Hans-Jürgen Lüsebrink / Klaus Peter Walter /
Ute Fendler / Georgette Stefani-Meyer /
Christoph Vatter

Französische Kultur- und Medien- wissenschaft

Eine Einführung

narr studienbücher

Hans-Jürgen Lüsebrink / Klaus Peter Walter /
Ute Fendler / Georgette Stefani-Meyer /
Christoph Vatter

Französische Kultur- und Medienwissenschaft

Eine Einführung

gnV Gunter Narr Verlag Tübingen

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

© 2004 · Gunter Narr Verlag Tübingen
Dischingerweg 5 · D-72070 Tübingen

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem und säurefreiem Werkdruckpapier.

Internet: <http://www.narr.de>
E-Mail: info@narr.de

Druck: Gulde, Tübingen
Verarbeitung: Nädele, Nehren
Printed in Germany

ISSN 0941-8105
ISBN 3-8233-4963-5

Inhaltsverzeichnis

Einleitung (<i>Hans-Jürgen Lüsebrink</i>)	1
--	---

Teil I

Theoretische und methodische Grundlagen

1. Französische Kultur- und Medienwissenschaft: systematische und historische Dimensionen (<i>Hans-Jürgen Lüsebrink</i>)	9
1.1 Die Begriffe <i>Kultur</i> und <i>Medien</i>	9
1.2 Französische Spezifika	14
1.3 Gattungstheorie und Gattungsgeschichte	15
1.4 Kultur- und Mediengeschichte	18
1.5 Kulturelles und kommunikatives Gedächtnis	21
1.6 Rezeptions- und Wirkungsdimensionen: ‚Öffentlichkeit‘, ‚kulturelles Feld‘, ‚Interkulturalität‘ und ‚Kulturtransfer‘	25
1.7 Bibliographie	35
2. Grundbegriffe der Semiotik (<i>Georgette Stefani-Meyer</i>)	39
2.1 Standortbestimmung und Entwicklung des Begriffs	39
2.2 Fortsetzung der klassischen Ansätze	44
2.3 Der kommunikative Ansatz	45
2.4 Fazit	48
2.5 Bibliographie	49

Teil II

Kulturelle Medien und Gattungen

1. Printmedien (<i>Georgette Stefani-Meyer</i>)	53
1.1 Allgemeine Lokalisierung	53
1.2 Kurzer geschichtlicher Abriss	66
1.3 Die aktuelle Presselandschaft in Frankreich	70
1.4 Gegenwärtige Tendenzen	80
1.5 Bibliographie	83
2. Hörfunk (<i>Klaus Peter Walter</i>)	85
2.1 Einführung	85
2.2 Zur Geschichte des Hörfunks in Frankreich	87
2.3 Rundfunktheorie: Materialeigenschaften und Funktionsbestimmung	92
2.4 Der Funktionswandel des Hörfunks: Eine Bestandsaufnahme der gegenwärtigen Radiolandschaft in Frankreich	100
2.5 Bibliographie	110

3. Kino und Spielfilm (<i>Klaus Peter Walter</i>)	111
3.1 Einführung	111
3.2 Eine kleine Geschichte des französischen Spielfilms	113
3.3 Aspekte der Filmanalyse: <i>Mise en scène</i> und Montage	125
3.4 Der französische Kinomarkt gestern und heute: Zahlen, Fakten und Tendenzen	137
3.5 Bibliographie	151
4. Fernsehen (<i>Klaus Peter Walter</i>)	155
4.1 Einführung	155
4.2 Zur Geschichte des Fernsehens in Frankreich	157
4.3 Zur Theorie des Fernsehens: Elemente der Fernsehanalyse	166
4.4 Die französische Fernsehlandschaft der Gegenwart: Eine Bestandsaufnahme	175
4.5 Bibliographie	186
5. Semi-Oralität (<i>Hans-Jürgen Lüsebrink</i>)	189
5.1 Begrifflichkeiten und Strukturen	189
5.2 Semi-Orale Gattungen: Vom illustrierten Flugblatt zum Chanson .	193
5.3 Theater und Theatralität	201
5.4 Die Wiederkehr von Körperlichkeit und Performanz	206
5.5 Bibliographie	209
6. Intermedialität (<i>Ute Fendler</i>)	213
6.1 Annäherungen an den Begriff	213
6.2 Geschichte intermedialer Verflechtungen in Frankreich	217
6.3 Ausdifferenzierung der Begrifflichkeiten	221
6.4 Anwendung	222
6.5 Tendenzen der 1980er und 1990er Jahre	226
6.6 Bibliographie	229
7. Neue Medien: Internet und Multimedia (<i>Christoph Vatter</i>)	233
7.1 Zur Entwicklung der Neuen Medien	233
7.2 Neue Medien in Frankreich	238
7.3 Begriffliche Annäherungen	244
7.4 Internet und andere Medien	248
7.5 Problemfelder und Perspektiven	250
7.6 Bibliographie	252

Nachwort

Herausforderungen und Perspektiven einer französischen Kultur- und Medienwissenschaft

(<i>Ute Fendler / Christoph Vatter</i>)	255
---	-----

Einleitung

Konzepte

Die Fächer Kulturwissenschaft und Medienwissenschaft und die mit ihnen verknüpften Methoden, Fragestellungen und Gegenstandsbereiche haben sich in den letzten anderthalb Jahrzehnten auch in der deutschen Hochschullandschaft fest etabliert: zum einen in der Form einer *allgemeinen* Kultur- bzw. Medienwissenschaft, wie sie für den Bereich der Kulturwissenschaft etwa an der Humboldt-Universität Berlin oder an der Universität Leipzig und im Bereich der Medienwissenschaft u.a. an den Universitäten Siegen, Bochum und Bayreuth eingerichtet wurden; und zum anderen in Gestalt einer *kulturraumbezogenen* Kultur- und Medienwissenschaft, die in der Germanistik sowie in den Fremdsprachenphilologien neben die traditionellen ‚Säulen‘ der Fächer, die Literatur- und Sprachwissenschaft, getreten ist und darauf abzielt, vor allem den Bereich der Medien und Kulturinstitutionen in die Curricula der Fächer einzubeziehen. Kulturraumbezogene Kultur- und Medienwissenschaften etablierten sich in den letzten Jahren an einer ganzen Reihe von Universitäten, vor allem in der Germanistik, aber auch in der Romanistik und Anglistik, sowohl in Form eigener Studiengänge (wie des Studiengangs ‚Französische Kulturwissenschaft und Interkulturelle Kommunikation‘ an der Universität Saarbrücken) als auch in Gestalt von Studienkomponenten, häufig in Verbindung mit literaturwissenschaftlichen, aber auch zum Teil mit landeskundlichen und sprachwissenschaftlichen Angeboten.

Kulturwissenschaft und Medienwissenschaft sind, obwohl sie häufig Gegenstandsbereiche deutlich getrennter Studiengänge geworden sind, in methodischer und inhaltlicher Hinsicht eng miteinander verknüpft¹. Die Vernetzungsformen der beiden Bereiche sind jedoch unmittelbar mit der Definition und Eingrenzung des Kulturbegriffs verbunden. In der kulturwissenschaftlichen Forschung lassen sich im Wesentlichen drei grundlegende *Kulturbegriffe* unterscheiden (vgl. hierzu ausführlich Kap. I.1): erstens der *anthropologische Kulturbegriff*, der Kultur als die Gesamtheit der kollektiven Verhaltens-, Wahrnehmungs- und Einstellungsmuster einer Gesellschaft, als ihre ‚mentale Software‘ (Hofstede 1991) begreift; zweitens der *materielle* (oder instrumentelle) *Kulturbegriff*, der unter

¹ Dies belegt auch der neue Begriff ‚Medienkulturwissenschaft‘, der u.a. als Bezeichnung eines gleichnamigen, in der Germanistik an der Universität Hamburg angesiedelten Studiengangs dient, aber sich in der wiss. Diskussion bisher nicht durchgesetzt hat (vgl. Schönert 1996, Schmidt 1992, Schmidt, 2003).

