
2.1 Produktion: Kulturjournalismus als Konstrukteur von Kultur

Konstruktivismus als Lesart, gar Grundlegung von Kulturjournalismus – das klingt nach der Allianz von professioneller Praxis und einem modischen Paradigma soziologischer Theorie. Eine konstruktivistische Sicht auf Kulturjournalismus erscheint hingegen als dringend gebotene Option. Kulturjournalismus bildet Kultur nicht einfach nur ab, Kulturjournalismus produziert selbst Kultur: Diese These leitet die Sicht auf Kulturjournalismus, die in der vorliegenden Darstellung eingenommen wird. Damit ist gemeint, dass Kulturjournalismus nicht einfach nur über Geschehnisse in der Kultur berichtet, sondern mit Interpretationsleistungen selbst zu Kultur beiträgt. Dieser Beitrag besteht in einer Produktion von Lesarten, die als kommunikative Anschlüsse angeboten werden, und die dazu beitragen, die Produktivität von Kultur anzuregen. Diese Produktivität beweist sich in der Produktion komplexer Bedeutungen, die als Sinnkonstrukte einer Gesellschaft Halt und Orientierung geben (vgl. Krijnen 2012, S. 281). Diese Konstrukte bilden keine außerhalb ihrer selbst liegende Wirklichkeit ab, sie gewinnen vielmehr selbst Wirklichkeitscharakter, weil sie eine Struktur bereitstellen, die mit einem Set an Themen, Inszenierungs- und Kommunikationsformen das individuelle und gemeinschaftliche Leben ordnet und damit besser lebbar macht. Wenn eine Kultur als Konstrukt begriffen wird, dann bildet sie sich aus den Perspektiven vielfältiger Beobachter, die sich untereinander austauschen, ihre Interpretationen abgleichen und damit das Kulturkonstrukt fortsetzen und zugleich permanent umbauen. Kultur lebt aus der Kopplung von Wiederholung und Variation – und aus einem Prozess, der sich aus immer neuen Anschlüssen speist.

Die These, nach der Kulturjournalismus selbst Kultur produziert, basiert auf einer konstruktivistischen Sicht der Medien insgesamt (vgl. Weber 2010a, S. 174 f.). Wer diese Position einnimmt, ist der Überzeugung, dass Medien Realität nicht ein-

fach abbilden, sondern sie wesentlich mit erzeugen. Die eigentliche Realität der Medien besteht nicht in den Inhalten, die als Entsprechungen einer außerhalb der Medien positionierten Wirklichkeit gedacht werden, sondern in den Kommunikationsakten, also in den Operationen der Medien selbst (vgl. Luhmann 1996, S. 13). Damit ist nicht gesagt, dass die Gegenstände der Berichterstattung der Medien nur in diesen Medien selbst existierten. Ob ein Verkehrsunfall, ein Parteitag, ein Attentat oder der Tod eines Staatsmannes – all dies geschieht wirklich. Aber Medien konstruieren die Realität, weil sie auswählen, fokussieren, darbieten, inszenieren, oft durch ihre Operationen und Formate sogar neue Fakten schaffen, auf die die Welt „da draußen“ wiederum reagiert. Der kurze Seitenblick auf das Phänomen der Talkshows genügt, um deutlich zu machen, wie sehr mediale Formate selbst wiederum eine eigene Faktizität gewinnen und das Denken, Sprechen und Handeln der Menschen in ihrem Alltag prägen und anregen. Mediale Operationen bringen Wirklichkeit nicht nur zur Erscheinung, sie konditionieren durch ihre Eigenlogiken vielfach, welcher Ausschnitt aus der „realen“ Realität eine Aussicht darauf hat, von Medien vermittelt zu werden. So spielt bei der Kür von Kandidaten für politische Funktionen die Frage, inwieweit diese Kandidaten medial vermittelbar erscheinen, keine geringe Rolle. Künstler müssen oft die Kriterien eines Stars erfüllen, um medial inszeniert und damit transportiert zu werden. Medien bilden also nicht einfach ab, sie wählen aus, prägen Kommunikations- und Wahrnehmungsmuster, konditionieren damit auch bei einem großen Publikum die Wahrnehmung dessen, was für wichtig und wirklich gehalten wird. Mediale Diskurse und Bildwelten prägen Beobachtungsweisen und damit Wirklichkeit (vgl. Schmidt 1994a, S. 7).

