheidungsträger sind einer medialen Dauerbeobachtung ausgesetzt, die den Bürgern als Grundlage für ihre eigene Urteilsbildung dienen kann. Umgekehrt dienen die Medien den politischen Eliten auch als Selbstdarstellungsplattform. Während in der Frühzeit der Demokratisierung die Medien der politischen Kommunikation zunächst noch fest an politische und andere weltanschauliche Interessenträger wie Parteien, Gewerkschaften oder Kirchen gebunden waren, sind viele der wichtigen Medien heute von solchen Trägerorganisationen entkoppelte Wirtschaftsbetriebe.

In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts nun wandeln sich auch die Strukturen der politischen Kommunikation (Wessler 2007). Politische Entscheidungskompetenzen werden in einigen Bereichen vom Nationalstaat auf internationale und supranationale Institutionen verlagert. Am weitesten fortgeschritten ist dieser Prozess in der Europäischen Union (EU), aber auch die



Interkultureller Dialog und Medien heute: Transnationale und transkulturelle Kommunikation als Herausforderung

UNO und die Welthandelsorganisation (WTO) sind wichtige Beispiele. Doch wie steht es um die mediale Dauerbeobachtung dieser transnationalisierten Politik? Können sich die Bürger verschiedener Länder ein Bild davon machen, wie die großen Fragen der Weltpolitik – Krieg und Frieden, Klima und natürliche Ressourcen, Menschenrechte und politische Freiheit – in anderen Weltregionen gesehen und diskutiert werden? Wachsen also die vormalig nationalstaatlich geprägten Öffentlichkeiten jetzt zu einer transnationalen Öffentlichkeit zusammen, die eine Verständigung über Länder- und Kulturgrenzen hinweg unterstützt?

Die Befunde zu diesen Fragen sind gemischt. In der Europäischen Union gibt es durchaus Belege dafür, dass sich die Beachtung der EU als Entscheidungsarena in den nationalen Medien während der letzten zweieinhalb Jahrzehnte kontinuierlich verstärkt hat (siehe Wessler u. a. 2008). Auch die Art und Weise, wie politische Streitfragen in den Medien verschiedener Mitgliedsländer diskutiert werden, wird in manchen Aspekten ähnlicher. Dies gilt allerdings nur für Themen – wie etwa die Gentechnik –, bei denen die EU auch tatsächlich viel zu sagen hat. In der Außen- und Sicherheitspolitik dagegen, wo die Nationalstaaten die Entscheidungsmacht bei sich behalten und die EU bislang nur eine schwache koordinierende Rolle einnimmt, bleiben auch die Mediendebatten stärker nationalen Traditionen verhaftet, sind also beispielsweise in Großbritannien und Frankreich stärker von Interventionismus geprägt als etwa in Österreich oder Deutschland. Eine Zentralisierung der Entscheidungskompetenzen wirkt also durchaus als Katalysator für die Herausbildung transnationaler medialer Öffentlichkeiten – wo die Nationalstaaten politisch dominieren, bleiben aber auch die Öffentlichkeiten national bezogen.

Einen noch wichtigeren Bremsklotz für die Herausbildung einer transnationalen politischen Öffentlichkeit in Europa stellt aber die Tatsache dar, dass die gegenseitige Beobachtung der verschiedenen Mitgliedsländer und der horizontale Ideen-Austausch in den Medien in den letzten Jahrzehnten stagniert, und dies sogar in den europäischen Qualitätszeitungen. Eine politische europäische Öffentlichkeit entsteht daher allenfalls in segmentierter Form: Alle schauen stärker nach Brüssel, aber tun dies in ihrem je eigenen Segment, ohne stärker „zur Seite“, auf die anderen Länder zu blicken.

Wenn noch nicht einmal das politisch vergleichsweise hoch integrierte Europa eine themenübergreifende, stabile transnationale Öffentlichkeit entwickelt hat, wie muss es dann erst um die politischen Kommunikationsbeziehungen zwischen „dem Westen“ und anderen Weltgegenden bestellt sein? In der Tat deuten erste Forschungsergebnisse darauf hin, dass sich hochfliegende Hoffnungen in das Verständigungs-

potenzial etwa der transnationalen Fernseh-Satellitenkanäle so nicht bewahrheiten. In Bezug auf den westlich-arabischen Dialog etwa hatten einige Beobachter insbesondere aus der arabischen Welt in Sendern wie Al-Jazeera und Al-Arabiya ein großes Potenzial als „Brücke zwischen den Welten“ gesehen (vgl. Hahn 2005). El-Nawawy and Gher (2003: 10) etwa argumentieren: „*Mit seiner kühnen Unabhängigkeit, Offenheit und Freiheitlichkeit kann Al-Jazeera die Kommunikation zwischen den USA und dem Nahen Osten verbessern und die Ideale der Habermasschen Theorie verwirklichen, die zeigt, dass Nichtwissen und Missverständnisse durch aufgeklärte Formen des öffentlichen Diskurses überwunden werden können.*“ [Übers. durch die Verf., AH/hw]

