



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 Averbeck

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 aufgezählt: 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.; Schräter, 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; Uterwedge, Henrik (Hgg.), *Landesbericht Frankreich. Geschichte, Politik, Wirtschaft, Gesellschaft*, Opladen 1999, S. 423-440; Große, Ernst Ulrich; Lüger, 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 Theoretische und methodische Grundlagen. Er enthält den programmatischen Artikel von Hans-Jürgen Lüsebrink über *Französische Kultur- und Medienwissenschaft: systematische und historische Dimensionen* sowie von Georgette Stefani-Meyer über *Grundbegriffe der Semiotik*. Der zweite Teil ist *Kulturelle Medien und Gattungen* überschrieben und befasst sich mit den *Printmedien* (Stefani-Meyer), *Hörfunk*, *Kino und Spielfilm*, *Fernsehen* (alle Klaus Peter Walter), *Semi-*

OralitÄt (Hans-JÄrgen LÄsebrink), âIntermediÄtâ (Ute Fendler) sowie âNeuen Medien: Internet und Multimediaâ (Christoph Vatter). Die Autoren leisten auf diesen Feldern basale Arbeit, teils auf der Basis von Originaldaten (z.B. von MÄdiamÄtrie). 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 fÄr Romanische Kulturwissenschaft und Interkulturelle Kommunikation an der UniversitÄt SaarbrÄcken, den Hans-JÄrgen LÄsebrink innehat, und an dem ein Großteil der AutorInnen entweder tÄtig waren oder noch sind. Klaus Peter Walter ist Professor fÄr Romanische Literaturwissenschaft und Landeskunde an der UniversitÄt Passau. Die Autoren stehen fÄr einen interdisziplinÄren Ansatz in der FranzÄsististik, der sowohl kultur- als auch medienwissenschaftliche Richtungen einschlieÄt.

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 franzÄsische Kommunikationswissenschaft zum Themenfeld systematisch etwas zu sagen hat? Die Sciences de lâinformation et de la communication (SIC), die der Band nicht erwÄhnt, sind seit 1975 in Frankreich ein akademisches Fach mit LehrstÄhlen, Instituten und Studierenden, heute eine voll etablierte Disziplin. Die SIC setzen sich dezidiert mit Medien- und KommunikationsphÄnomenen, insbesondere dem Wandel des franzÄsischen Mediensystems auseinander. Zur Theoriensystematik und Fachgeschichte der SIC vgl. Boure, Robert (Hg.), *Les origines des sciences de lâinformation et de la communication. Regards croisÃ©es*, Villeneuve dâAscq 2002; Boure, Robert; Jeanneret, Yves (Hgg.), *Les sciences de lâinformation et de la communication. Savoirs et pouvoirs*, Paris 2004; Georgakakis, Didier; Utard, Jean-Michel (Hgg.), *Sciences des mÄdias. Jalons pour une histoire politique*, Paris 2001. Der zu rezensierende Band heiÄt: FranzÄsische Kultur- und Medienwissenschaft â der Fehlschluss, es handele sich um eine EinfÄhrung in eine Wissenschaft in Frankreich ist also durchaus nahe liegend. DarÃber aber, wie in der franzÄsischen Theoriebildung (und mÄglicherweise im Unterschied zur deutschen) mit Medien und Kommunikation umgegangen wird, erfÄhrt der Leser nur ver-

einzt 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 Woltons fernseh- und Äffentlichkeitstheoretische Ãberlegungen zum dispersen Publikum (S. 170f.) sowie von Christoph Vatter auf Woltons internetkritische sowie Pierre LÄvys internetoptimistische Betrachtungen (S. 247, 251).

Der Buchtitel bezieht sich auf die deutsche FranzÄsististik/Romanistik und ihre Ãberlappungen zur (deutschen) Medien- und Kulturwissenschaft. Die ZusammenhÄnge von Kultur, Kommunikation und Medien im spezifischen frankophonen Kontext stehen im Zentrum des Interesses einer franzÄsischen Kultur- und Medienwissenschaftâ, fassen Ute Fendler und Christoph Vatter im Nachwort des Bandes zusammen (S. 255) â das wÄrde jedenfalls den (systematischen) Blick auf die kulturspezifische Theoriebildung Ãber Medien und Kommunikation in Frankreich auch nicht ausschlieÄen.