Damit ist wie in einem Zirkelschluss unausweichlich, dass Medien selbst zu der Realität gehören, die Medien repräsentieren. Medien beobachten nicht einfach nur Wirklichkeit, sondern auch die Weise, wie Medien Wirklichkeit in den Blick nehmen und zur Erscheinung bringen. Indem Medien einander beim Beobachten beobachten, praktizieren sie eine Beobachtung zweiter Ordnung (vgl. grundsätzlich Luhmann 1996, 2008). Zu der Wirklichkeit, die Medien darbieten, gehören also auch die Operationen, mit denen Wirklichkeit in den Blick kommt, diskutiert und bewertet wird. Medien sind nicht einfach Instrumente, sie haben selbst Realitätsstatus.

Wenn Medien nicht einfach nur Realität beobachten, sondern vor allem auch die eigenen Operationen beobachten – und das Publikum es ihnen darin gleich tut – verweist dies auf den hohen Komplexitätsgrad der Medien, aber auch der Kultur selbst. Indem die Zahl der Beobachtungsoptionen ausgeweitet und diese Optionen immer komplexer miteinander verschaltet werden, steigt der Bedarf an einem Management dieser Beobachtungen – und nach einem Überblick über die sich immer weiter anreichernden Dimensionen des durch Interpretationen erschlossenen

Sinns (vgl. Blumenberg 1986, S. 21). Der jetzt erreichte Stand einer Gesellschaft, die auf der Schwelle von der Mediengesellschaft zur voll integrierten Netzgesellschaft steht, provoziert die Frage, ob nicht auch eine Toleranz dafür entwickelt werden muss, dass Beobachtungen, Wirklichkeitsabgleiche und Vergleich durch Kritik immer schwerer zu handhaben sein werden und dadurch drohen, unwahrscheinlich zu werden (vgl. Baecker 2007, S. 84 f.).

Und wo bleibt da die Kultur? Sie ist längst im Spiel, da Kultur nicht einfach nur mit einem Kanon der schönen Künste gleichzusetzen ist, sondern über die Künste hinaus eben jenes Set aus Themensetzungen, Beobachtungsweisen, Kommunikationspräferenzen und Evaluierungsverfahren darstellt, mit dem eine Gesellschaft ihr Modell von Wirklichkeit bildet, strukturiert und fortlaufend revidiert (vgl. Schmidt 1994b, S. 600 f.; Lüddemann 2010, S. 12 ff.). Kultur koppelt also Medialität, Reflexivität und Kommunikation (vgl. Lüddemann 2011, S. 126) und bildet damit ebenso einen stabilisierenden Rahmen wie auch ein Kraftwerk der laufenden Erneuerung, weil „Kultur (...) in allem steckt und alles zusammenhält“ (Hettinger und Kramp 2013, S. 124). Kultur ist doppeldeutig: Sie stützt das Handeln und Kommunizieren der Individuen durch ihre Routinen ab und öffnet zugleich den Prozess eines ständigen Umbaus des einmal errichteten Wirklichkeitsmodells. Die Leistungen einer so aufgestellten Kultur sind mit der Notwendigkeit erkaufte, die Operationen der Kultur selbst fortlaufend zu reflektieren und darüber zu kommunizieren. Denn wir sind „auf Beschreibungsweisen beschränkt. Unser Universum besteht sozusagen aus diesen Weisen und nicht aus einer Welt oder aus Welten“ (Goodman 1995, S. 15). Medien funktionieren genauso selbstreflexiv wie die ganze Kultur. Als sich selbst tragende, also von externer Begründung befreite Konstrukte haben Medien wie Kultur auch keine andere Wahl.

