

Hans-Jürgen Lüsebrink, Klaus Peter Walter, Ute Fendler, Georgette Stefani-Meyer, Christoph Vatter. *Französische Kultur- und Medienwissenschaft: Eine Einführung.* Tübingen: Gunter Narr Verlag, 2004. 261 S. ISBN 978-3-8233-4963-1.



Reviewed by Stefanie Averbek

Published on H-Soz-u-Kult (August, 2005)

H.-J. Lüsebrink u.a. (Hgg.): Französische Kultur- und Medienwissenschaft

Studierende und Lehrende der Französisistik/Romanistik, aber auch der Kommunikations- und Medienwissenschaft, erhalten mit diesem Buch einen Überblick über das französische Mediensystem, festgemacht an Geschichte und Systematik der Einzelmedien. Das ist sehr zu begrüßen, denn Fundiertes über das französische Mediensystem in deutscher Sprache ist bislang nicht so einfach zu haben. Die relevante Literatur ist schnell aufgezehrt: Albert, Pierre; Freund, Wolfgang; Koch, Ursula E. (Hgg.), *Allemagne à France. Deux paysages médiatiques.* Frankreich-Deutschland, Medien im Vergleich. Colloque franco-allemand (Paris: 28.-29.4.1989), Frankfurt am Main 1990; Albert, Pierre; Koch, Ursula E.; Schröter, Detlef; Rieffel, Romy (Hgg.), *Hörfunk in Deutschland und Frankreich. Journalisten und Forscher im Gespräch.* La radio en France et Allemagne. Un dialogue entre journalistes et chercheurs, München 1996; Bourgeois, Isabelle, *Frankreichs Medien zwischen Staat und Macht*, in: Christadler, Marieluise; Uterwedde, Henrik (Hgg.), *Länderbericht Frankreich. Geschichte, Politik, Wirtschaft, Gesellschaft*, Opladen 1999, S. 423-440; Groë, Ernst Ulrich; Läger, Heinz-Helmut, *Frankreich verstehen. Eine Einführung mit*

Vergleichen zu Deutschland, Darmstadt 2000; Machill, Marcel, *Frankreich Quotenreich. Nationale Medienpolitik und europäische Kommunikationspolitik im Kontext nationaler Identität*, Berlin 1997; Preisinger, Irene, *Information zwischen Interpretation und Kritik. Das Berufsverständnis politischer Journalisten in Frankreich und Deutschland*, Wiesbaden 2002; Thoma, Barbara, *Journalistische Ethik. Ein Vergleich der Diskurse in Frankreich, Großbritannien und Deutschland*, Wiesbaden 1998; Weber, Thomas; Woltersdorff, Stefan, *Wegweiser durch die französische Medienlandschaft*, Berlin 2001.

Der erste Teil des Bandes umfasst âTheoretische und methodische Grundlagenâ. Er enthält den programmatischen Artikel von Hans-Jürgen Lüsebrink über âFranzösische Kultur- und Medienwissenschaft: systematische und historische Dimensionenâ sowie von Georgette Stefani-Meyer über âGrundbegriffe der Semiotikâ. Der zweite Teil ist âKulturelle Medien und Gattungenâ überschrieben und befasst sich mit den âPrintmedienâ (Stefani-Meyer), âHörfunkâ, âKino und Spielfilmâ, âFernsehenâ (alle Klaus Peter Walter), âSemi-

