der Reihe »PR Praxis« zu veröffentlichen. Die Leser-Erwartungen hätten sich so vermutlich dem Inhalt angepasst. Für Praktiker wären weitere Quellennennungen und Adressangaben wünschenswert. Grafische Aufbereitungen neben Screenshots fehlen weitgehend.

Interessant für die Leser ist die Fülle an Material. Wer bereit ist, sich selbst einen Reim darauf zu machen, für den lohnt sich das Nachdenken über die möglichen Folgen des Dargestellten für das eigene Unternehmen. So sind zum Beispiel die durchaus vorhandenen Risiken, die mit dem Einsatz von Blogs in Unternehmen einhergehen können, ein interessanter Aspekt. Für Wissenschaftler kann das Buch einen weiteren Ausgangspunkt bilden, um zukünftig nach einer theoretisch geleiteten Systematisierung Fragestellungen, entsprechende Studien und Befunde zu erarbeiten. SARAH ZIELMANN, Münster

Daya Kishan Thussu: *International Communication. Continuity and Change*. 2nd edition. – London: Hodder Arnold 2006, 336 Seiten, GBP 19,99.

Daya Kishan Thussu von der University of Westminster legt sein Einführungslehrbuch zur internationalen Kommunikation in einer aktualisierten und erweiterten zweiten Auflage vor. Das Buch analysiert den gegenwärtigen Entwicklungsstand der grenzüberschreitenden Kommunikation und ihre historische Herleitung in einer durchwegs kritischen Perspektive. Geschichtliche Kontexte stellt es im ersten Kapitel vor und verweist auf sie in späteren Abschnitten bei Bedarf stets erneut, ohne jedoch redundant zu wirken. Dieser Einführung folgt ein ausführliches Kapitel über annähernd ein Dutzend Theorieansätze (von Modernisierungstheoremen bis zum Globalisierungsdiskurs), deren Moden und spezifische Anwendungszusammenhänge sehr gut erklärt werden. Im weiteren Verlauf des Buches greift Thussu auch sie an geeigneten Stellen wieder auf, um so bestimmte Phänomene und Entwicklungen der internationalen Kommunikation hintergründig zu erläutern: die weltumspannen-

de technische Infrastruktur der Satelliten und Telekommunikationseinrichtungen, Programme als Handelsware, Fragen lokaler/regionaler/nationaler Identitäten im Zeitalter der Medienglobalisierung sowie den Aufstieg nicht-westlicher Anbieter wie »Al Jazeera«, »Bollywood« usw. als Beispiele für Informationsflüsse von Süd nach Nord (»Contraflow« – ein bereits aus früheren Publikationen von Thussu bekanntes Thema). Ein Kapitel über die Rolle des Internets in der weltweiten Kommunikation beschließt den Textkorpus. Im Appendix erwarten den Leser ein sehr nützliches Glossar zentraler Begriffe, eine Chronologie der internationalen Kommunikation von der Antike bis in die allerjüngste Gegenwart, Verweise auf zahlreiche Internetquellen sowie einige (eher spärliche) Fragen zur Lernerfolgskontrolle im Selbststudium. Ob es Letzterer unbedingt bedurft hätte, ist eine persönliche Geschmacksfrage, in jedem Fall aber ein Beispiel für aktuelles Lehrbuchmarketing.

Thussus Publikation führt stringent die wesentlichen Akteure internationaler Kommunikation, ihre Produkte, deren Rezeption sowie die jeweils zugehörigen medialen, politischen, ökonomischen und kulturellen Bedingungen mit Hilfe eingängiger Fallstudien ein. Das Fehlen einer euro- oder nordamerikazentristischen Perspektive ist positiv hervorzuheben. Besonderes Augenmerk widmet der Autor immer wieder diversen Ideologien und ihren Implikationen für internationale Kommunikation; Argumentationen, die Thussu undogmatisch und differenziert führt. Zahlreiche, aber nicht zu viele Tabellen und Schaubilder präsentieren durchwegs relevante und wissenswerte Daten.

Thussu weiß sein Material sehr gut zu ordnen und nimmt den Leser mit auf eine im besten Sinne spannende Reise durch die Welt der internationalen Kommunikation. Was das Buch überdies auszeichnet, ist neben seiner Aktualität (so weit dies für Bücher möglich ist) vor allem seine beachtliche Recherchebreite und -tiefe. Dank einer guten Schreibe ist das Buch sehr flüssig zu lesen, es simplifiziert aber keineswegs. Es eignet sich als Einführungs- oder Vertiefungsbuch für Studierende in höheren Semestern oder als Nachschlagewerk für Fachwissenschaftler.

OLIVER ZÖLLNER, Stuttgart/Düsseldorf