

Philippe Viallon

## Les newsmagazines français et allemands dans la société télévisuelle [Deutsche und französische Nachrichtenmagazine in der Fernsehgesellschaft] (Abstract)

*Untersucht man die Entstehungsbedingungen der wichtigsten Medien – die Handschrift, den Buchdruck, die Zeitschrift, das Fernsehen und die neuen Technologien –, so kann man feststellen, dass sich gewisse Abläufe immer wiederholen: Das neu aufkommende Medium etabliert eine Machtposition, wogegen sich die alten Medien zu wehren versuchen; gleichzeitig passen sich die alten Medien zunehmend an die neue Situation an, indem sie teils das Neue imitieren, teils ihre eigene Besonderheit weiterentwickeln. Außerdem kann man beobachten, dass auch die Art zu denken, die Welt, den Raum und die Zeit wahrzunehmen, eine langsame, aber beständige Veränderung erfährt, ebenso wie die berufliche Praxis.*

*Diese Konkurrenzsituation ist natürlich die zweier Medien, die um die Gunst des Publikums buhlen. Dabei spielen verschiedene Faktoren eine wichtige Rolle: die Zeit und das Geld, die dem jeweiligen Medium gewidmet werden, sowie das Markenbild des Mediums. Die Konkurrenzsituation stellt aber auch einen symbolischen Kampf um Macht dar, ein Kampf, der zwischen einem Fernsehkanal und einem privaten Magazin sehr ungleich sein kann. Zugleich besitzt der Machtkampf eine politische Komponente, betrachtet man den immens großen Einfluss der Medien in einer Demokratie.*

*Im Rahmen dieses Verdrängungswettbewerbes zweier Medien ist die Zeit ab Mitte des 20. Jahrhunderts besonders interessant: Es entsteht mit dem Nachrichtenmagazin in Europa ein Medium, das zwar neuartig ist, sich aber dennoch auf eine ausgeprägte Tradition der (periodischen, meinungsbildenden oder illustrierten) Presse stützt. Gleichzeitig erstarkt ein noch fast unbekanntes Medium: das Fernsehen. Dessen Form, Praktiken und Sprachgebrauch entwickeln sich nach und nach, so dass sich das Fernsehen als das bestimmende Medium dieser Zeit durchsetzen kann. Wie wird sich dieser Konkurrenzkampf darstellen? Welche Argumente wird jede Seite vorbringen? Welche Entwicklungen werden sie durchleben und inwiefern kann man diese auf den Konkurrenten zurückführen?*

*Ausgehend von den vergleichbaren Situationen in Frankreich und Deutschland werden diese Fragen diskutiert. Das Ziel der Untersuchung ist dabei nicht, Monographien von Nachrichtenmagazinen aneinandersetzen, sondern herauszufinden, ob sich Parallelen zwischen beiden Ländern ziehen lassen. Hierbei soll die These vertreten werden, dass die Verbindung zwischen Fernsehen und Presse viel stärker war, als die Pressefachleute wahrhaben möchten.*

*Die Untersuchung ist in zwei Schritte gegliedert: Im ersten Teil sind bestimmte Aspekte sowohl ökonomischer als auch historischer Art zusammengefasst, deren Zusammenwirken eine komplexe Beziehung zwischen Fernsehen und Presse glaubwürdig macht.*

*Im zweiten Teil soll anhand einer semiolinguistischen Analyse der Schlagzeilen der Nachrichtenmagazine gezeigt werden, dass diese zwei Entwicklungsschübe erfahren haben: in den 1960er Jahren mit dem Durchbruch des Fernsehens und in den 1980/1990er Jahren mit der Entwicklung der privaten Fernsehsender, die sich vor allem das Ziel gesetzt haben, sich optisch von anderen abzusetzen.*

*Gegenstand der kontrastiven Analyse sind die deutschen Nachrichtenmagazine „Der Spiegel“ und, in geringerem Maße, „Focus“ sowie die französischen Zeitschriften „L'Express“ und „Le Nouvel Observateur“.*