Oralität (Hans-Jürgen Lüsebrink), Intermedialität (Ute Fendler) sowie Neuen Medien: Internet und Multimedia (Christoph Vatter). Die Autoren leisten auf diesen Feldern basale Arbeit, teils auf der Basis von Originaldaten (z.B. von Mäcchamtrie). Aber wer sind die Autoren? Sehr bedauerlich ist das Fehlen eines Autorenregisters. Man ist auf Recherchen im Internet angewiesen, um festzustellen, aus welcher wissenschaftlichen Disziplin und Richtung sie denn kommen. Der Arbeitszusammenhang wird indes skizziert: der Lehrstuhl für Romanische Kulturwissenschaft und Interkulturelle Kommunikation an der Universität Saarbrücken, den Hans-Jürgen Lüsebrink innehat, und an dem ein Großteil der AutorInnen entweder tätig waren oder noch sind. Klaus Peter Walter ist Professor für Romanische Literaturwissenschaft und Landeskunde an der Universität Passau. Die Autoren stehen für einen interdisziplinären Ansatz in der Französisistik, der sowohl kultur- als auch medienwissenschaftliche Richtungen einschließt.

Da sich der Band interdisziplinär versteht, sei an dieser Stelle die Kritik einer Kommunikationswissenschaftlerin erlaubt (die indes auch Romanistik studiert hat), zumal die Kommunikationswissenschaft explizit in den interdisziplinären Betrachtungshorizont einbezogen wird (S. 257). Warum aber wurde nicht bemerkt, dass auch die französische Kommunikationswissenschaft zum Themenfeld systematisch etwas zu sagen hat? Die *Sciences de l'information et de la communication* (SIC), die der Band nicht erwähnt, sind seit 1975 in Frankreich ein akademisches Fach mit Lehrstühlen, Instituten und Studierenden, heute eine voll etablierte Disziplin. Die SIC setzen sich dezidiert mit Medien- und Kommunikationsphänomenen, insbesondere dem Wandel des französischen Mediensystems auseinander. Zur Theoriensystematik und Fachgeschichte der SIC vgl. Boure, Robert (Hg.), *Les origines des sciences de l'information et de la communication. Regards croisés*, Villeneuve d'Ascq 2002; Boure, Robert; Jeanneret, Yves (Hgg.), *Les sciences de l'information et de la communication. Savoirs et pouvoirs*, Paris 2004; Georgakakis, Didier; Utard, Jean-Michel (Hgg.), *Sciences des médias. Jalons pour une histoire politique*, Paris 2001. Der zu rezensierende Band heißt: *Französische Kultur- und Medienwissenschaft* – der Fehlschluss, es handle sich um eine Einführung in eine Wissenschaft in Frankreich ist also durchaus nahe liegend. Darüber aber, wie in der französischen Theoriebildung (und möglicherweise im Unterschied zur deutschen) mit Medien und Kommunikation umgegangen wird, erfährt der Leser nur ver-

einzelte etwas. Nennenswert sind der Bezug von Klaus Walter auf Christian Metz und seine in Frankreich wie Deutschland schon klassische Filmsemiotik (S. 130f.) oder wiederum von Walter auf Dominique Wolton's fernseh- und Öffentlichkeitstheoretische Überlegungen zum dispersen Publikum (S. 170f.) sowie von Christoph Vatter auf Wolton's internetkritische sowie Pierre Lévy's internetoptimistische Betrachtungen (S. 247, 251).

Der Buchtitel bezieht sich auf die deutsche Französisistik/Romanistik und ihre Überlappungen zur (deutschen) Medien- und Kulturwissenschaft. Die Zusammenhänge von Kultur, Kommunikation und Medien im spezifischen frankophonen Kontext stehen im Zentrum des Interesses einer französischen Kultur- und Medienwissenschaft, fassen Ute Fendler und Christoph Vatter im Nachwort des Bandes zusammen (S. 255) – das würde jedenfalls den (systematischen) Blick auf die kulturspezifische Theoriebildung über Medien und Kommunikation in Frankreich auch nicht ausschließen.