Der Kulturjournalismus beobachtet Kultur und nimmt zugleich über reflexiv und damit komplex aufgebaute Kommunikationsstrukturen (vgl. Todorow 2000, S. 31) an ihren Prozessen teil. Damit ist ausgeschlossen, auf Kultur aus einer starren Beobachterperspektive zu schauen. Schon die Wahrnehmung von Kultur verändert unablässig ihren Standpunkt, ganz zu schweigen von den Reaktions- und Reflexionsweisen, die der Kulturjournalismus formuliert. Diese Sparte des Journalismus koppelt Routinen mit kreativen Innovationen – in der Form eines Prozesses mit mehreren Schritten, die jeweils wieder aufeinander verweisen. Diese Operationen verändern fortlaufend die Kenntnis über Kultur, sie erneuern die Kompetenz des Kulturjournalismus und halten das Konstrukt in Bewegung, das wir Wirklichkeit nennen (vgl. Simon 2011, S. 39). Im Zentrum steht dabei ein Prozess der permanenten Umcodierung kultureller Inhalte, die durch eine kritische Revision der Sprache vollzogen wird – nämlich als „Wettkampf zwischen einem erstarrten Vokabular, das hemmend und ärgerlich geworden ist, und einem neuen Vokabular, das erst halb

Form angenommen hat und die vage Versprechung großer Dinge bietet“ (Rorty 1997, S. 30). Als kreative Netzwerker am Geflecht der Kultur schreiben Kulturjournalisten mit ihren Texten immer neue Versionen jener Erzählung, die eine Kultur ausmacht. Die Geltung dieser Texte bemisst sich nicht an der Übereinstimmung mit einer externen „Realität“, sondern allein in ihrer sinnstiftenden Kraft – baldige Revision inbegriffen.

Der Kulturjournalismus generiert neue Bedeutungen in Prozessen, die sich in Kreisläufen vollziehen. Die Phasen des angesprochenen Prozesses seien hier angesprochen und der Nachvollziehbarkeit halber aus der Sicht der Kulturjournalisten als Akteuren beschrieben.

- Kulturjournalisten *scannen* die Kultur. Das umfasst neben den konventionellen Institutionen der Kultur auch die Medien und ihre Operationen sowie alle gesellschaftlichen Themenfelder. Zu dieser Operation gehört der schweifende Blick, der beständig zwischen vertrautem Terrain und jenen Arealen hin- und her wechselt, die auf den ersten Blick nicht zum Zuständigkeitsbereich der Kulturjournalisten gehören. Da Kultur ein Gewebe aus gesellschaftlich geteilten Themen-, Symbol- und Bedeutungskomplexen ist, suchen Journalisten bei dieser ersten Operation ständig nach jenen Themen, die im Hinblick auf Bedeutungsbildung einer Gesellschaft hin interpretiert werden können. Stephan Porombka hat für diese Beobachtung die Metapher der *Webcam* eingeführt (vgl. Porombka 2006, S. 52 ff.) und auf die gleichnamige Kolumne verwiesen, die zwischen 1999 und 2002 auf den damaligen „Berliner Seiten“ der Frankfurter Allgemeinen Zeitung erschien (vgl. Porombka und Schütz 2008, S. 236–240). Scan und Webcam teilen den Aspekt der vorurteilslosen Wahrnehmung. Während die Webcam hingegen fest montiert ist und in eine Richtung blickt, fährt der Scan ein komplettes Areal ab. Scans sind auch nicht starr, sondern bewegen sich über dem Beobachtungsterrain hin- und her. Mit dem Scan verbindet sich die Vorstellung der diagnostischen Durchdringung ebenso wie das Bild der wiederholten Wahrnehmung.
- Kulturjournalisten *fokussieren* anschließend alles das, was für sie zum Thema werden kann. Diese Operation kann sich auf Routinen stützen oder versuchsweise verfahren. Wenn Kulturjournalisten bei dieser Operation einer Routine folgen, dann nehmen sie in den Blick, was sie wiederholt in den Blick genommen haben – Standardthemen der Kultur, die regelmäßig berichtet werden. Verfahren Kulturjournalisten versuchsweise, dann bewegen sie sich an den Rändern ihres gewohnten Feldes oder gehen darüber hinaus. Dann stellen sie ihre Optik für einen Augenblick scharf, um zu überprüfen, ob ein bestimmtes Thema auch im Hinblick auf seine kulturelle Relevanz hin analysiert und diskutiert werden kann. Dafür intensivieren sie den *Scan* für immer feinere Suchbewegungen,