‚Kultur‘ alles vom Menschen Geschaffene versteht (‚Kulturgüter‘) und dieses in Gegensatz zur ‚Natur‘ rückt; und drittens der *text- und medienbezogene Kulturbegriff*, der unter Kultur die Gesamtheit der symbolischen Kommunikationsformen und -medien einer Gesellschaft subsumiert, in denen sie sich verständigt, selbst darstellt, repräsentiert, Vorstellungsmuster, ästhetische Geschmacksmuster, Lebensstile und Rollenbilder entwickelt. Dieser Kulturbegriff schließt den traditionellen, ästhetisch besetzten Bereich der kanonisierten Kultur ein, der in der Alltagssprache, aber auch in Teilen des politischen Diskurses weiterhin dominiert, beispielsweise in Begriffen wie ‚Kulturförderung‘ und ‚Kultursponsoring‘, und eng mit den Begriffen ‚Kunst‘, ‚Ästhetik‘ und ‚Bildung‘ verknüpft ist.

Gegenstandsbereiche

Dem vorliegenden Band liegt in erster Linie der dritte, text- und medienbezogene Kulturbegriff zugrunde. Texte und Bilder verschiedenster Zeichenmaterialität als „diskursive und symbolische Kommunikationsformen von Wahrnehmung- und Deutungsmustern“ (Röseberg 2001, 11) stehen – aus unserer Sicht notwendigerweise – im Zentrum des Gegenstandsbereichs und des Erkenntnisinteresses einer Kultur- und Medienwissenschaft, die in einer Philologie wie der (Franco-)Romanistik verankert ist. Trotz der engen Verknüpfung der Bereiche ‚Medien‘ und ‚Kultur‘ erscheint es sinnvoll, sie begrifflich auseinander zu halten. Medien bilden einen zentralen Bereich der Kulturwissenschaft im definierten Sinn; diese reicht jedoch zugleich über den Medienbereich hinaus, da sie den Blick auf Phänomene wie kulturelle Institutionen, Formen des kollektiven Gedächtnisses, Strukturen des öffentlichen Raumes und Wandlungsprozesse „kultureller Felder“ (Bourdieu) lenkt (vgl. hierzu Kap. I.1). Der theoretische Rahmen und das methodische Instrumentarium einer kommunikations- und medienbezogenen Kulturwissenschaft fußen dementsprechend auf einem breiten Spektrum von Ansätzen, unter denen die Semiotik eine herausragende Rolle einnimmt (vgl. nachfolgend Kap. I.2). Neben der Semiotik nehmen die literatur- und kulturwissenschaftliche Gattungs-, Text- und Diskursanalyse, die Theorie des kulturellen Gedächtnisses (Assmann, Halbwachs, Nora) sowie die auf der Grundlage literatur- und kommunikationswissenschaftlicher sowie semiotischer Ansätze entwickelten Methoden der Publizistik- und Filmanalyse (Kap. II.2–4) eine wichtige Rolle ein.

Zum anderen liegt dem vorliegenden Band eine *kulturraumbezogene Perspektive* zugrunde. Er zielt darauf ab, kulturelle Medien, Institutionen, Öffentlichkeitsstrukturen und kollektive Gedächtnisformen am Beispiel des französischen Kulturraums, unter Einbeziehung auch der frankophonen Länder außerhalb Frankreichs (und insbesondere außerhalb Europas), zu behandeln. Theorieansätze und Methoden der Kultur- und Medienwissenschaft sollen somit sowohl systematisch entwickelt als auch anhand von Fallbeispielen eines Kultur-

raums veranschaulicht werden. Eine kulturraumbezogene Perspektive impliziert, im Gegensatz zu Kultur übergreifenden Ansätzen, nicht nur die Verankerung in einer Disziplin – wie der (Franco-)Romanistik –, sondern auch die Einbeziehung kulturspezifischer sowie kulturvergleichender Perspektiven (vgl. auch Nies 2001, 218f.). Medien wie Film und Fernsehen oder Institutionen wie das kulturelle Gedächtnis haben in Frankreich oder Québec in den letzten einhundert Jahren zwar eine in Grundzügen ähnliche Entwicklung durchlaufen wie in anderen okzidentalischen Gesellschaften und Kulturen, so dass sie sich mit den gleichen methodischen und theoretischen Instrumenten analysieren lassen. Zugleich weisen sie jedoch markante kulturelle Spezifika auf, die sich in Phänomenen wie der ‚Nouvelle Vague‘ des französischen Films, der herausragenden Bedeutung semi-oraler Gattungen und Prozesse in den frankophonen Kulturen Afrikas und der Karibik sowie in der völlig anderen Entwicklung des Internet in Frankreich zeigen, die u.a. auf der ‚Exception Française‘ des Minitel beruht (vgl. nachfolgend Kap. II.3, II.5, II.7). Indem er die Vermittlung von systematischen Ansätzen der Kultur- und Medienwissenschaft in ihren verschiedenen Bereichen mit der Darstellung der Kultur- und Medienentwicklung eines Kulturraums verknüpft, möchte der vorliegende Band auch den Erkenntnis-Mehrwert einer kulturraumbezogenen Perspektivierung der Kultur- und Medienwissenschaften aufzeigen. Eine solche Perspektivierung setzt fundierte Kenntnisse eines fremden Kulturraums und seiner Sprache(n) voraus, reicht somit notwendigerweise über den in der allgemeinen Kultur- und Medienwissenschaft oft stark favorisierten – und häufig allenfalls punktuell durch den anglophonen ergänzten – deutschen Kulturraum hinaus und verbindet die Vermittlung methodischer und theoretischer Kenntnisse der Kultur- und Medienwissenschaften mit der Aneignung fremdsprachlicher und interkultureller Fähigkeiten sowie landeskundlichen Wissens, denen eine zunehmende, auch berufspraktische, Bedeutung zukommt.

Absicht der Autoren des vorliegenden Sammelbandes, der aus einer über mehrere Jahre hinweg an der Universität Saarbrücken gemeinsam durchgeführten Einführungsveranstaltung hervorgegangen ist, ist es, die methodischen und theoretischen Vernetzungsformen der Kultur- und Medienwissenschaften mit der Literatur- und Sprachwissenschaft aufzuzeigen, zugleich aber auch die ‚Nabelschnur‘ zu ihnen zu zertrennen. Gelegentlich erscheint, auch in Einführungswerken wie dem von H. Böhme und K. R. Scherpe herausgegebenen Band *Literatur- und Kulturwissenschaften* (1996), Kulturwissenschaft gewissermaßen als ein Expansionsbereich der Literaturwissenschaft, nicht nur in methodischer Hinsicht, sondern auch mit Bezug auf ihre Gegenstandsbereiche. Die nachfolgenden Kapitel zu den Mediengattungen Film, Hörfunk, Fernsehen und Presse sowie zu den Phänomenen Intermedialität, Semi-Oralität und Neue Medien zielen darauf ab, die Verbindungslinien zur Literatur- und Sprachwissenschaft aufzuzeigen, aber zugleich auch die grundlegende Andersartigkeit und Spezifik kultur- und medienwissenschaftlicher Gegenstandsbereiche und Fragestellungen herauszuarbeiten.