Zu bemängeln ist aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive auch der Rekurs auf bestimmte Ansätze und Modelle, die (weder in Deutschland noch Frankreich) dem aktuellen Stand in der Kommunikationswissenschaft entsprechen. Dies gilt insbesondere für die reichlich antiquierten Modelle der (Massen-)kommunikation (Shannon/Weaver, Lasswell, Osgood), von denen Stefani-Meyer ausgeht (S. 47). Aber dies ist Stefani-Meyers Annahme, die Kriterien zur näheren Bestimmung der Printmedien, nämlich Aktualität, Periodizität, Universalität, Publizität seien 1989 von Noelle-Neumann, Wilke und Schulz aufgestellt worden (S. 53), falsch: Mit diesen Kriterien hat schon Otto Groth 1928 gearbeitet und Emil Dovifat hat sie als Berliner Professor zunächst für Zeitungskunde, später Publizistikwissenschaft, an Generationen von Studierenden weitergegeben – unter anderen an seine Schülerin Elisabeth Noelle-Neumann. Vgl. Groth, Otto, *Die Zeitung. Ein System der Zeitungskunde*, 4 Bde., Mannheim 1928-1930; Dovifat, Emil, *Zeitungswissenschaft*, Bd. 1 und 2, Berlin 1931.

Die kulturelle Spezifität des französischen Mediensystems und der französischen Medienkultur systematisch zu erhellen, gelingt nur Klaus Peter Walter in Bezug auf das Kino sowie Christoph Vatter in Bezug auf das Internet. Da in den anderen Artikeln der Vergleich zu anderen Ländern weitgehend fehlt, wird nicht klar, was an Phänomenen wie der Dualisierung des Rundfunks, der Kommerzialisierung und Programmdiversifizierung nun Frankreich-typisch sein soll. Hier ist ein Band wie der un-

Längst von Pierre Albert, Ursula E. Koch und anderen herausgegebene, der sich stärker an der Nutzerperspektive und dann im deutsch-französischen Vergleich orientiert, und der außerdem noch interkulturell verschiedene Besonderheiten der Theoriebildung in Deutschland und Frankreich einbezieht, zielführender. Vgl. Albert, Pierre; Koch, Ursula E.; Rieffel, Romy; Schröter, Detlef; Viallon, Philippe (Hgg.), *Die Medien und ihr Publikum in Frankreich und Deutschland. Les médias et leur public en France et Allemagne*, Paris 2003. Auch wird der Standardzugriff in Deutschland, das Internationale Handbuch Medien des Hans-Bredow-Instituts für Medienforschung in Hamburg, das seit Jahrzehnten Mediensysteme vergleichend beobachtet und beschreibt (früher unter dem Titel Internationales Handbuch Rundfunk und Fernsehen), nicht zu Rate gezogen. Darin kann etwa der aktuelle Artikel des französischen Kommunikationswissenschaftlers Bernard Miège ergänzend gelesen werden Vgl. Miège, Bernard, *Das Mediensystem Frankreichs*, in: Internationales Handbuch Medien, hg.v. Hans-Bredow-Institut, Baden-Baden 2004, S. 304-316. ; denn ein Manko des vorliegenden Bandes ist sicherlich, dass die Darstellungen der Einzelmedien in sich geschlossen sind und keine Systematik des französischen Mediensystems und seiner strukturellen Besonderheiten einführend an den Anfang gestellt wurde. Was sind systematische Kriterien zur Beschreibung von Mediensystemen? Auch diese Metaebene wird nicht eingezogen.

Erhellend gerade für die oben angesprochene Betrachtung von Mediennutzung sind allerdings die Artikel von Vatter zum Internet und von Lüsebrink zur Semio-Oralität. Lüsebrink präsentiert einen überaus kundigen und spannend zu lesenden Text, der auf den französischen Kulturraum (Frankophonie) bezogen ist und Semi-Oralität historisch und systematisch untersucht. Lüsebrink arbeitet die Vernetzungen von Schriftlichkeit und Mündlichkeit über verschiedene Jahrhunderte wie über diverse Mediengattungen heraus. Das ist gerade für Kommunikationswissenschaft sowie deren Subdisziplin die Kommunikationsgeschichte, respektive die Geschichte der öffentlichen Kommunikation in Verschränkung zur privaten, von hohem Interesse.