die ein Ziel haben: das Thema zu gewinnen, indem eine Beobachtung im Sinn des Konstruktivismus und der Systemtheorie vollzogen wird (vgl. Simon 2011, S. 59–66; Luhmann 2008, S. 210). Dafür handhaben Kulturjournalisten eine Unterscheidung, die das Thema von all dem trennt, was für diese Operation nicht Thema sein wird.

- Kulturjournalisten *evaluieren* und *validieren* das fokussierte Thema, indem sie es mit Fragen erproben und auf jene Phänomene beziehen, die in seinem Umfeld liegen. Evaluation bedeutet, ein mögliches Thema auf den Prüfstand zu stellen, es in Beziehungen zu setzen – mit anderen möglichen oder frühere behandelten Themen, es auf seine Relevanz zu prüfen und seinen Beziehungsreichtum auszutesten. Dazu gehört im Kulturjournalismus insbesondere, mögliche Querverbindungen zu anderen Feldern der Kultur und Medien, zu weiteren Arealen des sozialen Lebens, zu Fragen gesellschaftlicher Routinen und kollektiver Mentalitäten aufzudecken und plausibel zu machen. Zu diesem Schritt gehört Recherche von Fakten ebenso wie argumentative Absicherung.
- Kulturjournalisten *inszenieren* das Thema, indem sie eine Entscheidung darüber treffen, wie das Thema dargeboten werden soll. In diesen Schritt fällt die Wahl medialer Kanäle und Formate. An dieser Entscheidung hängt letztlich auch die Frage, welche Information vermittelt, welche Botschaft plausibel gemacht werden soll. Denn journalistisch aufbereitete Kulturthemen enthalten nicht nur Informationen, sondern auch Meinungen, Thesen und Interpretationen. Dieser Mix muss gewichtet und gestaltet werden – und das im Hinblick auf Adressaten, die als Zielpublikum in den Blick genommen werden. Die Spannweite reicht dabei von der allgemeinen Öffentlichkeit bis zur Ingroup. Mit dem Wort Inszenierung wird auf dieser Stufe der journalistischen Arbeitsprozesse darauf verwiesen, dass mit Medienformaten Kultur nicht einfach abgebildet, sondern in bestimmter Weise geformt, arrangiert und vor allem bewertet dem Publikum dargeboten wird. Kulturjournalisten unterbreiten eine Kommunikationsofferte insofern, als ihr Produkt eine bestimmte Interpretation innerhalb der Kultur anbietet und damit Anlässe für Anschlusskommunikationen bietet.
- Kulturjournalisten *revidieren* ihre Kommunikationsofferten, indem sie sich selbst und ihre Berufskollegen beobachten. Das Konstrukt einer auf Interpretation und Bedeutungsproduktion abgestellten Kultur funktioniert in hohem Maße reflexiv. Es gehört zu den Operationen dieser Kultur, die eigenen Themensetzungen und Wertentscheidungen immer wieder zu überprüfen. Diese Praxis teilen auch Kulturjournalisten, die Medien als Teil der Kultur beobachten und die Reaktionen auf ihre Offerten als Anlass für erneute Reflexion nehmen. Sie befragen jedes Thema auf seine Bedeutung hin. Das macht Interpretation zum permanenten Geschäft, auch im Sinn eines spezifischen Modus der

Beobachtung. An dieser Stelle schließt sich spätestens der Kreis. Zur Revision der eigenen Kommunikationsofferten gehört wiederum der Scan der Kultur, die durch mediale Operationen selbst fortlaufend stabilisiert wie auch verändert wird.