Schwerpunktsetzungen

Ein Einführungswerk muss zwangsläufig Schwerpunkte setzen. Dies impliziert die Konzentration auf eine Grundstruktur und einen – notwendigerweise recht begrenzten – Kanon von Gegenständen, d.h. Methoden und Theorieansätzen sowie Fallbeispielen. Im Zentrum des vorliegenden Bandes stehen *Mediengattungen*, die in Beziehung gesetzt werden zu kulturellen Prozessen (wie Semi-Oralität und Intermedialität), Institutionen und Öffentlichkeitsformen. Diese Schwerpunktsetzung, insbesondere der Fokus auf Mediengattungen, lässt Theoriekonzepte und Gegenstandsbereiche zurücktreten, die in der allgemeinen Kultur- und Medienwissenschaft häufig eine zentrale Rolle spielen, so etwa die Konzepte ‚Hybridität‘, ‚Diskurs‘ und ‚Postkolonialität‘, obwohl auch sie im vorliegenden Band in verschiedenen Kapiteln durchaus eine gewisse Berücksichtigung finden. Die Fokussierung auf Mediengattungen und ihre diskursiven und institutionellen Verflechtungen erschien – auch aufgrund der gesammelten langjährigen Unterrichtserfahrungen – didaktisch und methodisch fruchtbarer als eine weitere Auffächerung oder anders gelagerte Schwerpunktsetzungen, beispielsweise im Bereich der Theoriekonzepte (Böhme/Scherpe 1996) oder der kulturellen Institutionen und Felder (Röseberg 2001). Es zeigte sich gleichfalls, dass die gewählte gattungsorientierte Konzeption in stärkerem Maße theoretisch und praktisch anschlussfähig zu sein vermag: in theoretischer Hinsicht bietet sie eine Fülle von Vertiefungsmöglichkeiten beispielsweise in schulischen oder universitären Lehrveranstaltungen zur Presse-, Radio-, Fernseh- oder Filmanalyse; und in praktischer Hinsicht vermag sie methodische Grundlagen zu legen für praxisorientierte Veranstaltungen – etwa im Bereich der Video- und Filmproduktion oder im Rahmen von Theaterseminaren – sowie für Berufspraktika. Auch die in diesen Bereichen in Saarbrücken seit nunmehr über 10 Jahren gemeinsam gesammelten Erfahrungen sind in die Konzeption des vorliegenden Bandes und seiner Einzelkapitel unmittelbar eingeflossen.

Bibliographie

- Böhme, Hartmut/Scherpe, Klaus R. (Hg.): *Literatur- und Kulturwissenschaften. Positionen, Theorien, Modelle*. Reinbek, 1996.
- Glaser, Renate/Luserke, Matthias (Hg.): *Literaturwissenschaft – Kulturwissenschaft*. Opladen, 1996.
- Göbel, Walter: „Cultural Studies: From Intracultural to Intercultural Approaches and the Desintegration of British Cultural Studies.“ In: *Anglia. Zeitschrift für Englische Philologie* (1998), Bd. 116, H. 1, S. 56–77.
- Grünzweig, Walter: *Kulturelle Narrative und Dekonstruktion: Von den American Studies zu den ‚Cultural Studies‘*. Paderborn, 1996.
- Hansen, Klaus Peter (Hg.): *Kulturbegriff und Methode. Der stille Paradigmawechsel in*

- den Geisteswissenschaften*. Tübingen, 1993.
- Hofstede, Gert: *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. London/New York, 1991.
- Kramer, Jürgen: *British Cultural Studies*. München, 1997.
- Lüsebrink, Hans-Jürgen/Röseberg, Dorothee (Hg.): *Landeskunde und Kulturwissenschaft in der Romanistik*. Tübingen, 1995.
- Lüsebrink, Hans-Jürgen: „Romanische Landeskunde zwischen Literaturwissenschaft und Mentalitätsgeschichte.“ In: Hansen, *Kulturbegriff und Methode* (1993), 81–94
- Nies, Fritz: „Kulturwissenschaft vor Deutsch-Französischer Hochschule – ratlos?“ In: *Romanistische Zeitschrift für Literaturgeschichte* (2001), 25. Jg., H. 1/2, S. 213–230.
- Röseberg, Dorothee: *Kulturwissenschaft Frankreich*. Stuttgart u.a., 2001.
- Schmidt, Siegfried J.: „Why literature is not enough or Literary studies as media studies.“ In: Cupchik, Gerald C./Lázló, János (Hg.): *Emerging Visions of the Aesthetic Process*. Cambridge, 1992, S. 227–243.
- Schmidt, Siegfried J.: „Medienkulturwissenschaft“ In: Nünning, Ansgar/Nünning, Vera (Hg.): *Konzepte der Kulturwissenschaften. Theoretische Grundlagen – Ansätze – Perspektiven*. Stuttgart/Weimar, 2003, S. 351–370.
- Schönert, Jörg: „Literaturwissenschaft – Kulturwissenschaft – Medienkulturwissenschaft: Probleme der Wissensentwicklung?“ In: Glaser, Renate/Luserke, Matthias (Hg.): *Literaturwissenschaft – Kulturwissenschaft*. Opladen, 1996, S. 192–208.
- Straw, Will: „Canadian and Cultural Studies.“ In: *ACS Bulletin. Association for Canadian Studies/Association d’Etudes Canadiennes*. (1995–1996), Vol. 17, n°4, hiver, S.1, S. 20.
- Straw, Will: „Shifting Boundaries, Lines of Descent: Cultural Studies and Institutional Realignments in Canada.“ In: Blundell, Valda/Taylor, Ian (Hg.): *Relocating Cultural Studies: New Directions in Theory and Research*. London, 1993, S. 86–102.

Hans-Jürgen Lüsebrink

Teil I

Theoretische und methodische Grundlagen

1. Französische Kultur- und Medienwissenschaft: Systematische und historische Dimensionen

1.1 Die Begriffe *Kultur* und *Medien*

1.1.1 Kulturbegriffe

Ein grundlegendes Problem der Kultur- und Medienwissenschaften stellt zweifellos die kaum übersehbare Vielzahl von Definitionen der grundlegenden Begriffe ‚Kultur‘ und ‚Medien‘ dar, zumal diese den Gegenstandsbereich und die Methoden des Fachs bestimmen. Der Begriff *culture* wurde noch in Lexika des 17. und 18. Jahrhunderts in erster Linie mit dem Begriff *agriculture* in Verbindung gebracht, während der ‚Kulturbereich‘ im heutigen Sinn als *arts* und *belles-lettres* bezeichnet wurde. Der *Dictionnaire de Furetière* definierte *culture* in der Tat als „soin qu’on prend de rendre une terre fertile par le labour, par l’amendement, d’élever un arbre, une plante. La culture de la terre est l’occupation la plus honnête et la plus innocente de toutes“ (Furetière 1694, art. ‚Culture‘). In den französischen Wörterbüchern des 19. und 20. Jahrhunderts ist diese ursprüngliche Wortbedeutung (die weiterhin in Ausdrücken wie ‚la culture de la terre‘ fortbesteht) weitgehend verdrängt worden durch die Verbindung von Kultur mit Intellekt, Kunst, ästhetischer Urteilskraft und Bildung, wie zum Beispiel im *Petit Robert*, wo *culture* definiert wird als: „Développement de certaines facultés de l’esprit, par des exercices intellectuels appropriés. Par extension: Ensemble des connaissances acquises qui permettent de développer le goût, le sens critique, le jugement.“ (Petit Robert 1973, art. ‚Culture‘).

