

2 Kunstkommunikation aus öffentlichkeitstheoretischer Sicht

In der vorliegenden Studie geht es nicht um die Frage nach der Funktion von Medienöffentlichkeit für die Sphäre der Kunst. Stattdessen steht die Rolle im Vordergrund, die der Kunstkommunikation *für* Öffentlichkeit unter demokratietheoretischen Gesichtspunkten zugesprochen werden kann. Die deliberative Demokratie vertraut in der Vorstellung von Jürgen Habermas auf die Nutzung der „Produktivkraft Kommunikation“ (Habermas 1990, S. 39). Öffentlichkeit begreift Habermas als Netzwerk für die Kommunikation von Inhalten und Stellungnahmen und als Arena für die Wahrnehmung, Identifizierung und Behandlung gesamtgesellschaftlicher Probleme (Habermas 1992a, S. 436). Ausgangspunkt für eine solche öffentliche Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Problemlagen kann auch die Thematisierung von Kunst und Kultur sein. Normative Öffentlichkeits- und Demokratietheorien haben sich jedoch zumeist auf politische Kommunikation im engeren Sinne beschränkt, was bereits vielfach Gegenstand der Kritik geworden ist (z. B. Peters 2007, S. 211; Winter 1993, S. 35; Raupp 2001, S. 21; McGuigan 2005; Neuberger 2014, S. 288). Obwohl die Öffentlichkeitsforschung im deutschsprachigen Raum derzeit Konjunktur hat², sind öffentliche Kunstdiskurse noch nicht in ihr Blickfeld geraten.

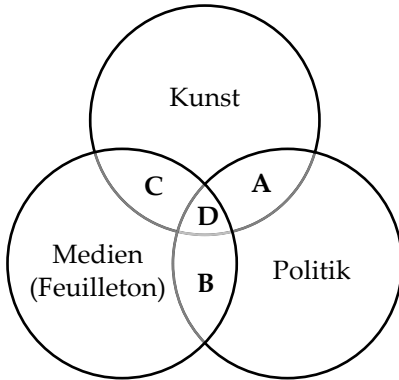
Vor diesem Hintergrund geht die vorliegende Arbeit der Frage nach, welche Rolle der Kunstkommunikation für die öffentliche Deliberation zukommt. Die Kunstberichterstattung des *Feuilletons* eignet sich für

² Beispielweise zeugt der Dreiländerkongress von 2011 (veranstaltet von DGS, ÖGS und SGS) mit dem Titel „neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit“ von dem Interesse, dass dem Thema in der deutschsprachigen Wissenschaftslandschaft entgegen gebracht wird.

ein solches Vorhaben als Untersuchungsgegenstand in besonderer Weise, denn das Traditionsressort ist sowohl ein klassischer Ort des öffentlichen Gesprächs über die Kunst, wie auch ein zentrales Forum öffentlicher Debatten (Peters 2007, S. 167). Die Leitmedien der Presse sind nicht die einzigen Medienforen, in denen Kunst zum Thema gemacht wird, sie können aber als wichtige Arenen öffentlicher Diskurse in modernen Gesellschaften gelten und erscheinen sowohl hinsichtlich ihres intellektuellen Gehalts als auch hinsichtlich ihres Einflusses als grundlegend für öffentliche Deliberation (ebd., S. 129f.; Keller 2009, S. 40).

In Abbildung 1 wird in vereinfachter Darstellung der Wirklichkeitsausschnitt präzisiert, der in der Arbeit untersucht wird (Ausschnitt C und D). Er kann an der Schnittstelle von Medienöffentlichkeit, Kunst und Politik verortet werden.

Abbildung 1: Eingrenzung des Untersuchungsgegenstands



Quelle: Eigene Darstellung

Die vielfältigen Formen *politischer Kunst* (Bereich A) und die *allgemeine Politikberichterstattung* der Medien, bzw. des Feuilletons (Bereich B) werden in der vorliegenden Arbeit nicht untersucht. Im empirischen Teil der Arbeit wird mithilfe einer quantitativen Inhaltsanalyse zunächst die all-

gemeine Kunstberichterstattung der Leitmedien analysiert (Bereich C). Aus diesem Bereich werden alle Artikel ausgewählt, in denen über gesellschaftliche Probleme diskutiert wird. Dieser Teilbereich der allgemeinen Kunstberichterstattung (Bereich D) ist Grundlage der anschließenden Diskursanalyse.