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 fÄr die reichlich antiquierten Modelle der (Massen-)kommunikation (Shannon/Weaver, Lasswell, Osgood), von denen Stefani-Meyer ausgeht (S. 47). Ãberdies 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 fÄr Zeitungskunde, spÄter Publizistikwissenschaft, an Generationen von Studierenden weitergegeben â unter anderen an seine SchÄlerin 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 franzÄsischen Mediensystems und der franzÄsischen 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-

Ängst 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; Schrifter, 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 Beobachtung 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 (Frankofonie) bezogen ist und Semi-Oralität historisch und systematisch untersucht. Lüsebrink arbeitet die Vernetzungen von Schriftlichkeit und Mundlichkeit über verschiedene Jahrhunderte wie über diverse Mediengattungen heraus. Das ist gerade für Kommunikationswissenschaft sowie deren Subdisziplin die Kommunikationsgeschichte, reseptiv 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'avènement. Les médias et l'accident de tree mile island*, Paris 1981; Mucchelli, 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 genuin 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 Einführung Artikel 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, fürt 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 Sozi-*

logie Pierre Bourdieu, 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 fÃ¼r eine integrative franzÃ¶sische Kultur- und Medienwissenschaft fruchtbar gemacht werden kÃ¶nnen, nennt LÃ¼sebrink mit Bezug u.a. auf Arbeiten JÃ¼rgen Boltens und Geert Hofstedes InterkulturalitÃ¤t (S. 28ff.) und das Konzept des kollektiven GedÃ¤chtnisses 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, stÃ¼tzt. Das ist sicherlich das Feld, auf dem Medien-, Kommunikations-, Kultur- und Literaturwissenschaftler sehr fruchtbar zusammenarbeiten kÃ¶nnen: Was sind Mediengattungen oder -schemata, welche gesellschaftlichen Funktionen haben sie und inwiefern sind sie (inter-)kulturell spezifisch?

Die von LÃ¼sebrink angefÃ¼hrten Ansätze scheinen mir zu disparat, um einen konsistenten Zugriff auf einen âtextbezogenen Kulturbegriffâ (S. 9ff.) zu ermÃ¶glichen und werden auch in den Einzelpflichten nicht umgesetzt. â Das Buch versteht sich als EinfÃ¼hrung in eine âFranzÃ¶sische Kultur- und Medienwissenschaftâ. Auch wenn sich diese als âeinâ Gebilde offenbar noch entzieht, so werden doch Felder und theoretische Grundlagen zu einer solchen dargelegt.

Mit dem grundsÃ¤tzlichen Ansatz des Buches,

der die Ausdifferenzierung des franzÃ¶sischen Mediensystems in den Zusammenhang zur Gesellschafts-, Sozial- und Kulturgeschichte Frankreichs stellt, kann auch aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive Ã¼bereingestimmt werden. Positiv ist auch der Rekurs auf deutsche und franzÃ¶sischsprachige Literatur; letztere wird so einem breiteren Publikum in Deutschland zugÃ¤nglich. Hinzunehmen sind gerade die interkulturellen Kompetenzen, die am SaarbrÃ¼cker Lehrstuhl oder auch an der UniversitÃ¤t Jena (Christoph Vatter) ja ausgebildet sind und fruchtbar gerade auch fÃ¼r vergleichende Theoriebildung in beiden LÃ¤ndern verwandt werden kÃ¶nnen. 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 EinfÃ¼hrung lÃ¤sst gespannt auf WeiterfÃ¼hrungen hoffen mit dem Wunsch der Rezessentin, 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 franzÃ¶sischen Fernsehmarkt aus deutschsprachiger Feder: Piskol, Gerhard, *TV-Revolution in Frankreich. Digitales Antennenfernsehen vermehrt das Programmangebot*, in: *fernsehinformationen* (2005) 4, S. 23-25 sowie in Zusammenarbeit eines Kommunikationswissenschaftlers und eines Romanisten Piskol, Gerhard; Melzer, Helmut, *Loft Story â eine Mutation von Big Brother im franzÃ¶sischen Fernsehen*, in: *FranzÃ¶sisch 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.