In der Entwicklung des ‚Bereichs‘ Kulturwissenschaft in den unterschiedlichen Disziplinen und bei der Herausbildung der Wissenschaftsdisziplin ‚Kulturwissenschaft/Cultural Studies‘ in den letzten Jahrzehnten haben vor allem drei sehr unterschiedliche, zum Teil komplementäre Kulturbegriffe eine zentrale Rolle gespielt:

- der anthropologische Kulturbegriff;
- der Begriff der ‚materiellen Kultur‘;
- der text- und medienbezogene, ästhetische Kulturbegriff.

Der *anthropologische Kulturbegriff* begreift Kultur als die Gesamtheit der handlungsleitenden Vorstellungen- und Wahrnehmungsmuster einer Gruppe oder Gesellschaft, wobei letztere unterschiedlich weit gefasst und definiert werden kann: territorial als Nationale Kultur, Regionalkultur oder transnationaler Kulturraum

(wie ‚westliche Kultur‘); sozial als ‚Arbeiterkultur‘, ‚Bürgerliche Kultur‘, ‚Kultur der Bohème‘, ‚Bauernkultur‘; und religiös zum Beispiel als ‚islamische Kultur‘, ‚protestantische Kultur‘, ‚katholische Kultur‘, eine Dimension des anthropologischen Kulturbegriffs, der sich für frühneuzeitliche Kulturen Europas sowie für Teile der außereuropäischen Welt der Gegenwart von größerer Bedeutung und Trennschärfe erweist als territoriale Kulturbegriffe (wie ‚Nationalkultur‘) oder sozial basierte Kulturbegriffe. Der britische Anthropologe E.B. Taylor definierte 1871 *Kultur* wie folgt: „Culture or Civilization, taken in its wide ethnographic sense, is that complex whole which includes knowledge, belief, art, morals, law, custom, and any other capabilities acquired by man as a member of society.“ (Taylor 1871, 1). Claude Lévi-Strauss, der renommierteste französische Ethnologe und Anthropologe des 20. Jahrhunderts, bezeichnete in ähnlicher Perspektive wie Taylor Kultur als ein ‚ethnographisches Ganzes‘, durch das sich eine Gemeinschaft von anderen Gemeinschaften signifikant unterscheidet: „Le terme de culture est employé pour regrouper un ensemble d’écarts significatifs“ (Lévi-Strauss 1958, 325).

Die wohl interessantesten und präzisesten Definitionen des anthropologischen Kulturbegriffs der letzten Zeit haben der Ethnologe Clifford Geertz und der Psychologe Geert Hofstede vorgelegt. Clifford Geertz begreift Kultur als ein umfassendes Symbolsystem, das alle Ausdrucksformen einer Gemeinschaft prägt – von den Soziabilitätsformen über die Alltags- oder Festtagsriten bis zur Erziehung – und sich als handlungsleitender Code beschreiben lässt:

Die Kultur einer Gesellschaft [...] besteht in dem, was man wissen oder glauben muss, um in einer von den Mitgliedern dieser Gesellschaft akzeptierten Weise zu funktionieren.

Kultur zu beschreiben heißt: [...] ein System von Regeln aufzustellen, das es jedem, der diesem ethnographischen Algorithmus gehorcht, möglich macht, so zu funktionieren, dass man (von der physischen Erscheinung einmal abgesehen) als Eingeborener gelten kann. (Geertz 1973, 42).

Zur Veranschaulichung dieses Ansatzes greift Geertz insbesondere auf Beobachtungen aus außereuropäischen Gesellschaften, vor allem des südasiatischen Raums, zurück. Berühmt und viel zitiert ist seine Analyse des balinesischen Hahnenkampfes als eines sozialen Rituals, in dem in kodifizierter Form Verhaltensnormen und Wertvorstellungen der Gesellschaft Balis beschrieben werden.

Geert Hofstedes Ansatz begreift, ähnlich wie Clifford Geertz, Kultur als einen handlungsleitenden Code, den er auch ‚software of the mind‘ nennt (Hofstede 1991). Sein Modell ist jedoch in vieler Hinsicht konzeptuell differenzierter. Er unterscheidet zum einen vier Tiefenschichten (oder Ebenen) von Kultur als anthropologisches System, die er im Allgemeinen in Form eines ‚Zwiebelmodells‘ veranschaulicht:

1. die *Werte* als die grundlegenden ethischen und moralischen Maßstäbe, die das Handeln der Angehörigen einer Kulturgemeinschaft bestimmen und ihren

Ausdruck in Verhaltens- und Verbotsregeln, Tabus sowie in ihrem Rechtssystem finden. Werte oder Kulturstandards wie Hierarchieakzeptanz, Autoritätsbewusstsein und Individualismus weisen, wie Hofstede in empirischen Untersuchungen nachgewiesen hat, zwischen den unterschiedlichen Nationalkulturen erhebliche Unterschiede auf;

2. *Rituale* als soziale Handlungen, die zunächst und in erster Linie um ihrer selbst Willen vollzogen werden und die wesentliche Funktion erfüllen, den Zusammenhalt einer Kulturgemeinschaft zu verkörpern, zu festigen und öffentlich zu manifestieren. Hierzu gehören Rituale wie Geburtstage, Hochzeitsfeiern, Begräbnisse, Begrüßungsrituale sowie – auf nationaler Ebene – nationale Gedenk- und Feiertage;

3. *Helden* als kollektive Identifikationsfiguren einer Kulturgemeinschaft, die entweder, als Bestandteile des kulturellen Gedächtnisses und seiner Medien (vgl. nachfolgend) eine Beständigkeit und Langzeitwirkung aufweisen können (wie beispielsweise große Schriftsteller oder herausragende Politiker), oder aber, als Elemente des kommunikativen Gedächtnisses von Gruppen oder Gemeinschaften, eine eher ephemere Rolle spielen (wie die Mehrzahl der Sportler, Schauspieler, Politiker und Künstler);

4. *Symbole*, unter denen kollektive Symbolsysteme verstanden werden, durch die sich die Angehörigen einer Kultur in ihren öffentlichen Erscheinungsweisen und in ihrem Kommunikationsverhalten von Angehörigen anderer Kulturen unterscheiden. Hierzu zählen vor allem Sprache, Kleidung, nonverbale Kommunikation und Körpersymbolik.

Der Begriff der *materiellen Kultur* wird vor allem in den Geschichtswissenschaften zur Bezeichnung menschlicher Tätigkeiten verwendet, die naturgegebene Rohstoffe in Gebrauchsgüter und Kunstprodukte umformen. Dem Begriff der materiellen Kultur liegt also kein ästhetischer Bezugsrahmen zugrunde, vor dessen Hintergrund kulturelle und nicht-kulturelle (in diesem Fall pragmatische) Objekte, Texte und Praktiken unterschieden werden, wie im Fall des text- und medienbezogenen, ästhetischen Kulturbegriffs. Er umfasst also Tätigkeitsbereiche wie Handwerkerkultur, Industriekultur, Landwirtschaft und Weinbau oder auch Praxisfelder wie Rechtskultur und Wohnkultur, die sich in erster Linie durch ihre pragmatische, auf praktische Nutzbarkeit ausgerichtete Dimension auszeichnen, was – beispielsweise in Sektoren wie Kunsthandwerk, Möbeldesign oder Innenarchitektur – eine Valorisierung (und tendenzielle Kanonisierung) der ästhetischen Dimension durchaus einzuschließen vermag. Der Bereich der Wohnkultur beispielsweise ist in strukturell ähnliche kulturelle Segmentierungen eingeteilt wie die Musikkultur (Bourdieu 1979). Diese reichen von industriellen Konsumprodukten mit reinem Nutzcharakter über Labels, die sich durch ästhetisches Design und Traditionsbezogenheit auszeichnen bis zum Bereich der Möbelantiquitäten und –imitationen mit Kunststatus.