Der Blick auf diese Phasen der kulturjournalistischen Arbeit macht deutlich, dass die einzelnen Schritte hier nur idealtypisch getrennt sind. In der Praxis überblenden sich diese Arbeitsprozesse schon allein dadurch, dass Journalisten meist an einem Arbeitstag mit all diesen Schritten befasst sind – und dies im Hinblick auf unterschiedliche Themen, personale Kontexte und mediale Kanäle. Der Arbeitsprozess gewinnt seine Dichte und Beschleunigung immer wieder durch vielfältige Rückmeldungen und Revisionen, die einen nicht zu unterschätzenden Einfluss auf das Produkt nehmen. Dass derart beeinflussbare und auch konfliktträchtige Abläufe nicht funktionieren können, ohne zugleich durch verlässliche Routinen abgestützt zu sein, versteht sich von selbst. Mehr noch als ihre Berufskollegen aus anderen Themenfeldern müssen Kulturjournalisten bereit sein, ein hohes Maß an kontroverser Diskussion zuzulassen. Schließlich machen nicht einfach nur Fakten und Nachrichten ihr Themenfeld Kultur aus, sondern vor allem Interpretationen und Sichtweisen. Jedes Thema der Kultur ist von Bedeutungen besetzt. Das macht es für die journalistische Arbeit reizvoll und konfliktträchtig zugleich. Kulturjournalisten können in diesem Feld mit ihren Wortmeldungen besonderen Einfluss ausüben, auch wenn die Zeit der Kritikerpäpste und Kunstrichter vorüber ist. Stattdessen navigieren sie im Netz der interpretativen Bezüge einer Kultur als Sinnkonstrukt, das in einer Gesellschaft dadurch Orientierung gibt, dass es einen Themenvorrat inklusive standardisierter Wertungen bereit hält und Kommunikationen anleitet. In dieser Struktur operieren Kulturjournalisten als Experten der Interpretation, als Scouts innovativer Bedeutungskreationen und als Archivare der Erinnerung an jenen Bestand der Kultur, der für aktuelle Nutzung immer wieder verfügbar gemacht werden sollte.

2.2 Institution: Kulturjournalismus im Beziehungsgefüge

Für diesen Abschnitt des Kapitels wird die eben eingenommene Perspektive des Kulturjournalismus verlassen. Statt der Produktion von Bedeutungen kommen zunächst die Akteure des Kulturjournalismus und ihre Institutionen in den Blick. Danach wird wieder der Aspekt der kulturellen Produktivität und damit Kommunikation fokussiert. Damit wird zuerst die Ebene der Journalisten und der Redaktion, dann die Ebene der medialen Formen und Texte angesprochen.

2.2.1 Person: Die eigene Rolle

Ist die Rolle des Kulturjournalisten als Mischung aus der des „Berichters und Richters, des Experten und Unterhalters“ (Stücheli-Herlach 2012, S. 330) richtig beschrieben? Sobald nach dem Rollenverständnis dieser Profession gefragt wird, addieren Beobachter Berufsbezeichnungen und Ausübungscharakteristika zu nicht nur langen, sondern auch in sich widersprüchlichen Listen. Ein Berichterstatter bleibt neutral bei den Fakten, ein Richter schwingt sich zu subjektivem Urteil auf. Ein Experte versorgt seine Adressaten mit intelligenten Analysen, ein Unterhalter erreicht das große Publikum. Dies folgt aus den vier Rollenbezeichnungen, die in dem eben angeführten Zitat enthalten sind. Diese Bezeichnungen fügen sich nicht zu einem kohärenten Bild des Kulturjournalisten. Hinzu kommt, dass konträre Rollenkonzepte eine historische Entwicklung abbilden, in einer Zeit aber auch durchaus nebeneinander existieren können. Obendrein wechselt der Kulturjournalist zwischen diesen Rollen hin und her – und er integriert die jeweiligen Beobachtungs- und Kommunikationsformen dieser Rollen in seinen Texten. Das Bild des Kulturjournalisten, enger gesagt des Kritikers, ist also keinesfalls ohne Widersprüche (vgl. Reus 1999, S. 59). Aber wäre das im Hinblick auf das gerade eben entwickelte konstruktivistische Modell des Kulturjournalismus überhaupt denkbar? Natürlich nicht. Wer sich im Netzwerk der Kultur bewegt, muss in der Lage sein, Richtung und Status seiner Beobachtungsperspektive zu wechseln, ja, teilweise sogar, unterschiedliche Formen der Beobachtung zu kombinieren. Genau das leisten Kulturjournalisten, die sich auf der Höhe der Zeit befinden.