Ein genauer empirischer Blick zeigt aber auch hier die Grenzen transnationaler Öffentlichkeit zwischen unterschiedlichen Kulturräumen bzw. geolinguistischen Regionen auf. Untersucht man, wie westliche Nachrichtenkanäle in Krisenzeiten das Material arabischer TV-Sender verwenden und interpretieren, so zeigt sich viel kulturelle Distanz und wenig interkulturelle Verständigung (vgl. Wessler/Adolphsen 2008). Aber immerhin ist durch den „contra-flow“ (Thussu 2007) der neuen Sender aus der arabischen Welt in den westlichen Programmen die Erkenntnis präsent, dass man internationale Konflikte auch anders sehen kann – wenn diese Sicht in den westlichen Medien auch in der Regel nicht geteilt wird. Dass die Existenz einer abweichenden Perspektive aber wenigstens sichtbar wird, ist ein enormer Fortschritt gegenüber früheren Zeiten. Noch während des Golfkriegs 1990/1991 waren westliche Fernsehstationen wohl zu Recht heftig dafür kritisiert worden, dass sie das Bild eines klinisch sauberen „video war“ zeigen, in dem Präzisionswaffen scheinbar unbelebte Ziele ausmerzen und zivile Opfer nicht vorkommen. Gleichzeitig zeichnet sich ab, dass das Satellitenfernsehen *in Bezug auf die arabische Welt* das Entstehen einer transnationalen politischen Öffentlichkeit stimuliert, was auch einer politischen Diskussion um einen Panarabismus einen neuen Stellenwert verleiht. Dennoch erscheint in der internationalen Konfliktkommunikation auch heute noch „das Andere“ eher als irritierende Abweichung; echtes Gespräch ist selten.

Ein genauer empirischer Blick auf die Realitäten der medienvermittelten transnationalen und transkulturellen Kommunikation bringt also auch vor dem Hintergrund zunehmend deterritorialisierter Medienkulturen deutliche kulturell-politische Unterschiede und Fronten ans Tageslicht. Deterritorialisierung bedeutet keineswegs totale Vereinheitlichung. Das Konfliktpotenzial sich gegenseitig ausschließender Sichtweisen mit ihrer jeweiligen kulturellen Tiefenverankerung ist auch im Zeitalter globalisierter Medienkommunikation alles andere als entschärft.

Interkultureller Dialog und Medien heute: Transnationale und transkulturelle Kommunikation als Herausforderung

Im Gegenteil kann man bezogen auf manche Momente sagen – und hierfür war der Streit um die Mohammed-Karikaturen 2007 vielleicht das prominenteste Beispiel –, dass in den gegenwärtigen Möglichkeiten transnationaler und transkultureller Kommunikation *neue* Konfliktpotenziale bestehen. Dennoch ist nicht zu übersehen, dass sich ein stärkeres Bewusstsein für die Existenz unterschiedlicher Perspektiven durchsetzt. Innerhalb der Kulturkreise, also beispielsweise in Europa, bilden sich darüber hinaus Strukturen einer, wenn auch noch segmentierten, transnationalen Öffentlichkeit aus. Dies schafft zumindest Hoffnungen für andere Regionen der Welt, wenn beispielsweise der lateinamerikanische Wissenschaftler Néstor García Canclini (2001) die Ansätze transnationaler Öffentlichkeit in Europa als Modell einer auf Verständigung zielenden (Medien-)Politik für andere Regionen wie Lateinamerika.

4. Herausforderungen: Neue Formen des interkulturellen Dialogs

Welche Schlussfolgerungen lassen sich nun generell im Hinblick auf die Rolle der Medien für den interkulturellen Dialog ziehen? Im Kern zeigt sich, dass wir gerade durch die Globalisierung der Medienkommunikation – durch transnationale und transkulturelle Kommunikation – mit vielfältigen, auch neuen Formen des interkulturellen Dialogs konfrontiert sind: In den Medien ist „interkultureller Dialog“ Alltag geworden, wenn beispielsweise Bollywood-Filme nicht mehr aus unseren Medienkulturen wegzudenken sind oder eine entstehende europäische Öffentlichkeit den Wandel unserer nationalen politischen Öffentlichkeiten mit prägt.