Der *text- und medienbezogene, ästhetische Kulturbegriff* ist im 18. Jahrhundert an die Stelle anderer Begriffe wie ‚arts‘ und ‚belles-lettres‘ getreten, die

noch im 17. Jahrhundert den Bereich ästhetischer und künstlerischer Produktionen bezeichneten. Er repräsentiert den heute in westlichen Gesellschaften wie Frankreich dominierenden Kulturbegriff, der sich in Bezeichnungen und Institutionen wie *Ministère de la Culture*, *Centre culturel*, *biens culturels*, *Kultur sponsoring* oder *Maison de la Culture* findet. Mit diesem text- und medienbezogenen, ästhetischen Kulturbegriff ist zum einen die Vorstellung einer begrenzten *Sphäre* der kulturellen Produktion verbunden, die ästhetisch valorisiert wird; und zum anderen die Vorstellung eines *Kanons* von Texten, Monumenten oder Kunstwerken, die einen zeitüberdauernden Charakter aufweisen, kollektive oder universelle ästhetische und moralische Werte verkörpern und aus diesen Gründen in kulturellen Medien (wie Schulbüchern) und Institutionen (wie Kulturinstitutionen, Schulen, Akademien) präsent sind und tradiert werden.

Die Definition von Kultur als einer begrenzten Sphäre oder eines eingegrenzten Kanons impliziert die Definition von *Abgrenzungen* und *Polarisierungen*: vor allem die Gegenüberstellung von ‚hoher‘ und ‚niedriger Kultur‘, von ‚Bildung‘ und ‚Populärer Kultur‘, von *culture des élites* und *culture populaire* bzw. von ‚Elitenkultur‘ und ‚Massenkultur‘ (Lüsebrink 1995; Muchembled 1978). Karl-Heinz Bohrer (1980) unterscheidet in einem weitergehenden Ansatz zwischen *Old Culture* (die kanonisierte klassische Kultur der Vormoderne), *New Culture* (die Avantgarden der Moderne und Postmoderne) und *Popular Culture*, der breite Bereich der nicht-kanonisierten, d.h. nicht in Medien und Institutionen des Kulturbetriebs präsentierten, kommentierten und memorisierten Formen von Kultur, die von der Pop-Kultur über Comics bis zu touristischen Souvenirs reichen. Zwischen *Popular Culture* und *New Culture* gibt es jedoch einen permanenten Austauschprozess, wenn kulturelle Texte und Produkte der Popular- oder Massenkulturen in Medien und Institutionen des Kulturbetriebs aufgenommen und somit in die Sphäre der *New Culture* integriert werden. Beispiele hierfür sind Schriftsteller wie Emile Zola und Boris Vian, Filmemacher wie François Truffaut und Mehdi Charef und Kulturgattungen wie Teilbereiche der Fotografie (Bourdieu/Boltanski/Castel/Chamboredon 1965), der *bandes dessinées* (die vor allem in Frankreich über eigene Festivals verfügen), des Industriedesigns und der Musikszene (wie Rap, Hip-Hop, Raï). „Kulturell relevante Prozesse haben sich nur in der Neuen und der *Popular Culture* vollzogen. Die ‚Alte Kultur‘ bleibt wichtig als die permanent anwesende Folie, vor der die Korrekturen der ‚Neuen Kultur‘ und die Abweichungen der *Popular Culture* überhaupt erkennbar werden.“ (Bohrer 1980, 649).

Der Kulturwissenschaft liegt in erster Linie ein *erweiterter*, extensiver text- und medienbezogener, ästhetischer Kulturbegriff zu Grunde, der nicht nur die Sphäre der Bildungskultur (*Old Culture*), sondern auch den Bereich der kulturellen Avantgarden und vor allem auch das breite Feld der Popularkultur(en) einbezieht. Zu den beiden erstgenannten Kulturbegriffen bestehen jedoch enge Beziehungen, auch wenn der Untersuchungsgegenstand der Kulturwissenschaft im gebräuchlichen Sinn weder auf anthropologische Verhaltens- und Wahrnehmungsweisen noch auf die verschiedenen Formen der materiellen Kultur zielt.

Ein extensiv definierter Kulturbegriff, der auch die vielfältigen Formen der Popularkultur umfasst, vermag Aufschluss zu geben über die Ausprägung kollektiver Werte, Rituale und Identifikationsfiguren in einer Gesellschaft. Und zwischen materieller und intellektuell-künstlerischer Kultur existieren zahlreiche Interferenz- und Überlappungsbereiche, wie Design, Kunsthandwerk und Gebrauchsgraphik, die in den letzten Jahrzehnten zunehmend die Aufmerksamkeit des Kulturbetriebs und ihrer Institutionen gefunden haben. Die Konzeption des *Centre Georges Pompidou* in Paris, das 1977 eröffnet wurde und von Beginn an dem Industriedesign, der Photographie und der zeitgenössischen Gebrauchsgraphik (wie Kinopлакate, Agitprop-Kunst etc.) große Aufmerksamkeit gewidmet hat, und des *Musée de la Civilisation* in Québec-Ville (1989 eröffnet) sind Beispiele hierfür. Letzteres verbindet in origineller Weise die drei eingangs definierten Kulturbegriffe zu einer übergreifenden Konzeption: Objekte der materiellen Kultur (wie vor allem Wohnkultur und Architektur) und einer sehr extensiv definierten textbezogenen, ästhetischen Kultur (vom Québécois Chanson über Fernsehserien und den Nationalsport Hockey bis zum Western-Film und zur frankokanadischen *Country-Music*, denen jeweils Ausstellungen gewidmet wurden) sollen auch dazu dienen, Grundstrukturen der kollektiven Wahrnehmungs- und Handlungsweisen einer Kulturgemeinschaft – der Québécois Kultur im anthropologischen Sinn – darzustellen und visuell zu veranschaulichen.

1.1.2 Medienbegriffe

Medien als Bestandteile einer extensiv definierten textbezogenen, ästhetischen Kultur weisen eine zweifache Bedeutungsdimension auf: zum einen werden hierunter *Medieninstitutionen* (Presseorgane, Fernsehanstalten, Radiosender, Videoproduzenten) verstanden; und zum anderen *Materialitäten der Kommunikation*, die sich durch spezifische Zeichenvorräte (wie Schriftzeichen, bewegte oder unbewegte Bilder, Bewegungszeichen, Töne etc.) und Zeichenkombinationen (Bild/Ton, Bild/Schrift, Körper/Bewegung/mündlicher Text etc.) auszeichnen (Gumbrecht/Pfeiffer 1988).

In der Medienwissenschaft spielen beide Medienbegriffe eine Rolle, auch wenn dem zweiten Begriff hinsichtlich der Analyse von Produktion, Struktur und Wirkung von Medienangeboten, die auch in den folgenden Kapiteln im Zentrum stehen werden, ein größerer Stellenwert eingeräumt wird. Obwohl Begriffe wie *kulturelle Praktiken* und *Medien* (im Sinn von *Materialitäten der Kommunikation*) teilweise synonym verwendet werden, sind sie in gewisser Hinsicht komplementär und lenken den Blick auf unterschiedliche Facetten des gleichen Gegenstands: die Begriffe ‚Kultur‘ und ‚kulturelle Praktiken‘ ordnen Phänomene wie ‚Literatur‘, ‚Radio‘ oder ‚Theater‘ in einen soziokulturellen Produktions- und Rezeptionszusammenhang ein, während der Begriff ‚Medien‘ und die hiermit verknüpften Begriffe und Analyseverfahren den Blick auf die

medialen Zeichenstrukturen selbst richtet. In den folgenden Kapiteln sollen bei der Analyse der verschiedenen kulturellen Praktiken und Medien beide Begriffe und Untersuchungsperspektiven, jeweils mit dem Schwerpunkt auf Frankreich und den frankophonen Kulturen, berücksichtigt werden.