Im folgenden Kapitel werden zunächst die Thesen präzisiert, die in der Debatte um das Feuilleton und den Kunstboom vorgebracht wurden. Aus beiden Debatten wird die These einer „Politisierung der Kunstkommunikation“ abgeleitet. In einem weiteren Schritt erfolgt die Darstellung des aktuellen Forschungsstands zur Kunst- und Kulturberichterstattung. Dabei steht die Frage im Zentrum, inwieweit sich in den bereits vorliegenden empirischen Studien Hinweise auf politische Kommunikation im Kulturressort finden lassen. In den nachfolgenden Kapiteln wird schließlich die öffentlichkeitssoziologische Perspektive der vorliegenden Arbeit präzisiert.

2.1 Die Feuilleton- und Kunstboomdebatte

Dem Ressort Feuilleton wird in Deutschland um die Jahrtausendwende eine „Politisierung“ unterstellt. Nur wenige Jahre später wird der Kunst im medialen und wissenschaftlichen Diskurs ein gesellschaftlicher Bedeutungsgewinn zugeschrieben. Es ist von einem „Kunstboom“ die Rede. Beide Debatten werden im Folgenden eingehender analysiert.

Die Debatte um den Strukturwandel des Feuilletons wird sowohl auf medienwissenschaftlicher wie auch auf journalistischer Ebene geführt. Unterstellt wird ein Wandel von der klassischen Kunstkritik hin zu einer „Politisierung“ des Kulturteils und zu einem „Ressort der Grundwertediskussion“ (Haller 2003). Soziale und politische Debatten würden vermehrt Raum in den Kulturteilen der Zeitungen einnehmen, so die Behauptung. Dieser „Funktionswandel des Kulturjournalismus“ forcieren eine Entwicklung des Feuilletons zu einer Art „Meta-Ressort mit Allzu-

ständigkeit“ (ebd., S. 3).³ Das Feuilleton habe an Bedeutung gewonnen, seitdem es sich verstärkt gesellschaftspolitischen Themen zugewandt habe (Völckers 2004, S. 9).

Die Feuilletonisten beschränken sich gemäß dieser These nicht mehr nur auf Kunst und Kultur, sondern weiten ihre Deutungshoheit zunehmend auch auf andere gesellschaftliche Bereiche aus. Vor dem „weiten Horizont ihrer kulturellen Kompetenz“ würden Kulturredakteure zunehmend „Sondierungen in die Tiefe“ vornehmen, wie dies beispielsweise in der Feuilletonberichterstattung über den Irakkrieg geschehen sei (Weis 2004, S. 12). Die wesentlichen Debatten des letzten Jahrzehnts seien nicht im Fernsehen oder im Internet, sondern in den Feuilletons der überregionalen Tages- und Wochenzeitungen geführt worden (ebd., S. 12f.).⁴ Das zeitdiagnostische Feuilleton habe derzeit Konjunktur (Seifert 2004).⁵ Die Feuilletonforscherin Almut Todorow bemerkt, die Behauptung sei nicht abwegig, dass „die räsonierende und seismographisch zeitdiagnostische Funktion der Kulturkommunikation“ gegenwärtig in ihrer Blüte stehe (Todorow 2008, S. 293). Auch die Sozialwissenschaftler Gunther Reus und Lars Harden sprechen von einer „augenscheinlichen Bedeutung politischer und sozialer Debatten im Kulturteil“ und proklamieren, dass kein anderes Zeitungsressort „als Forum der Diskussion gesellschaftlichen Wertewandels“ in den vergangenen Jahren für Analysen so attraktiv geworden sei wie das Feuilleton (Reus und Harden 2005, S. 154f.). Tatsächlich können die Autoren in ihrer Feuille-

³ Der Medienwissenschaftler Michael Haller postuliert, dass „annähernd jedes gesellschaftspolitische Thema, sofern es nur schlagzeilenträchtig oder irgendwie folgenreich erscheint“ dem Feuilleton „Stoff für Kabale und Kontoverse“ liefere: „Rentenprobleme und Gesundheitsvorsorge, Börsencrash und Friedenssicherung, der Antiamerikanismus der Franzosen und die Frankophonie der Amerikaner: Kaum ein Talkshow-Thema, für das sich das Feuilleton einer überregionalen Tageszeitung nicht längst schon stark gemacht hätte“ (Haller 2003, S. 3).

