

HCC versus LCC

Journalismuskulturen in Frankreich und Deutschland

Oliver Hahn*



Trotz voranschreitender Globalisierung bleibt Journalismus in unterschiedlichen Ländern weitestgehend kultur- und sprachsensibel. Auch wenn Deutschland und Frankreich topographisch so nah sind, scheinen beide Nachbarstaaten doch so fern, was ihre unterschiedlichen Kommunikationslogiken, historisch gewachsenen Mediensysteme und Journalismuskulturen angeht.

Jedoch haben beide Journalismuskulturen keine stereotypen metaphysischen Nationalcharaktere, sondern operieren unter verschiedenen kulturellen, sprachlichen, historischen, sozialen, politischen, ökonomischen, rechtlichen und verbreitungstechnischen Rahmenbedingungen.

Ein wichtiges wissenschaftliches Vermächtnis des US-Anthropologen Edward T. Hall ist die Gleichung: Kultur ist Kommunikation und Kommunikation ist Kultur. Nach Hall können Kulturen weltweit auf einer nach beiden Seiten offenen Skala, einem Kontinuum, eingeteilt werden; sie lassen sich zwischen zwei (extremen) Polen jeweils tendenziell und jeweils in Relation zueinander positionieren – und zwar hinsichtlich eines kulturtypischen Zeit- und Raumverständnisses sowie hinsichtlich eines kulturtypischen Informationskon-

textes. So werden unterschieden: monochrome/zeiteinteilende versus polychrone/zeiterteilende Kulturen, distanzwahrende/kontaktarme versus näherzulassende/kontaktreiche Kulturen, informationsexensive *Low-Context Cultures* (LCC) versus informationsintensive *High-Context Cultures* (HCC).

LCC wie zum Beispiel Deutschland sind eher in nördlichen Regionen zu finden, HCC wie zum Beispiel Frankreich dagegen eher in südlich-mediterranen Regionen.

Da Journalismuskulturen immer auch typische Aspekte und Muster interpersonaler Kommunikation widerspiegeln, sind einige Befunde auch für die (massen-) mediale interkulturelle Kommunikationsforschung relevant. Jede kommunizierte wie rezipierte Information in der interpersonalen und auch (massen-) medialen Kommunika-

Culture et communication

Malgré une grande proximité topographique, la France et l'Allemagne semblent bien loin l'un de l'autre en ce qui concerne leurs différentes logiques de communication, ainsi que leurs systèmes médiatiques et leurs cultures journalistiques dont l'évolution est étroitement liée au cours de l'histoire. Pourtant les cultures journalistiques ne sont marquées d'aucun stéréotype national à caractère métaphysique, mais opèrent plutôt dans différents cadres culturels, linguistiques, historiques, sociaux, politiques, économiques, juridiques et de techniques de distribu-

tion. « *La culture est communication et la communication est culture* », cette équation est un héritage scientifique important de l'anthropologue américain Edward T. Hall qui établit une distinction entre les cultures mues par un rythme monochronique/répartissant le temps et polychronique/divisant le temps, entre les cultures marquant la distance/à contacts rares et celles recherchant la proximité/à contacts fréquents, entre les *Low-Context Cultures* (LCC) à flux d'informations élevé (comme en Allemagne) et les *High-Context Cultures* (HCC) à faible flux d'informations (comme en France).
O.H.

* Dr. phil. Oliver Hahn ist Professor für Journalistik an der Universität Passau.

tion ist (bewusst oder unbewusst) kulturell konditioniert und kodiert.

Unterschiede zwischen deutschen und französischen Medien- und Kommunikationskulturen sowie Mediensystemen und ihrem jeweiligen politischen Umfeld zeigen auch wissenschaftliche Befunde von zum Beispiel Richard Batz, Rolf Kloepfer, Hanne Landbeck und Michael Schroeder sowie von Daniel C. Hallin und Paolo Mancini, die hier mit eigenen Forschungsergebnissen verknüpft werden.