Wer sich auf eines der Rollenkonzepte allein festlegt, der riskiert nicht nur, seine Beobachtung der Kultur und ihrer Themen voreilig zu arretieren. Zugleich konservieren viele Rollenkonzepte des Kulturjournalisten auch Modelle, die inzwischen historisch geworden sind und in einer deutlich veränderten kulturellen Umgebung ihre Berechtigung verloren haben. Oder anders gesagt: Manche Rollenkonzepte bieten eine ungeeignete Beobachterperspektive.

Das gilt insbesondere für die Rolle des *Richters*, der das allgemeiner gefasste Konzept des Kritikers zuspitzt. Kritiker werten und bewerten, Richter urteilen, ja sie urteilen sogar ab. Der Kritiker wertet mit bewusst gesetzten Unterscheidungen. Er wird immer versuchen, seine Argumente transparent zu machen und mit Beobachtungen, die am Gegenstand nachvollziehbar entwickelt werden, zu verknüpfen. Der Richter hingegen verabsolutiert seinen Standpunkt. Er urteilt apodiktisch, bisweilen gar einseitig und ungerecht. Dieses Verfahren kann zu einem Rollenkonzept mit beträchtlichem Unterhaltungswert zugespitzt werden, wie Marcel Reich-Ranicki als Starkritiker des „Literarischen Quartetts“ zwischen 1988 und 2001 bewiesen hat. Doch der Richter maßt sich eine Autorität an, die im Geflecht der unterschied-

lichen Medienkanäle zwangsläufig relativiert werden muss. Nicht nur die zeitgenössische Kultur- und Kunstszene ist so komplex geworden, dass ein Kunstrichter einfach anachronistisch wirkt. Auch die medialen Welten sind dermaßen weit aufgefächert, dass sich ein apodiktisch entscheidender Kritiker kaum noch ungeteiltes Gehör verschaffen kann. Gerade die digitale Medienwelt emanzipiert Rezipienten zu Produzenten. Die Exklusivität des Kritikerstandpunktes ist längst verloren gegangen, die Figur des Starkritikers nur noch historische Erinnerung.

Ähnlich verhält es sich mit dem Rollenkonzept des *Unterhalters*, der in früheren Zeiten das Feuilleton als Textform in Gestalt der Plauderei, der locker geschriebenen Zeitbetrachtung gepflegt hat. Gegen einen unterhaltsamen Journalismus ist nichts zu sagen. Aber der Ton eines Feuilletons, das sich als gemütvolle Nebensächlichkeit positionierte, klingt heute antiquiert. Ebenso veraltet wirkt der Kulturjournalist, der sich als bloßer Plauderer versteht und seine Aufgabe darin sieht, sein Publikum ein wenig von hartem Alltag abzulenken. Einseitig wirkt aber auch der Kulturjournalist, der sich allein als *Berichterstatter* sieht und nur bei den Fakten bleiben will. Nichts gegen solide Information – aber Kultur operiert nicht einfach mit Fakten, sondern vor allem mit Deutungen. Diese Deutungen gilt es zu erkennen, zu diskutieren und zu transformieren. Das geht über die bloße Berichterstattung weit hinaus. Ebenso begrenzt wirkt allein für sich genommen der Kulturjournalist als *Experte*. Als Rezensent sollte er Experte auf seinem jeweiligen Gebiet sein, zugleich aber auch über ein gutes Breitenwissen in den unterschiedlichen Segmenten der Kultur verfügen. Vor allem darf er gegenüber seinem Publikum nicht als Experte auftreten. Er sollte sein Wissen verständlich vermitteln und damit die „Übersetzung und Deutung kultureller Zeichen für ein Massenpublikum“ (Reus 2012, S. 617) bewerkstelligen.