⁴ Christina Weiss, Journalistin und zwischen 2002 und 2005 Staatsministerin für Kultur und Medien, führt als Beispiele u. a. den Historikerstreit, die Walser-Bubis-Debatte, die Diskussion um das Holocaust-Mahnmal und um Gentechnologie an (Weis 2004, S. 13).

⁵ Als ein wichtiger Protagonist des Debattenfeuilletons galt Frank Schirrmacher. Er hat den Kulturteil der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* vom klassischen Feuilleton verabschiedet, was innerhalb der Medienlandschaft Nachahmer gefunden hat, allen voran bei der *Süddeutschen Zeitung* (Höhne und Russ-Mohl 2004; Schütte 2004, S. 38; Jessen 2002).

tonstudie einen steilen Anstieg von Politikthemen zwischen 1983 und 2003 nachweisen.⁶

Die Diagnose eines politisch-zeitdiagnostischen Feuilletons bezieht sich nicht unbedingt auf ein *neues* Phänomen. Vielmehr reicht die Tradition eines „Räsonierfeuilletons“ (Haller 2002, S. 15) historisch weit zurück und hat in Deutschland insbesondere in den 20er Jahren des 20. Jahrhunderts eine Blütezeit erlebt. Die Kunstkritik der damaligen Zeit verbindet sich mit Namen wie Kurt Tucholsky, Walter Benjamin, Alfred Kerr, Sigfried Kracauer, Joseph Roth und Karl Kraus (Reus 2005, S. 196). In dieser Zeit entstanden neue Formen des sozialkritischen Essays, in denen die soziale Realität mit „literarischer Tiefenschärfe“ gedeutet wurde (Haller 2002, S. 14). Im „meinungsfreudigen Feuilleton der Weimarer Zeit“ spiegelten sich die „weltanschaulichen Richtungskämpfe der Zeit“ (Reus 2005, S. 194). Diese Tradition wurde allerdings durch die Nationalsozialisten (vorläufig) beendet. Goebbels Propagandaministerium benannte das Ressort in „Kulturpolitik“ um, das anstelle der „Kritik“ das „völkische Kulturleben“ zu würdigen hatte (ebd., S. 195). Nach den negativen Erfahrungen der Instrumentalisierung und Vereinnahmung von Kunst und Kultur durch die Nationalsozialisten wurde die Trennlinie zwischen Politik und Kultur in der Bundesrepublik Deutschland wieder schärfer gezogen. Nach dem Zweiten Weltkrieg kam es in diesem Sinne zu einer „Entpolitisierung des Feuilletons“ (Reus und Harden 2005, S. 170). Der deutsche Kulturjournalismus folgte dem von den Alliierten eingeführten Diktum der Trennung von Nachricht und Meinung (Haller 2002, S. 15).⁷

Neben einer „Politisierung des Feuilletons“ wird im medialen und wissenschaftlichen Diskurs auch ein Boom der Künste proklamiert. Dieser Diagnose waren Rekordmeldungen über immer höhere Preise für

⁶ Der Anteil der Politikberichterstattung stieg von 1 % im Jahr 1983 auf 8 % im Jahr 1993, bis hin zu 15 % im Jahr 2003 (Reus und Harden 2005, S. 162).

⁷ Nach Michael Haller knüpften allein die „vom Informationsjournalismus freigestellten Wochenzeitungen“ (darunter vor allem Die Zeit) an die Tradition des „Räsonierfeuilletons“ an und agierten in den 60er Jahre als Meinungsführer im Diskurs über die großen gesellschaftspolitischen Themen (Haller 2002, S. 15).