1.2 Französische Spezifika

Frankreich (und m.E. auch die frankophonen Kulturen außerhalb Frankreichs) weisen hinsichtlich der Herausbildung und sozio-kulturellen Bedeutung des text- und medienbezogenen, ästhetischen Kulturbegriffs *spezifische Charakteristika* auf, die vor allem in drei Bereichen liegen:

– Erstens wirkt in Frankreich das *Ideal von Kultur* (im Allgemeinen in diesem Zusammenhang als *civilisation* bezeichnet) als der Gesamtheit der intellektuellen und ästhetischen *Leistungen der Nation*, die von großen Schriftstellern und Künstlern hervorgebracht werden, bis in die Gegenwart hinein nach. Dies zeigt sich in der weitaus größeren Bedeutung von verbindlichen kulturellen und vor allem literarischen Kanons im französischen Bildungssystem und ihrer – im Vergleich zu anderen westlichen Ländern wie Deutschland oder den USA – weitaus stärkeren Präsenz in Medien und in der Öffentlichkeit. Die Eröffnung des *Panthéons* in Paris im Jahre 1790, in dem die Überreste der *grands hommes de la Patrie* beigesetzt werden, erscheint für dieses Kulturverständnis grundlegend und symptomatisch. Unter den ‚großen Männern der Nation‘ nahmen Schriftsteller, Intellektuelle und Künstler (wie Voltaire, Rousseau, Zola, Malraux und Grégoire) von Beginn an eine wichtige Rolle ein. Begräbnisse berühmter Schriftsteller wie Victor Hugo 1884 oder Jean-Paul Sartre 1980 stellen in Frankreich massenwirksame Medienereignisse dar, die durch ihre politische und soziokulturelle Dimension ein Spezifikum der französischen Kultur verkörpern.

– Zweitens nimmt der *Staat* im kulturellen Bereich in Frankreich traditionell einen größeren Stellenwert ein. Dieser ist historisch auf die kulturpolitische Rolle des absolutistischen Staates im 17. Jahrhundert zurückzuführen, der zum Ruhm der Monarchie und zur Festigung der kulturellen und sprachlichen Einheit Frankreichs die bis heute existierenden Institutionen der *Académie Française* (1635) und der *Comédie Française* (1674) schuf, in allen Bereichen der elitären Kulturproduktion als Mäzen auftrat und das Werk von Schriftstellern wie Molière, La Fontaine und Corneille, von Komponisten wie Lully und von Architekten wie Mansart ermöglichte und nachhaltig förderte.

– Drittens ist der *monarchisch-aristokratische Ursprung* der modernen französischen Elitenkultur und ihrer Institutionen trotz der politischen Umbrüche seit der Französischen Revolution bis in die Gegenwart hinein spürbar (Clark 1987, 192–215). Er äußert sich in der schärferen Trennung von Eliten- und Massenkulturen; in der größeren Bedeutung von Kanonisierungsinstanzen wie Akademien, Literatur- und Kulturpreisen und Kulturzeitschriften sowie von Kultursendungen

in den Medien, die in einer im Grunde bis in das 17. und 18. Jahrhundert zurückreichenden Tradition Autoren und Werke ästhetisch valorisieren und ihnen einen Platz im symbolischen *Panthéon* der großen Schriftsteller, Intellektuellen und Künstler der Nation zuweisen. Die stärkere Abschottung von Popular- und Elitenkultur und das hiermit verknüpfte ‚aristokratische‘ Bewusstsein der Existenz einer verfeinerten Lebenskultur, die alle Existenzbereiche umgreift, zeigt sich in der Literatur ebenso wie im Kunstbetrieb oder auch in dem für Frankreich charakteristischen Bereich der Esskultur. Obwohl auch in Frankreich – wenn auch in deutlich geringerem Maße als in anderen großen Industrieländern (Watson 1997) – Fast-Food-Restaurants und Tiefkühlkost seit den 60er Jahren einen wachsenden Anteil an den Essenspraktiken der Franzosen erobert haben, nimmt verfeinerte Gastronomie in der französischen Kultur weiterhin einen zentralen lebensweltlichen und symbolischen Stellenwert ein. Dieser zeigt sich in Institutionen wie der 1985 gegründeten *Ecole Nationale des Arts Culinaires*, im nationalen Bekanntheitsgrad und Prestige von Drei-Sterne-Restaurants und der Valorisierung der *Grands Chefs cuisiniers* (Götze 1999) wie Bocuse, Ducasse und Georges Blanc. Sie zeigt sich gleichfalls in der Bedeutung des Phänomens Esskultur in französischen Medien. Hier werden der Gastronomie zahlreiche Fernsehsendungen wie die Sendung *Les Oignons* von Raymond Oliver und Catherine Langeais in den 1960er Jahren und *La Cuisine de Maité* in den 1990er Jahren gewidmet. Es existieren populäre Zeitschriften wie *Elle à table* und spezialisierte Periodika mit einem trotzdem relativ breiten Leserkreis wie *Cuisine et vins de France* und die seit 1928 bestehende Zeitschrift *Revue des vins de France*. Auch mehrere regelmäßige Rubriken in Tages- und Wochenzeitungen wie *Le Figaro* und *Figaro Madame* belegen den Stellenwert der kulinarischen Kultur in Frankreich.

1.3 Gattungstheorie und Gattungsgeschichte

Kultur als die Gesamtheit der ästhetischen und intellektuellen Objekte, Texte und Praktiken einer – im Allgemeinen im anthropologischen Sinn definierten – Gemeinschaft lässt sich in zweifacher Weise strukturieren: zum einen in einer *systematischen* Dimension, die auf Ordnungskategorien beruht; und zum anderen in einer *diachronischen* Dimension, die auf Strukturen, Epochen und Epochen-schwellen der Kultur- und Mediengeschichte zielt.

Die dominierenden Kategorien der systematischen Ordnung von literarischen Texten und im erweiterten Sinn auch von Kultur- und Medienangeboten sind die *Gattungen*. Diese können in sehr allgemeiner Form definiert werden als ‚kognitive Schemata der Wirklichkeitserfassung‘, die in der Literaturwissenschaft traditionell in die drei Hauptgattungen (oder Textarten) Epik (erzählende Dichtung), Dramatik (szenische bzw. theatralische Dichtung) und Lyrik (Sprachbilder) ausgliedert werden. In der literaturwissenschaftlichen Diskus-

sion der letzten Jahrzehnte ist als vierte Hauptgattung die Essayistik hinzugekommen, die auf einem argumentatorischen Diskurs basiert. Die Hauptgattungen der literaturwissenschaftlichen Gattungstheorie lassen sich in ihren Grundstrukturen auf andere, nicht-literarische Bereiche der Kulturproduktion übertragen und in ähnlicher Weise wie für den Bereich der Literatur in Form von Untergattungen ausdifferenzieren: so stellen das Hörspiel im Radio oder die aus der US-amerikanischen Medienszene adaptierten *Sitcoms* (*Situation Comedies*) Subgattungen mit dramatischer Struktur innerhalb des Medienbereichs dar; der Kriminalfilm (*film policier*) oder der Liebesfilm (*film d'amour*) repräsentieren audio-visuelle Äquivalente zu den literarischen Subgattungen Kriminal- und Liebesroman, die dominant narrative Strukturen aufweisen; Talkshows und die – in Frankreich weiterhin wichtigen und publikumswirksamen – Literatur- und Kultursendungen wie *Bouillon de culture* repräsentieren audiovisuelle Äquivalente zu argumentativen Gattungen des Literaturbereichs; Chansons und Videoclips schließlich verwenden, zumindest in ihrer Mehrzahl, poetische Grundstrukturen, die der Gattung Lyrik zuzurechnen sind.