Während die natürlichen Verbal-Sprachen in LCC (heute) primär als Kommunikationsinstrument dienen, gelten solche in HCC primär als Kulturgut und dienen sekundär der Kommunikation. Daraus resultierend ist laut Schroeder der Kommunikationsstil in LCC eher direkt, vermittelnd-pragmatisch und rational/abstrahiert. Dagegen ist der Kommunikationsstil in HCC eher indirekt, narrativ-verspielt und emotional/personalisiert.

Nach journalistischem Selbstverständnis in einigen LCC spielen Journalisten die Rolle unbeteiligter, distanzierter beobachtender Außenseiter. Die Presse fungiert als Sprachrohr des Bürgers, idealerweise als „vierte Gewalt“ im Staat. In einigen LCC hat die Presse nach angelsächsischer Maxime eine eher staatsdistanzierte Stellung und damit eine staatskontrollierende Funktion. Sie ist den politischen Institutionen gegenüber in der Regel kritisch eingestellt. Im dezentralen Deutschland sind die Auffassung vom staatsunabhängigen Journalismus und das hypertrophe föderale Mediensystem historisch zu erklären: als das genaue Gegenteil einer zentralisierten und „gleichgeschalteten“ Presse, wie sie unter der Nazi-Diktatur leidvoll erfahren wurde. Wenngleich sich insbesondere in Frankreich als HCC zunehmend das Selbstverständnis von Journalismus als *contre-pouvoir* entwickelt, spielen dort Journalisten doch immer noch eher die Rolle von Mittlern zwischen Bürgern und politischen Institutionen. In Frankreich hat also der Staat wie in anderen HCC auch einen vergleichsweise größeren Einfluss auf die Presse. Tatsächlich erinnert die Selbstdarstellung der Pariser Polit-Prominenz in den Medien nicht selten an die vorrevolutionäre monarchische Politik-Repräsentation. Die Staatsnähe einiger französi-

scher Medien mag ebenfalls historische Gründe haben: Im zentralisierten Frankreich, wo sich die politische, ökonomische und mediale Macht in Paris ballt, sind der Staat, die Wirtschaft und die Presse eng miteinander verwoben. Auch wenn beispielsweise der französische *Service-Public*-Rundfunk im Laufe der Jahre autonomer geworden ist, hängt er doch noch stark von der staatlichen Medienpolitik ab.

Influences de l'Etat

Dans l'Allemagne décentralisée, la conception d'un journalisme indépendant de l'Etat et le système médiatique fédéral hypertrophié ont une raison historique : ils sont le contraire exact d'une presse centralisée et « mise au pas », comme celle dont l'expérience douloureuse a été faite sous la dictature nazie. Bien qu'en particulier en France se développe de plus en plus une perception de soi du journalisme comme contre-pouvoir, les journalistes continuent à y jouer plutôt le rôle de médiateurs entre citoyens et institutions politiques. En France, l'Etat exerce donc également une influence relativement grande sur la presse. De fait, l'autoreprésentation des ténors parisiens de la politique dans les médias ne laisse pas sans rappeler bien souvent la mise en scène politique de la monarchie pré-révolutionnaire. La proximité étatique de certains médias français puise probablement elle aussi ses origines dans l'histoire : dans la France centralisée où le pouvoir politique, économique et médiatique est concentré à Paris, l'Etat, l'économie et la presse sont intimement liés. Même si par exemple le service public de radio et télévision français a gagné en autonomie au cours des années, il reste encore très dépendant de la politique de l'Etat en matière de médias.

O.H.

Form und Inhalt der Interviews

Der Journalismus unterscheidet sich signifikant auch in der Interviewführung: In Frankreich kann es durchaus üblich sein, im Vorfeld die Rahmenbedingungen und möglichen Beteiligten eines

Gesprächs mit Politikern abzustimmen, also dass Politiker diejenigen Journalisten vorschlagen, von denen sie interviewt werden möchten. Diese Vorgehensweise würden viele deutsche Journalisten als skandalösen „Liebesdienst“ an Politikern betrachten, weil sie sich Interviewer nicht von der Politik vorschreiben lassen wollen, sondern sie selbst die Politiker zum Interview einladen einladen, wie zum Beispiel in der Bundespressekonferenz.

