

**Bill Grantham: 'Some Big Bourgeois Brothel'.
Contexts for France's Culture Wars with Hollywood**

Luton Bedfordshire LU1 3AJ; University of Luton Press 2000. 184 S.,
ISBN 1-86020-535-6, £ 12.95

Bill Grantham, Urheberrechtsexperte in Los Angeles, beschreibt das, was er Frankreichs Kulturkrieg gegen Hollywood nennt. Das Plädoyer ist flammend, die Rhetorik brillant. In den achtziger Jahren hatte er in *Variety*, *Screen International* und *Television Business International* darüber geschrieben, wie Hollywood in England und Frankreich Fuß fasste. Wie es sich für einen guten *lawyer* gehört, denkt er sich in die Argumentation der Gegenpartei hinein. Insoweit ist

die französische (und damit auch die europäische) Position zugespitzt dargestellt. Andererseits vertritt er in seinen Schlussfolgerungen die US-amerikanische Position und damit seine tatsächlichen oder potentiellen Mandanten.

Wir erfahren alles über die politischen und juristischen Hintergründe des großen, keineswegs beendeten TV-Quotenstreits der neunziger Jahre zwischen der Europäischen Union, angeführt von Frankreich, und der Uruguay-Runde von GATT, dem General Agreement on Tariffs and Trade, jetzt Teil der Welthandelsorganisation WTO (World Trade Organization). Die Darstellung des Streitgegenstands liest sich wie ein (gut fundierter) anwaltlicher Schriftsatz, gespickt mit Beweisanträgen, die im Buch gern in tabellarischer Form erscheinen (Tafel 8, S.99: „Weekly average viewing on multichannel cable system, Denmark 1987“). Das ist etwas für den Juristen und Europolitiker.

Was darüber hinaus das Buch für jeden Medieninteressenten zu einer dankbaren Lektüre macht, ist die Kontextualisierung des aktuellen politischen Streits in die letzten hundert Jahre medienkultureller Beziehungen zwischen Frankreich (England, Europa) und den USA. Mühelos verlässt Grantham dabei die juristische Argumentation und baut mit aufblitzenden sprachlichen Bildern und Metaphern ein klimatisches Szenarium, um nicht zu sagen: ein filmreifes Storyboard des diagnostizierten Kulturkampfes, personifiziert durch Helden und Gegenhelden, wie sie in einem Filmplot ihre Rollen hätten. Das ist ein grandioser Entwurf. Offenbar ist dies auch eine ausgesprochen plastische und gut lesbare Schreibweise, wie sie neidvoll Angelsachsen zuzugestehen ist. Und es ändert an der fesselnden Lektüre nichts, dass man hier und da und vielleicht ganz grundsätzlich anderer Meinung ist.

Die Rede ist in dieser Rezension vom ersten Teil Buches („Culture“), der dem juristischen und politischen Hauptteil („Trade“) vorgesetzt ist. Der Autor nennt die Beschreibung des hundertjährigen Kulturkriegs eine Pathologie. Er diagnostiziert auf beiden Seiten Konfusion, Ignoranz, Vorurteile, Irrtümer, Atavismus und leitet daraus die Irrationalität politischer Kompromisse ab (keine Kulturklausel im GATT, wohl aber Aufrechterhaltung der Quotenregelung, d. h. der Begrenzung amerikanischer TV-Filme im europäischen Fernsehen). Gleich auf Seite II. zeigt Grantham die Folgenlosigkeit der handelspolitischen Kämpfe auf. Hollywood erleide keinen messbaren Schaden durch die Quote, einerseits; andererseits bevorzugten die Europäer – Quotenregelung hin, Quotenregelung her – von sich aus einheimische Serien und Filme, so dass die politischen Entscheidungen für die Katz seien.

Ab Seite 7 geht es dann um Personifizierungen des Kulturkampfes. Der Kampfplatz ist abgesteckt. Die wenig rational geleiteten, wohl aber streitgeilen Recken haben Namen. In den zwanziger Jahren heißen sie Benjamin Péret und F. Scott Fitzgerald. Péret rügt im Namen Europas den unheilvollen Einfluss der USA („[...] the most emphatic garbage, the ignoble sense of money, the indigence of

ideas, the savage hypocrisy in morals, and altogether [...] a loathsome swinishness pushed to the point of paroxysm“ (S.7). Und Fitzgerald hatte schon vorher Europa den Fehdehandschuh hingeworfen: „God damn the continent of Europe. It is of merely antiquarian interest. Culture follows money [...] We will be Romans in the next generations as the English are now.“ (ebd.)

Grantham kommt in seinem Kulturkampfpanorama über den frühen, populären Buffalo-Bill-Kult in Europa (S.12.), dem deutschen *Metropolis*-Wahn (mit Hollywood-Aufwand gegen Hollywood; S.15) und Baudrillard (Amerika als Medienrealität; S.16) zum Quoten-Endkampf („The final quota battle“; S.145) im Kommerz-Teil seines Buches.

Das Buch ist gut editiert. Nicht nur für Juristen und Europolitiker sind die nach angloamerikanischen Muster aufgestellten Präzedenzfälle ein Leckerbissen. Aufgelistet sind auch Direktiven und Beschlüsse der Europäischen Kommission, Berichte und Anhörungen in den USA sowie eine stattliche Anzahl einschlägiger Presse- und Buch-Veröffentlichungen zur Quotenregelung.

Dietrich Kuhlbrodt (Hamburg)