Dies macht es notwendig, Fragen des medienbezogenen interkulturellen Dialogs aus einem erweiterten Blickwinkel zu betrachten. Sinnvoll erscheint nämlich nicht mehr eine Perspektive, die diesen Dialog allein als einen Dialog zwischen voneinander unabhängigen Einheiten, etwa zwischen Nationalstaaten oder Nationalkulturen als „Containern“ kultureller Besonderheit fasst. **Vielmehr geht es darum, interkulturellen Dialog in den Medien in seiner Staaten und Kulturen durchschreitenden und überschreitenden Vielfalt zu sehen.** So sind wir mit einem zunehmenden globalen Medienkapitalismus als Gesamtrahmen von Medienkommunikationsprozessen konfrontiert, in dem die Globalisierung der Medienkommunikation in erheblichen Teilen von einer beschränkten Anzahl von Unternehmen getragen wird. Gleichzeitig bestehen innerhalb dieses globalen Medienkapitalismus nationale Mediensysteme und politische Öffentlichkeiten aufgrund ihrer Staatsbezogenheit fort. Sie bilden gewissermaßen die Nachhut, zum Teil auch den Bremsklotz der Medienglobalisierung.

Auffällig ist eine Gleichzeitigkeit des Ungleichzeitigen:

Einige kulturelle Verdichtungen sind nach wie vor staatsbezogen (etwa durch ihren Bezug auf staatlich geförderte Nationalkulturen), andere – und für die Ära der globalisierten Medienkommunikation besonders charakteristische – kulturelle Verdichtungen werden erst jenseits von Staatsgrenzen überhaupt erkennbar. Beispiele für solche deterritorialen kulturellen Verdichtungen sind ethnische Minderheiten- bzw. Diasporagemeinschaften (beispielsweise die türkische Minderheitengemeinschaft in Deutschland), populärkulturelle Gemeinschaften (internationalisierte Jugendkulturen und Szenen), politische Gemeinschaften (etwa die weltweite globalisierungskritische Bewegung) oder auch traditionelle und moderne Religionsgemeinschaften (vom Katholizismus über den Islamismus bis hin zu verschiedensten spirituellen Bewegungen). Hat man dies alles im Blick, so wird deutlich, in welchem Maße interkultureller Dialog aus medienkultureller Perspektive auch quer zu Ländergrenzen zu sehen ist.

Ausgehend von solchen Überlegungen hoffen wir, dass das vorliegende Heft der Zeitschrift *Medienimpulse* Anregungen liefert, sich ernsthaft mit interkulturellem Dialog und Medien auseinanderzusetzen. Die Herausforderungen sind – in der Forschung wie in der interkulturellen Praxis – enorm.

Literatur:

DU GAY, P. et al. (1997): *Doing Cultural Studies. The Story of the Sony Walkman*. London: Sage.

EL-NAWAWY, M. & GHER, L. A. (2003). Al-Jazeera: Bridging the East-West gap through public discourse and media diplomacy. In: *Transnational Broadcasting Studies*, 10 (Spring). Download vom 16.2.2006 (<http://www.tbsjournal.com/Archives/Spring03/nawawy.html>).

GARCÍA Canclini, N. (1995): *Hybrid Cultures. Strategies for Entering and Leaving Modernity*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

GARCÍA Canclini, N. (2001): *Consumers and Citizens. Globalization and Multicultural Conflicts*. Minneapolis, London: University of Minnesota Press.

HAHN, O. (2005). Arabisches Satelliten-Nachrichtenfernsehen: Entwicklungsgeschichte, Strukturen und Folgen für die Konfliktberichterstattung aus dem Nahen und Mittleren Osten. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 53, S. 241–260.

HEPP, A. (2004): *Netzwerke der Medien. Medienkulturen und Globalisierung*. [Reihe „Medien – Kultur – Kommunikation“]. Wiesbaden: VS.

Hepp, A. (2006): *Transkulturelle Kommunikation*. Konstanz: UVK (UTB).

HEPP, A. (2007): *Kommunikative Mobilität in der Diaspora: Eine Fallstudie zur kommunikativen Vernetzung der türkischen Minderheiten-Gemeinschaft*. In: *Merz*, 2007, S. 36–46.