Entsprechend lässt sich die Rolle des Kulturjournalisten zunächst am besten über seine Aufgaben definieren. Ernst Elitz, ehemaliger Intendant des Deutschlandradios, prägte für diese Aufgabenstellung die prägnante Formulierung, der Kulturjournalist solle seine Adressaten „allseits gesprächsfähig“ (Elitz 2008, S. 435) machen. Gesprächsfähig ist ein Leser, Hörer, Zuschauer oder User, wenn er über aktuelle Geschehnisse informiert ist, Wertmaßstäbe unterscheiden kann, mit Hintergründen vertraut gemacht wurde und gelernt hat, sich selbst ein Urteil zu bilden und Aspekte der Kultur sinnvoll miteinander zu verknüpfen. Dieser komplexen Aufgabe kann nur der Kulturjournalist nachkommen, der sich nicht auf ein Rollenbild beschränkt, sondern mehrere dieser Bilder – und damit Selbstentwürfe – miteinander kombiniert. Vor allem muss der Kulturjournalist, um seine Adressaten gesprächsfähig machen zu können, selbst erst einmal gesprächsfähig sein. Dafür sollte er sich als Mittler begreifen. Diese Qualität betonen nicht ohne Grund so unterschiedliche Beobachter dieser Profession wie der legendäre Theaterkritiker

Friedrich Luft (vgl. Luft 2006, S. 92 ff.) und der Zeitungsanalyst Carlo Imboden (vgl. Imboden 2012, S. 111). Mittler sind hingegen nicht mittelmäßig. Sie wissen zu gewichten und zu unterscheiden, sie verstehen sich darauf, zu deuten und zuzuspitzen. Vor allem verfügen sie über die Fähigkeit, ihre Beobachtungen, Analysen und Thesen im Kontinuum einer journalistischen Form so zu inszenieren, dass sie Überzeugungskraft gewinnt. Mittlern sind sich vor allem darüber im Klaren, dass sie mit ihren medialen Angeboten eigene Sinnkonstrukte konstituieren – auch im Hinblick auf die Rezeption von Kunst. „Der Diskurs über das Kunstwerk ist kein bloß unterstützendes Mittel (...) zum besseren Erfassen, sondern ein Moment der Produktion des Werks, seines Sinns und seines Werts“ (Bourdieu 2001, S. 276).

Die Rolle des Mittlers fächert sich in diese Teilaufgaben auf:
Kulturjournalisten

- *informieren* über aktuelle Vorgänge der Kultur und Kunst. Sie orientieren sich dabei an Aktualität, Relevanz, Prominenz, Publikumsinteresse
- *beleuchten* Hintergründe und Kontexte aktueller Kulturthemen und sorgen so für deren Einordnung
- *interpretieren* künstlerische Leistungen und Inszenierungen, aber auch Phänomene des kulturellen Lebens in einem weiten Sinn
- *bewerten* insbesondere künstlerische Darbietungen, Objekte, Texte, Filme und weitere künstlerische Hervorbringungen sowie Akteure der Kunstsparten
- *integrieren* diese Leistungen in gut lesbaren Texten oder vermitteln sie durch andere mediale Formen
- *transferieren* Deutungsergebnisse auf andere Ebenen der Kultur und
- *verknüpfen* damit unterschiedliche Phänomene der Kultur und des Zeitgeschehens.