Kunstwerke auf den internationalen Kunstmärkten vorausgegangen. Ein signifikanter Aufschwung an den großen Kunstmärkten und größere Marktzuwächse sind erstmals 2003 und 2004 zu verzeichnen (Blomberg 2005, S. 7; Schreiber und Thibaut 2010). Seitdem hält der Boom auf den Kunstmärkten an und wurde auch von der Finanzkrise im Jahr 2008 nur kurzzeitig abgeschwächt.⁸

Die Diagnose eines Kunstbooms bezieht sich aber nicht nur auf ökonomische Kennzahlen. Der Boom wird von Akteuren aus Kunst, Medien und Wissenschaft vielmehr als weitergehende gesellschaftliche Entwicklung interpretiert. Es werden im Diskurs vor allem drei Thesen vorgebracht: (1) Der Kunstsektor ist massiv gewachsen. (2) Die Kunst findet als Thema in Öffentlichkeit und Medien immer stärkere Berücksichtigung. (3) Die Kunst genießt zunehmende Popularität und gesellschaftliche Wertschätzung.

Die Expansion des Kunstsektors (These 1) manifestiert sich nach Ansicht der Diskursteilnehmer in der zunehmenden Zahl an Kunstbienalen und Kunstmessen sowie in spektakulären Kunstaustellungen mit Besucherrekorden. Darüber hinaus ist immer wieder von einer „rasch wachsenden Galerienlandschaft“ die Rede (Kindermann 2008). Seit Jahren sei eine stete Zunahme an Sammlern, Museen und Galerien zu beobachten (Kaiser 2007). In kunstsoziologischen Beiträgen ist von „goldenen Jahren“ zwischen 2005 und 2008 zu lesen, in denen die Kunstproduktion in den Formaten, in der Zahl der Produzenten und des Hilfspersonals, wie auch auf institutioneller und organisatorischer Ebene immer größere Dimensionen angenommen habe (Munder 2013, S. 8).

Es wird außerdem davon ausgegangen, dass die Kunst verstärkt im Fokus von Öffentlichkeit und Medien steht (These 2). Die Ausdehnung des Kunstbereichs erstreckt sich in diesem Sinne auch auf die wachsende Zahl an Medienformaten, die Kunst zum öffentlichen Thema

⁸ Bereits im Jahr 2010 wurden auf dem Kunstmarkt wieder die bis dato höchsten Preise aller Zeiten erzielt (Schreiber und Thibaut 2010).

machen (Lüdeking 2011, S. 28).⁹ Die deutsche Kunstkritikerin Isabelle Graw konstatiert, dass die Feuilletonredaktionen von FAZ und SZ sich bereits im Vorfeld der documenta 12 im Jahr 2007 darin überboten hätten, erste Bilder von Installationsansichten zu liefern und der Umfang der Vorberichterstattung zu dieser Kunstaussstellung das bisherige Maß bei weitem übertroffen habe (Graw 2008, S. 114). Kunst sei in der Öffentlichkeit präsenter sei als jemals zuvor, den Medien komme für die Vermittlung von Kunst eine immer wichtigere Rolle zu, heißt es auch an anderer Stelle.¹⁰

Unterstellt wird außerdem eine Popularisierung und wachsende gesellschaftliche Wertschätzung der Kunst (These 3). In den Medien wird behauptet, die Beschäftigung mit der Kunst sei nicht mehr länger das Privileg eines elitären Kreises von Kunstkennern, vielmehr habe sich die Gegenwartskunst zu einem Bestandteil der modernen Populär- und Eventkultur entwickelt (Kindermann 2008). Kunst sei „auf breiter Front gesellschaftsfähig geworden“ (Kahlefeldt 2007) und im „Zentrum der Gesellschaft“ angekommen (Blomberg 2005, S. 16). Der Boom der Kunst habe eine weitgehende Öffnung für breitere Publikums- und Gesellschaftskreise forciert, sodass dass sich mehr Menschen als je zuvor mit Kunst beschäftigen (Kindermann 2008). Das Prinzip Gegenwartskunst habe sich noch nie zuvor einer so großen Beliebtheit erfreut (Graw 2008, S. 113). Die Kunst wird zum neuen „Massenmedien“ erklärt und gefragt: „Warteschlangen vor den Museen, auf den Auktionen explodieren die Preise. Woher die Euphorie?“ (Rauterberg 2006).

