

Susanne Bickel

## Miège, Bernard: The Capitalization of Cultural Production

1990

<https://doi.org/10.17192/ep1990.1-2.5590>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Bickel, Susanne: Miège, Bernard: The Capitalization of Cultural Production. In: *medienwissenschaft: rezeptionen*, Jg. 7 (1990), Nr. 1-2. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1990.1-2.5590>.

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

**Bernard Miège: The Capitalization of Cultural Production.- New York, Bagnolet: International General 1989, 165 S., \$ 9,95**

Im Gegensatz zu Vertretern der Kritischen Theorie, deren Begriff der 'Kulturindustrie' ein monolithisches Gebilde nahelegt, betont der in der Bundesrepublik (noch) weitgehend unbekanntes französische Kommunikationswissenschaftler Bernard Miège "die Kapitalisierung der kulturellen Produktion ist ein komplexer, vielseitiger und sogar widersprüchlicher Prozeß" (S. 13). Mièges Interesse konzentriert sich dabei nicht eng auf die Auswirkungen der Industrialisierung auf das einzelne Kunstprodukt; in der Industrialisierung der Kunst sieht er einen Prozeß der Kapitalverwertung, der den spezifischen Bedingungen - auch Restriktionen - in diesem Sektor unterworfen ist. Die Instabilität des Gebrauchswertcharakters von kulturellen Waren ist dabei für ihn ein wesentlicher Aspekt (vgl. S. 43).

Ausgehend von sozio-ökonomischen Kriterien erkennt Miège in seinen Analysen drei verschiedene, miteinander konkurrierende Entwicklungslinien der Kulturindustrien, logics genannt, die jeweils die Produzenten, die Art und Form der Produktion und die Konsumption beeinflussen: das Publikations-, 'Fluß'- und Pressemmodell. Der Autor zeichnet so ein sehr differenziertes, vielschichtiges Bild der Kulturindustrien mit ihren Brüchen, Widersprüchen und Inkonsistenzen. Überzeugend werden dabei die unterschiedlichsten Grade und Formen der Durchkapitalisierung der einzelnen Sparten der kulturellen Produktion aufgezeigt, wie das Nebeneinander vorkapitalistischer und monopolkapitalistischer Strukturen. Mièges differenzierte Herangehensweise eröffnet nicht nur politische Handlungsräume, sondern verweist auch auf die weißen Flecken der Forschung. Die skizzierten empirischen und theoretischen Defizite erfordern verstärkt interdisziplinäre sozialwissenschaftliche Forschung ("pluriscientific approach"), so das vehemente Plädoyer des Autors, der erfreulicherweise nicht in den Irrtum ähnlicher Erklärungsansätze zurückfällt.

In dem englischsprachigen Band sind insgesamt acht Arbeiten des renommierten Kommunikationswissenschaftlers zusammengefaßt, die in den Jahren 1976 bis 1986 entstanden sind. Die Aufsätze, bis auf wenige Ausnahmen erstmals übersetzt, umfassen neben grundsätzlicheren theoretischen Überlegungen (z.B. zu einer Theorie der Kulturindustrien) auch empirische Forschungsarbeiten (z.B. *the Cultural Industries and Children*). Darüber hinaus thematisiert Miège, Professor an der Universität Grenoble, in seinen Arbeiten aktuelle Entwicklungen, wie Bildschirmtext und akute Forschungsfragen. In dem Aufsatz *New Media, New Questions* setzt sich der Autor beispielsweise umfassend mit der neuen Qualität der Kulturindustrien und Kommunikationstechnologien auseinander. Zu Recht verweist Miège darauf, daß die Kulturindustrien und die Kommunikationstechnologien ein entscheidendes Moment in den Konzepten zur Modernisierung der Volkswirtschaft sind; sie gelten inzwischen als

die profitabelsten Investitionsfelder. Die mit dem ökonomischen Restrukturierungsprozeß einhergehende politische Transformation veranlaßt Miège, auch weitergehende Fragen nach den *social logics* zu stellen.

Mièges Arbeiten verdeutlichen, daß sozio-ökonomisch fundierte Kommunikationstheorien kein Relikt der siebziger Jahre sein müssen, sondern gerade Anfang der neunziger Jahre relevant sind. Die Lektüre dieses Buches birgt viele Anregungen für eine, in der Bundesrepublik (leider) vernachlässigte, sozio-ökonomisch fundierte Theoriebildung und ermöglicht dem Leser neben einem Zugang zu aktuellen französischen Theoriediskussionen auch einen Einblick in die entscheidenden angelsächsischen Debatten.

Susanne Bickel