Der Aufriss zu einer französischen Kultur- und Medienwissenschaft findet sich in den eingangs schon genannten Artikeln von Lüsebrink und Stefani-Meyer.

Nennenswert ist die Verbindung von Semiotik und Konstruktivismus, die Stefani-Meyer andeutet (S. 45),

denn sie wird in Frankreich umgesetzt Vgl. Veron, Elisabeth, *Construire l'avenement. Les médias et l'accident de tree mile island*, Paris 1981; Mucchielli, Alex, *La nouvelle communication*, Paris 2004. Meine These ist, dass gerade aufgrund der starken semiotischen Tradition innerhalb der französischen *Sciences de l'information et de la communication* konstruktivistische Richtungen sich seit den 1980er-Jahren als sozial-konstruktivistische und nicht, wie etwas später in Deutschland, als radikal-konstruktivistische ausbildeten. In der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft spielte und spielt die Semiotik nur eine untergeordnete Rolle. Das Fach kommt in Deutschland nicht genau aus der Literaturwissenschaft, respektive Sprachwissenschaft wie in Frankreich, sondern seit 1918 vermittelt über die Zeitungs- und Publizistikwissenschaft vorrangig aus der Nationalökonomie und Geschichtswissenschaft. Diese Ausdifferenzierung ist nicht zu verwechseln mit der der Medienwissenschaft in Deutschland, die sich dort seit den 1970er-Jahren sehr wohl aus den Literaturwissenschaften herausbildete. und findet ohne Bezug auf den französischen Kontext auch bei Siegfried J. Schmidt neuerdings Anwendung jenseits des Radikalen Konstruktivismus. Vgl. Schmidt, Siegfried J., *Geschichte und Diskurse. Abschied vom Konstruktivismus*, Reinbek 2003.

Lüsebrinks Einführungsartikel liefert Versatzstücke zu einer Vernetzung von Kultur-, Medien- und französischer Literaturwissenschaft sowie Landeskunde. Er nennt unter anderem Jürgen Habermas Theorie der Öffentlichkeit, die gerade für Frankreich relevant sei, da sich die bürgerliche Öffentlichkeit in Sonderheit in diesem Land ausdifferenzierte (S. 25f.); so weit so richtig. Darüber hinaus aber gibt es eine von Deutschland verschiedene Aneignung des theoretischen Werkes (insbesondere des Strukturwandels der Öffentlichkeit) von Habermas in Frankreich. Vgl. Dornadin, Sylvie, *Der Begriff des öffentlichen Raumes*, in: Viallon, Philippe; Weiland, Ute (Hgg.), *Kommunikation, Medien, Gesellschaft. Eine Bestandsaufnahme deutscher und französischer Wissenschaftler*, Berlin 2002, S. 25-38; Rochlitz, Reiner (Hg.), *Habermas. L'usage public de la raison*, Paris 2002. Pierre Bourdieu, dessen Intellektuellensoziologie gerade auf das traditionell elitistische Frankreich so gut trifft, führt Lüsebrink ebenfalls an (vgl. S. 27). In Frankreich haben unterdessen die *Sciences de l'information et de la communication* zu einer Kritik Bourdieus, insbesondere seiner Journalismus- und Intellektuellensoziologie angehoben. Vgl. Bastin, Gilles, *Ein Objekt, das sich verweigert. Der Journalismus in der Sozio-*