Weitere gravierende Unterschiede fallen nach Batz, Kloepfer, Landbeck und Schroeder auf: Im Allgemeinen kennzeichnet den Journalismus in vielen LCC eine deutliche Trennung zwischen „neutraler“, nüchtern-beziehungsloser, faktischer wie abstrakter Informationsvermittlung und persönlich engagiertem Kommentar. Fakten und Hintergrundwissen werden immer sachlich-informativ, an expliziten Bezügen orientiert und ohne Umschweife kommuniziert. Charakteristisch für den Journalismus in vielen LCC ist eine gewisse Detailfreudigkeit. Im Gegensatz dazu kennzeichnen persönliche Betroffenheit, paternalistische Anteilnahme und emotionsgeladene, stimmungsbeschreibende Elaborate den Journalismus in vielen HCC. Fakten und Hintergrundwissen werden selten explizit und ausführlich kommuniziert, sondern häufig – im Vertrauen auf intuitive, exegetische Imaginationsfähigkeit und -geschultheit der Rezipienten – durch feinsinnige, nuancenreiche, interpretationsbedürftige Wortspiele und implizite, versteckte Anspielungen auf die Geschichte, Literatur und Persönlichkeiten transferiert. Die Kommunikation ist weniger sachlogisch als assoziativ orientiert. Charakteristisch für den Journalismus in vielen HCC sind eloquente, kommentierende und analytische Betrachtungen und Äußerungen.

Während der Journalismus in vielen LCC eher perfektionistisch auf der Inhaltsebene ist, ist der Journalismus in vielen HCC eher perfektionistisch auf der Formebene. Möglicherweise ist das in Frankreich auf die höfische Gesellschaft des 17. und 18. Jahrhunderts zurückzuführen, deren diskret zurückhaltende, den Gesprächspartner stets taktvoll respektierende Diplomatie und Konversationskunst weltberühmt waren. Aus diesem Grunde attestiert Batz einigen französischen

Muttersprachlern wegen ihrer Neigung zum sprachlichen Feinschliff heute noch eine gewisse „*Semiophilie*“, deren Ursache in den gepflegten Kulturidealen *éloquence* und *bien parler* liege.

Sobriété ou vivacité ?

Alors qu'en Allemagne le journalisme de télévision tend à être déterminé par une sobriété journalistique, une volonté d'exhaustivité de l'information ainsi qu'une présentation optique/acoustique plutôt limitée, le journalisme de télévision en France a tendance à se distinguer par une vivacité journalistique, par une incomplétude des informations acceptée d'avance, par une présentation optique/acoustique marquante, et par une animation ressemblant à un numéro d'acteur.

Contrairement au journalisme de télévision allemand, le journalisme de télévision français tend à concevoir les présentations sous une forme plus divertissante et ludique. Le journalisme de télévision français est plutôt axé sur l'image tandis que l'allemand est lui plutôt axé sur le mot au service d'une prétendue objectivité.

O.H.

Boulevardisierung

Was den TV-Nachrichtenjournalismus und die Medienästhetik betrifft, existieren in Deutschland als LCC und in Frankreich als HCC nach Batz, Kloepfer, Landbeck und Schroeder grundverschiedene Auffassungen, wenngleich in beiden Ländern die Unterschiede infolge des allgemeinen Trends zur Boulevardisierung sowie zur inhaltlichen und formalen Angleichung zwischen *Public-Service*- und privat-kommerziellen Rundfunkprogrammen zunehmend aufgehoben werden. Während der TV-Journalismus in Deutschland als LCC tendenziell von journalistischer Nüchternheit, angestrebter Vollständigkeit der Informationen und einer eher unspektakulären optischen/akustischen Aufmachung geprägt ist, zeichnet sich der TV-Journalismus in Frankreich als HCC tendenziell durch journalistische Lebhaftigkeit, von vornherein akzeptierte Unvollständigkeit der Informatio-

nen, eine eher augenfällige optische/akustische Aufmachung und schauspielähnliche Präsentation und Moderation aus. Im Gegensatz zum deutschen TV-Journalismus gestaltet der französische die Präsentationsformen tendenziell spielerischer und verspielter. Der französische TV-Journalismus ist eher bildzentriert, der deutsche eher wortzentriert im Dienste einer vermeintlichen „Objektivität“.