Kulturjournalisten sollten dabei ihr Publikum unterhalten, aber nicht ablenken, es unterrichten, aber nicht belehren, die Adressaten überzeugen, aber nicht überreden. Journalisten werden dabei auch als Person und Stimme in besonders prägnanter Weise sichtbar. Der kompetente Kritiker hat weiterhin Gewicht – nicht als Richter und Besserwisser, wohl aber als kundiger Beobachter, prägnanter Beurteiler und ausgewiesener Kenner, der nicht seine Allüren pflegt, sondern sich mitzuteilen weiß und seine Kenntnisse in den Dienst des Publikums stellt. Kulturjournalisten haben ihre Rolle als Akteure des kulturellen Lebens bewusst auszufüllen. Dazu gehört vor allem Reflexion. Der verantwortungsbewusste Kulturjournalist wird sich als *Anwalt* seiner Adressaten verstehen, indem er Wissen und Beurteilungskriterien vermittelt. Er wird sich als *Kreativer* begreifen, der sich Künstlern und Interpreten der unterschiedlichen Künste nahe weiß, und zugleich bewusst

einen eigenen Beitrag kultureller Produktivität liefert. Der Journalist unterstützt Kultur und die Künste, er ist aber kein *Lobbyist* von Kulturinstitutionen, Künstlern oder entsprechenden Interessengruppen. Der Kulturjournalist tritt nicht selbst als *Star* hervor, er weiß aber um die Sichtbarkeit, die er mit seiner publizistischen Wirkung erreicht. Rollenzuschreibungen wie die des *Starkritikers* (vgl. Stadelmaier 2006, S. 858) betrachtet er mit jener Distanz, die aus genau dem Unterscheidungsvermögen erwächst, die der Kulturjournalist gerade als Rezensent benötigt.

Aus dem konstruktivistischen Modell des Kulturjournalismus folgt für den einzelnen Journalisten, dass er sich vor allem als *reflektierender Beobachter* verstehen muss – auch im Bezug auf sein eigenes Rollenkonzept (vgl. Simon 2011, S. 44 ff.). Mit der Kultur beobachtet er nicht nur Medien, sondern auch sich selbst, indem er seine Positionierungen justiert und Wirkungen abschätzt. Der Kulturjournalist begreift sich in *diesem* Sinn als Akteur der Kultur, weil er genau weiß, dass er nur eine Beobachterperspektive unter vielen möglichen einnimmt und mit seinen medial übermittelten Äußerungen unablässig an der Bedeutungsproduktion der Kultur teilnimmt.

2.2.2 Umfeld: Die Redaktion

Der Begriff Feuilleton war bereits in einem dreifachen Sinn zu definieren (vgl. Abschn. 1.2). Eine dieser Sinndimensionen bezieht sich auf Feuilleton als redaktionelle Sparte (vgl. Dovifat 1976, S. 73). In diesem Sinn bezeichnet Feuilleton eines der so genannten fünf klassischen Ressorts einer Tages- oder Wochenzeitung. Neben Politik, Sport, Vermischtes, Wirtschaft und Lokales steht das Feuilleton als der Teil der Zeitung, der für Kulturthemen zuständig ist. Der gleichnamigen Seite in der Zeitung entspricht eine Gruppe von Redakteurinnen und Redakteuren, die das Feuilleton im Sinn der Kulturredaktion bilden. Solche eigenständigen Kulturredaktionen werden in der Regel nur von Medien- und Zeitungshäusern vorgehalten, die einen eigenen *Mantel* produzieren. Der Mantel einer Zeitung umfasst die überregionalen Seiten im Gegensatz zu den Lokal- und Regionalseiten.

Die Kulturredaktion einer Tageszeitung – um bei diesem zentralen Beispiel zu bleiben – umfasst in der Regel nur wenige fest angestellte Redakteure. In der Regel ist die Kulturredaktion deutlich kleiner als eine Politik- oder etwa Lokalredaktion. Sie verfügt meist auch über deutlich weniger redaktionellen Raum. Eine Tageszeitung weist täglich meistens nur eine Kulturseite aus, dafür aber mehrere Politik-, Sport- oder Lokalseiten. Auch andere Ressorts wie Vermischtes und Wirtschaft verfügen oft nur über eine eigene Seite pro Tag. Ein Kulturressort gestaltet allerdings nicht nur die als „Feuilleton“ oder „Kultur“ bezeichnete Seite, sondern

Kulturjournalismus

Medien, Themen, Praktiken

Lüddemann, S.

2015, XII, 147 S. 1 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-531-19649-7