JOHNSON, R. (1986): *What is Cultural Studies Anyway?* In: *Social Text*, 16, S. 38–80.

KRAIDY, M. M. (2005). *Hybridity – or the Cultural Logic of Globalization*. Philadelphia: Temple University Press.



Interkultureller Dialog und Medien heute: Transnationale und transkulturelle Kommunikation als Herausforderung

LUGER, K. (1994): Offene Grenzen in der Kommunikationswissenschaft. Über die Notwendigkeit eines interkulturellen Forschungsansatzes. In: Luger, K./Renger, R. (Hrsg.): Dialog der Kulturen: Die multikulturelle Gesellschaft und die Medien. Wien: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag, S. 23–65.

SINCLAIR, J./JACKA, E./CUNNINGHAM, S. (1996): Peripheral Vision. In: Sinclair, J./Jacka, E./Cunningham, S. (Hrsg.): News Patterns in Global Television. Oxford: Oxford University Press, S. 1–32.

THUSSU, D. K. (2007): Mapping global media flow and contra-flow, in: Thussu, D. K. (Hrsg.): Media on the move: Global flow and contra-flow. New York: Routledge, S. 11–32

TOMLINSON, J. (2002): Internationalisierung, Globalisierung und kultureller Imperialismus. In: Hepp, A./Löffelholz, M. (Hrsg.): Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation. Konstanz: UVK (UTB), S. 140–163.

WELSCH, W. (1992): Transkulturalität. Lebensformen nach der Auflösung der Kulturen. In: Information Philosophie, 1992, S. 5–20.

WESSLER, H. (2007): Politische Öffentlichkeit jenseits des Nationalstaats? In: Jarren, O./Lachenmeier, D./Steiner, A. (Hrsg.): Entgrenzte Demokratie? Herausforderungen für die politische Interessenvermittlung. Baden-Baden: Nomos, S. 49–71.

WESSLER, H./ADOLPHSEN, M. (2008): Contra-flow from the Arab world? How Arab television coverage of the 2003 Iraq war was used and framed on Western international news channels. In: Media, Culture & Society (im Erscheinen).

WESSLER, H./PETERS, B./BRÜGGEMANN, M./KLEINEN-VON KÖNIGSLÖW, K./SIFFT, S. (2008): Transnationalization of Public Spheres. Basingstoke: Palgrave Macmillan (im Erscheinen).

Prof. Dr. Andreas Hepp, Professor für Kommunikationswissenschaft und Sprecher des Instituts für Medien, Kommunikation und Information (IMKI) am Fachbereich Kulturwissenschaften der Universität Bremen. Schwerpunkte in Forschung und Lehre sind Medien- und Kommunikationstheorie, Mediensoziologie, transnationale und transkulturelle Kommunikation, Cultural Studies, Medienwandel, Medien und Religionswandel, digitale Medien, Methoden der Medienkulturforschung, Medienrezeption/-aneignung und Diskursanalyse.

Prof. Dr. Hartmut Wessler studierte bzw. arbeitete an den Universitäten von Bloomington, Bremen, Berlin, Leipzig und Hamburg. Von 2001–2007 Professur für Massenkommunikation an der Jacobs Universität Bremen. Seit 2007 Professur für Medien- und Kommunikationswissenschaften an der Universität Mannheim und außerordentliche Professur für Massenkommunikation an der Jacobs Universität Bremen

media literacy award® – mla 2008

Die Internetplattform **mediamanual.at** schreibt jährlich den

media literacy award® [mla]

für die besten und innovativsten medienpädagogischen Projekte an europäischen Schulen aus.

Die Einreichungen in den Kategorien Video, Radio, Printmedien & Comic sowie Neue Medien & Multimedia können alle Genres umfassen.

Sie sollten innovativ, witzig, originell, spannend und/oder experimentell sein.

Eine Jury wird die eingereichten Beiträge bewerten und die besten präsentieren.

Es besteht für mla-TeilnehmerInnen die Möglichkeit einer Projektunterstützung für die Kategorien Video und Radio (derzeit leider nur in Wien und Umgebung – wir bitten um Ihr Verständnis!).

Die **Anmeldefrist für Video-Projektunterstützung** ist der **31. März 2008**.

Fertigstellungstermin ist **Ende des Schuljahres**. Zu Radioprojekten erhalten Sie nähere Infos unter **www.schuelerradio1476.at**.

Alle Informationen zum mla unter www.mediamanual.at!