Nützlich und/oder divertierend

Im deutschen TV-Nachrichtenjournalismus wird nach Batz, Kloepfer und Landbeck unterschieden zwischen einem Nachrichtenjournal mit On-Moderator und einer Nachrichtensendung mit On-Sprecher, einer mehr oder weniger anonymen „Nicht-Person“, wie Landbeck sie nennt, die vorliest. Die Unterscheidung soll Rezipienten signalisieren, wann es sich um eine eher subjektive Sicht oder um eine eher „neutrale“ Darstellung der Informationen handelt. Diese Trennung findet ihren konsequenten Ausdruck in den Bildpositionierungen des Moderators bzw. Sprechers im On, die an die Leserichtung angepasst sind: Im Nachrichtenjournal sitzt der On-Moderator links im Bild, damit er von Rezipienten an erster Stelle vor der rechts im Bild schematisierten Information „gelesen“ wird. In der Nachrichtensendung da-

gegen sitzt der On-Sprecher rechts im Bild, damit Rezipienten zuerst die links im Bild schematisierte Information „lesen“. Dagegen wird nach Batz, Kloepfer und Landbeck im französischen TV-Nachrichtenjournalismus eher die News-Show mit einem Star-Moderator, also einem Popularitätsträger, bevorzugt, der die Zuschauer-Sender-Bindung fördert. Der Star-Moderator, stets persönlich „betroffen“ und den Rezipienten nahe, spielt Batz zufolge mehrere Rollen in Personalunion: die des regieführenden „Puppenspielers“, Schauspielers, Erzählers, Mittlers, Gesprächspartners und ersten „Zuschauers“. Dies findet seinen konsequenten Ausdruck in den mittigen Bildpositionierungen des Moderators, der so immer Blickkontakt zu den Zuschauern hält, um sich ihrer nahezu paternalistisch anzunehmen.

Während der deutsche TV-Journalismus laut Kloepfer und Landbeck einen rein „nützlichen“ Sinn hat, hat der französische TV-Journalismus einen „nützlichen und divertierenden“ Sinn. Vereinfacht zusammengefasst sind nüchterne Reflektierung, Systematisierung von Authentizität sowie Distanz zu den Ereignissen und Zuschauern die wichtigsten Charakteristika des deutschen TV-Journalismus. Dagegen sind nach Landbeck Direktheit von Authentizität sowie Nähe zu den Ereignissen und Zuschauern die wichtigsten Charakteristika des französischen TV-Journalismus.

Auswahlbibliografie

- Rolf Kloepfer, Hanne Landbeck, *Die Entwicklung von Fernsehästhetik im deutsch-französischen Vergleich*, in: Lothar Albertin, Marieluise Christadler, Gerhard Kiersch, Adolf Kimmel, Robert Picht, Gilbert Ziebura (Hg.), *Frankreich-Jahrbuch 1988*. Leske + Budrich, Opladen, 1988, 300 Seiten (S. 183–209).
- Hanne Landbeck, *Medienkultur im nationalen Vergleich. Inszenierungsstrategien von Fernsehnachrichten am Beispiel der Bundesrepublik Deutschland und Frankreichs*. Max Niemeyer, Tübingen, 1991, 190 Seiten.
- Richard Batz, *Französische Fernsehnachrichten als kultureller Text*. Max Niemeyer, Tübingen, 1992, 204 Seiten.
- Michael Schroeder, *Frankreich-Deutschland. Zwei unterschiedliche Auffassungen von Kommunikation*, in: Ursula E. Koch, Detlef Schröter, Pierre Albert (Hg.), *Deutsch-französische Medienbilder. Journalisten und Forscher im Gespräch*. Reinhard Fischer, München, 1993, 416 Seiten (S. 21–42).
- Oliver Hahn, Roland Schröder (Hg.), *Journalistische Kulturen. Internationale und interdisziplinäre Theoriebausteine – Lehrbuch*. Herbert von Halem, Köln, 2008, 272 Seiten.