Im Bereich der Kultur- und Mediengattungen ist ebenso wie bei den literarischen Gattungen zu unterscheiden zwischen (je historisch geprägten) *Gattungsbezeichnungen* und *Gattungsnamen* (wie ‚Roman‘, ‚Epopée‘, ‚Film d'horreur‘, ‚Feuilleton‘), den von den Benutzern mit Gattungsnamen verbundenen *Erwartungen* (hinsichtlich Inhalt, Stil, Ablaufschema, Sprache) und der *Wirkung* bzw. der *Funktion* der Verwendung von Gattungsbezeichnungen. So weckt beispielsweise die Verwendung der Gattungsbezeichnung *Romance* (2000) als Titel des erotischen Skandal-Films der französischen Regisseurin Catherine Breillat gezielt falsche Erwartungen, die vom Inhalt sowie dem Stil und der Sprache des Films systematisch gegen den Strich gebürstet werden. Gattungsbezeichnungen orientieren also den Leser, Hörer oder Zuschauer zunächst in allgemeiner Weise, informieren ihn darüber, um welchen Typ von Text oder Sendung es sich handelt und prägen somit seine Rezeptionshaltung. Der Fernsehzuschauer oder Rundfunkhörer entnimmt den Ankündigungen in Programmzeitschriften, den Programmansagen der Sender und schließlich den (Unter-)Titeln der Medienangebote, die Gattungsbezeichnungen wie ‚Krimi‘, ‚Lustspiel‘, ‚Fernsehspiel‘, ‚Quiz‘, ‚Wissenschaftsmagazin‘ oder ‚*émission culturelle*‘ enthalten, um welchen Typ von Sendung es sich handelt. „Solche Erwartungen stimmen offenbar bei den Medienhandelnden in den verschiedenen Rollen (vom Produzenten eines Fernsehfilms etwa bis zum Fernsehkritiker) weitgehend überein und werden in der Programmpresse durch die Verbindung von allgemeinen Kennzeichnungen und für typisch gehaltenen Bildbeispielen wiederholend eingespielt“ (Schmidt/Weischenberg 1991, 19).

Die Gattungstheorie im Bereich der Medien unterscheidet aufgrund ihrer spezifischen Struktur, d.h. ihrer auditiven oder audiovisuellen Materialität und ihres jeweiligen Wirklichkeitsbezugs bzw. Realitätseffekts, neben dem Begriff *Gattung* die Begriffe *Darstellungsformen* und *Berichterstattungsmuster*. Unter *Berichterstattungsmustern* werden in der Medienwissenschaft „Gesamtstrategien

des Wirklichkeitsbezugs“ (Schmidt/Weischenberg 1991, 14) verstanden und vier Typen unterschieden:

- die *objektive Berichterstattung* als das am meisten vertretene Muster, das den Anspruch auf eine möglichst wirklichkeitsgetreue Darstellung erhebt;

- der *Enthüllungsjournalismus* (oder ‚investigativer Journalismus‘), der die Aufdeckung von Missständen und Korruption in Staat und Gesellschaft anvisiert;

- der *Neue Journalismus*, der häufig auf literarische Stilmittel zurückgreift, Gattungen und vor allem Textsorten wie den Essay oder den Reisebericht verwendet, die von literarischen Traditionen geprägt wurden und zwischen Literatur und Journalismus angesiedelt sind;

- der *Interpretative Journalismus*, der neben der Aufarbeitung der ‚Fakten‘ eine Darstellung des Kontexts und des Hintergrunds anstrebt;

- eine Variation des Interpretativen Journalismus stellt der *Präzisionsjournalismus* (auch sozialwissenschaftlicher Journalismus genannt) dar, der bei der Kontextualisierung von Fakten in möglichst präziser Form auf wissenschaftliche Erkenntnisse zurückzugreifen sucht.

Vor allem die Berichterstattungsmuster des *Neuen Journalismus* und des *Interpretativen Journalismus* sind für Teile der französischen Medienszene charakteristisch: Journalisten wie Jean Daniel, der Herausgeber des *Nouvel Observateur*, die zugleich schriftstellerisch tätig sind; oder Schriftsteller, die regelmäßig journalistische Artikel veröffentlich(t)en, wie Albert Camus, Jean-Paul Sartre und Michel Tournier, sind repräsentativ für den ersten Typus. Als charakteristische Vertreter für den interpretativen oder sozialwissenschaftlichen Journalismus, die häufig selbst aus dem Universitätsmilieu stammen und als Hochschullehrer oder Forscher tätig sind oder waren, wären der Philosoph Michel Foucault zu nennen, der in den 1960er und 1970er Jahren eine Vielzahl von Beiträgen über soziale und politische Problembereiche wie Selbstmord und Kriminalität für Zeitschriften wie den *Nouvel Observateur* schrieb (Foucault 1996), der Semiologe Roland Barthes, der in den 1950er und 1960er Jahren seine als Buch unter dem Titel *Mythologies* veröffentlichten sozial- und ideologiekritischen Essays zunächst in Zeitschriften publizierte (Barthes 1957) und der Soziologe Pierre Bourdieu, der in der Presse und in den audiovisuellen Medien zu einer Vielzahl von kulturellen und sozialen Themen Stellung bezog und hierbei häufig auf eigene Forschungen zurückgriff (vgl. u.a. Bourdieu 1996, Bourdieu 1998).

Unter medialen *Darstellungsformen* werden „unterschiedliche Möglichkeiten der Gestaltung sowie der Darbietung einzelner Medienangebote“ (Schmidt/Weischenberg 1991, 14) verstanden. Der journalistischen Wirklichkeitskonstruktion beispielsweise liegen sechs Darstellungsformen zugrunde: Meldung und Bericht als *Nachrichtendarstellungsformen*, Kommentar und Glosse als *Meinungsdarstellungsformen*, Reportage und Feature als *Unterhaltungsdarstellungsformen*. Die medialen Gattungen oder Darstellungsformen lassen sich ihrem Textcharakter nach als referierende, interpretierende oder kommentierende Formen und

gemäß ihres medienspezifischen Vorkommens in Presse, Hörfunk und Fernsehen klassifizieren. Eine interpretative und kommentierende Darstellungsform wie der Essay findet sich beispielsweise in der Presse und im Hörfunk, aber nicht im Fernsehen; eine interpretierende und kommentierende Gattung wie der Leitartikel findet sich nur in der Presse; während Darstellungsformen wie das (Personen-)Porträt, das einen interpretierenden Stil aufweist, sich in allen drei genannten Medien findet (vgl. nachfolgend Schema 1).