logie Pierre Bourdieus, in: Publizistik 48 (2003), S. 258-273; Averbeck, Stefanie, Pierre Bourdieu und die Journalismusforschung in Frankreich. Anmerkungen zum Aufsatz von Gilles Bastin, in: Publizistik 48 (2003), S. 253-257. Als weitere Ansätze, die für eine integrative französische Kultur- und Medienwissenschaft fruchtbar gemacht werden können, nennt Lüsebrink mit Bezug u.a. auf Arbeiten Jürgen Boltens und Geert Hofstedes Interkulturalität (S. 28ff.) und das Konzept des kollektiven Gedächtnisses von Aleida und Jan Assmann (S. 21f.). Außerdem beruft er sich auf den Ansatz der Medienschemata von Weischenberg und Schmidt (S. 17), der insgesamt eine mediengattungsorientierte Ausrichtung des Bandes, die auch Vatter und Fender im Nachwort betonen, stützt. Das ist sicherlich das Feld, auf dem Medien-, Kommunikations-, Kultur- und Literaturwissenschaftler sehr fruchtbar zusammenarbeiten können: Was sind Mediengattungen oder -schemata, welche gesellschaftlichen Funktionen haben sie und inwiefern sind sie (inter-)kulturell spezifisch?

Die von Lüsebrink angeführten Ansätze scheinen mir zu disparat, um einen konsistenten Zugriff auf einen textbezogenen Kulturbegriff (S. 9ff.) zu ermöglichen und werden auch in den Einzelmediestudien nicht umgesetzt. Das Buch versteht sich als Einführung in eine französische Kultur- und Medienwissenschaft. Auch wenn sich diese als ein Gebilde offenbar noch entzieht, so werden doch Felder und theoretische Grundlagen zu einer solchen dargelegt.

Mit dem grundsätzlichen Ansatz des Buches,

der die Ausdifferenzierung des französischen Mediensystems in den Zusammenhang zur Gesellschafts-, Sozial- und Kulturgeschichte Frankreichs stellt, kann auch aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive übereingestimmt werden. Positiv ist auch der Rekurs auf deutsche und französischsprachige Literatur; letztere wird so einem breiteren Publikum in Deutschland zugänglich. Hinzuzunehmen sind gerade die interkulturellen Kompetenzen, die am Saarbrücker Lehrstuhl oder auch an der Universität Jena (Christoph Vatter) ja ausgebildet sind und fruchtbar gerade auch für vergleichende Theoriebildung in beiden Ländern verwandt werden können. Teilweise sind die Autoren an eben solchen Projekten des Theorienvergleichs ja auch schon beteiligt. Vgl. Vatter, Christoph, La recherche interculturelle. Etat de lieux en Allemagne, in: *Questions de communications* (2003) 4, S. 27-41.

Fazit: Diese Einführung lässt gespannt auf Weiterführungen hoffen mit dem Wunsch der Rezensentin, dass sich auch die KommunikationswissenschaftlerInnen diesseits und jenseits des Rheins, deren traditionelles Feld ja die Mediensystem-Analyse ist, beteiligen. Vgl. zu den neuesten Wendungen am französischen Fernsehmarkt aus deutschsprachiger Feder: Piskol, Gerhard, TV-Revolution in Frankreich. Digitales Antennenfernsehen vermehrt das Programmangebot, in: *fernseh-informationen* (2005) 4, S. 23-25 sowie in Zusammenarbeit eines Kommunikationswissenschaftlers und eines Romanisten Piskol, Gerhard; Melzer, Helmut, Loft Story – eine Mutation von Big Brother im französischen Fernsehen, in: *Französisch heute* 34 (2001), S. 87-92.

If there is additional discussion of this review, you may access it through the network, at:

<http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/>

Citation: Stefanie Averbeck. Review of Lüsebrink, Hans-Jürgen; Walter, Klaus Peter; Fendler, Ute; Stefani-Meyer, Georgette; Vatter, Christoph, *Französische Kultur- und Medienwissenschaft: Eine Einführung*. H-Soz-u-Kult, H-Net Reviews. August, 2005.

URL: <http://www.h-net.org/reviews/showrev.php?id=19608>

Copyright © 2005 by H-Net, Clio-online, and the author, all rights reserved. This work may be copied and redistributed for non-commercial, educational purposes, if permission is granted by the author and usage right holders. For permission please contact H-SOZ-U-KULT@H-NET.MSU.EDU.