Schema 1: Strukturen und Medienspezifika der Darstellungsformen (nach Roloff 1982, 10)

Gattung	Vorkommen in			Textcharakter meist		
	Presse	Hörfunk	Fernsehen	refer.	interpr.	komment.
Bericht	O	O	O	O	-	-
Bildunterschrift	O	-	-	O	O	-
Brief	O	-	-	-	O	O
Dokumentation	O	O	O	O	-	-
Essay	O	O	-	-	O	O
Feature	O	O	O	-	O	-
Feuilleton	O	O	-	-	O	-
Glosse	O	O	-	-	O	O
Interview, Diskussion	O	O	O	-	O	O
Kolumne	O	-	-	-	O	O
Kommentar	O	O	O	-	O	O
Leitartikel	O	-	-	-	O	O
Magazinbeitrag	-	O	O	O	O	-
Nachricht	O	O	O	O	-	-
Porträt	O	O	O	-	O	-
Pressespiegel	O	O	O	O	-	-
Reportage	O	O	O	O	O	-
Rezension, Kritik	O	O	O	-	O	O
Statement	O	O	O	O	O	O

1.4 Kultur- und Mediengeschichte

Die historische Dimension von Kultur- und Mediengeschichte betrifft eine zweifache Perspektive: diese zielt zum einen auf die Ausdifferenzierung des globalen Konzepts der ‚Kultur- und Mediengeschichte‘; und zum anderen auf Möglich-

keiten ihrer Periodisierung und, hiermit verknüpft, auf die Definition von Epochen-schwellen und Epochenstrukturen.

In systematischer Hinsicht lässt sich ‚Kultur- und Mediengeschichte‘ in vier autonome, aber zugleich eng miteinander verknüpfte historische Entwicklungsstränge ausdifferenzieren:

– die *Technikgeschichte* der Medien, d.h. die historische Entwicklung von Medien als „technische[n] Instrumenten zur Übertragung oder Speicherung von bestimmten Botschaften oder Inhalten“ (Elsner/Gumbrecht/Müller/Spangenberg 1991, 91);

– die *Institutionengeschichte* der Medien, die die Geschichte der Medieninstitutionen umfasst, d.h. beispielsweise die Geschichte von Verlagen, Bibliotheken, Fernseh- und Rundfunkanstalten;

– die *Programmgeschichte* der Medien, die die Inhalte und Strukturen von Mediengattungen umfasst;

– die *Kulturgeschichte* (oder *Mentalitätsgeschichte*) der Medien, die auf das „Verhältnis zwischen dem gesellschaftlich dominierenden Gebrauch bestimmter Medien und den damit verbundenen Konsequenzen für die Struktur des Wissens einer Gesellschaft“ zielt: „Die Erweiterung der Mediengeschichte auf die mentalitätsgeschichtliche Dimension eröffnet eine Perspektive zur Beantwortung der Frage, warum bestimmte Medien in bestimmten historischen Gesellschaften entstanden sind und entstehen und wie sie dann das jeweilige soziale Wissen verändern“ (Elsner/Gumbrecht/Müller/Spangenberg 1991, 91).

Die umrissenen vier Stränge der Mediengeschichte konstituieren einen engen Zusammenhang, sind aber zugleich autonom und ungleichzeitig: so führte die Erfindung des Buchdrucks um 1450 zunächst zur Einrichtung neuer Institutionen (Druckhäuser, Verleger). Die Entwicklung neuer, für die Buchdruckkultur spezifischer Inhalte und Gattungen, wie des *Essai* um 1580 in Frankreich durch Montaigne oder die Entstehung der ersten Wochenzeitung 1631 mit der *Gazette de France*, erfolgte sukzessive und mit einiger zeitlicher Verzögerung. Die einschneidenden kulturellen und mentalen Konsequenzen entwickelte die massenhafte Verbreitung des Buchdrucks jedoch erst in verschiedenen Schüben und Entwicklungsstufen zwischen der ersten Hälfte des 16. Jahrhunderts (Protestantismus und *Réforme huguenotte* in Frankreich) und dem Ende des 18. Jahrhunderts (Französische Revolution und Politisierung durch Flugschriften und Presseorgane) (Eisenstein 1975).

Auf der Grundlage dieser Differenzierungen lassen sich für die Kultur- und Mediengeschichte Frankreichs folgende Epochen unterscheiden:

– die *Medienkultur des Mittelalters* (10.–15. Jahrhundert): sie ist durch die Manuskriptkultur der kulturellen Eliten und die Präsenz von Mündlichkeit und visuellen Zeichen bei der breiten Masse der Analphabeten gekennzeichnet. Die geographischen und soziokulturellen Zentren der Manuskriptkultur bildeten die Klöster mit ihren Zentren in Burgund (Cluny) und der Ile-de-France, der Königshof (Ile-de-France und Loiretal) und die großen Fürstentümer;

– die *Buchkultur der Frühen Neuzeit und der Frühmoderne* (1450–1900), bei der sich zwei Entwicklungsphasen unterscheiden lassen: eine erste Periode der langsamen Verbreitung von Schrift- und Lesekenntnissen (von 2% um 1500 auf 30% 1789) mit einer sukzessiven Entwicklung entsprechender Medienangebote: religiöses Schrifttum und Flugschriftenliteratur (16. Jh.), Volksliteratur der *Bibliothèque Bleue* seit dem 17. Jahrhundert, Periodika und Volksalmanache (wie die durch Kolportagehandel weit verbreiteten *Messagers Boiteux*) seit der Mitte des 17. Jahrhunderts; Enzyklopädien und massenhafte Produktion von Romanen und Erzählbänden für das neue Lesepublikum des 18. Jahrhunderts. Die zweite Periode (1789–1900) ist durch ein Erreichen der Alphabetisierung der gesamten Bevölkerung durch die Einführung der allgemeinen Schulpflicht (1881), die Entwicklung neuer Drucktechniken (Lithographie und Rotationspresse) seit der Mitte des 19. Jahrhunderts und einen sprunghaften Anstieg der Zahl der großen Verlagshäuser sowie der Buch- und Zeitungsproduktion gekennzeichnet;

– die *multimediale Kultur der Moderne* (1900–1980): durch die Erfindung und Einführung des Radios, des Films und der Institution des Kinos in Frankreich in den ersten beiden Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts, die Einführung des Fernsehens (seit 1945) und die Ausdifferenzierung der Presselandschaft insbesondere durch die Entwicklung einer breit gefächerten Zeitschriftenlandschaft mit zahlreichen Magazinen für spezifische Interessengebiete (wie Kultur, Geschichte, Gastronomie) und segmentierte Publikumsgruppen (Jugendliche, junge Erwachsene, Frauen, Männer etc.) traten neben eine weiter expandierende Buch- und Lesekultur andere Medien, die in Frankreich jedoch stärker als in anderen Industrieländern mit dem Medium des Buchs verknüpft waren (u.a. durch die stärkere Präsenz von Literatur- und Kultursendungen im Radio und im Fernsehen);

– die *audiovisuelle Dominanz der Postmoderne* (ab 1980): die Kultur- und Medienentwicklung seit den 1980er Jahren ist zum einen – in Frankreich ebenso wie in anderen Industrieländern – durch Kontinuitätslinien gekennzeichnet, da Buchkultur, Hörfunk, Film und Fernsehen weiterhin die dominierenden kulturellen Medien bilden. Zugleich lassen sich Brüche und Innovationschübe feststellen: die Verbreitung computergestützter Kommunikations- und Informationssysteme, u.a. durch die Einführung und Verbreitung des Internets (seit 1992), der in Frankreich das elektronische Bildschirmtextsystem *Minitel* (1981) vorausging; die Stagnation der Buchproduktion und der Rückgang des Bücher- und Zeitungslesens, vor allem unter der jüngeren Generation; die Globalisierung der Medienangebote, vor allem im Filmbereich, in dem erstmals seit Mitte der 80er Jahre auch in Frankreich (mit erheblicher Verzögerung nach anderen westlichen Industriestaaten) in den Kinos US-amerikanische Filmproduktionen vor europäischen Produktionen dominieren; der Rückgang der Tagespresse, vor allem der Auflagenzahlen populärer Tageszeitungen wie *France Soir* und *Le Parisien libéré*; und schließlich die Einführung und sprunghafte Verbreitung der Videokultur, mit unterschiedlichen Techniken und sozialen Verbreitungsformen, die