⁹ Gleichzeitig wird in der Öffentlichkeit eine „Krise der Kunstkritik“ beschworen. Diese Diagnose beruht allerdings auf keiner systematischen empirischen Evidenz, sondern auf Alltagsbeobachtungen von Insidern (Wuggenig 2013b, S. 396, 415). Die wenigen verfügbaren Daten belegen eher die These einer gestiegenen Bedeutung der Kunstkritik (ebd., S. 422).

¹⁰ In der Ankündigung eines von der Kulturstiftung des Bundes geförderten Symposiums heißt es: „Kunst ist heute so präsent in der Öffentlichkeit wie niemals zuvor. (...) die Medien übernehmen mit einer wachsenden Zahl an Zeitschriften, Internet-Portalen und Kultursendungen im Fernsehen und Hörfunk eine zentrale Vermittlerposition zwischen Werk und Betrachter“ (Kulturstiftung des Bundes 2011).

Die Kunst wird in Medienberichten aber nicht nur als neues gesellschaftliches „Massenmedium“ etikettiert, sondern auch zu einem neuen gesellschaftlichen „Leitmedium“ stilisiert (Kaiser 2007; Serrao 2007). Damit wird die Vorstellung verbunden, dass die Kunst in der Gegenwart in den Genuss einer breiteren gesellschaftlichen Wertschätzung geraten sei. Dazu bemerkt die Kunstprofessorin und Kunstkritikerin Isabelle Graw:

„Noch bis in die späten 1990er Jahre hinein sah man sich als Kunstkritikerin mit der Vorwurf konfrontiert, dass die Kunstwelt ein elitärer Haufen sei, wenig zugänglich, und zumal ihre Vernissagen ein abschreckendes Beispiel für starre Hierarchien. Heute braucht man nur eine beliebige Life-Style- oder Modezeitschrift (...) aufzuschlagen, um auf seitenlange Berichte über Kunstmuseen, Eröffnungspartys oder Portraits markterfolgreicher Künstler/innen zu stoßen“ (Graw 2008, S. 113).

Diese Thesen müssen aus sozialwissenschaftlicher Sicht teilweise in Zweifel gezogen werden. Zwar zeichnet sich eine Expansion des Kunstsektors ab, ein erhöhtes Interesse der Deutschen an der Kunst lässt sich anhand von repräsentativen Bevölkerungsumfragen aber nicht erhärten.¹¹ Auch die These einer sozialen Öffnung der Kunst ist angesichts der empirischen Datenlage wenig überzeugend.¹² Dennoch zeigt der Diskurs um den Kunstboom, dass der Kunst in der Öffentlichkeit eine gestiegene gesellschaftliche Bedeutung *zuschrieben* wird.

Es stellt sich abschließend die Frage, ob (a) mit der Politisierung der Kulturberichterstattung und (b) dem Bedeutungsgewinn der Kunst in der Öffentlichkeit auch ein Bedeutungsgewinn der Kunst für die *politische Öffentlichkeit* einhergegangen ist. Interessant ist in diesem Kontext eine

¹¹ Für eine Expansion des Kunstsektors sprechen u. a. die wachsende Zahl an Kunstmuseen in Deutschland (Institut für Museumsforschung 1999-2010) und die stetig wachsende Zahl von Biennalen auf globaler Ebene (Buchholz und Wuggenig 2013, S. 173). Das Interesse an Kunst und Kultur liegt bei den unter 30-Jährigen nach Angaben des Allensbacher Instituts allerdings rund ein Drittel unter dem Niveau, dass es Ende der 90er Jahre aufwies (Köcher 2010, S. 433).

¹² Untersuchungen zur Struktur des Hochkulturpublikums zeigen weiterhin eine Überrepräsentation von hoch gebildeten Personengruppen, gerade in den Kunstmuseen (Rössel et al. 2005; Bachleitner und Schreuer 2008).

Befragung unter Besuchern von europäischen Kunstmuseen: Während im Jahr 1993 und 1994 im Schnitt 29 % der befragten Besucher von Museen der Gegenwartskunst in Wien, Paris und Hamburg der Auffassung waren, dass die Kunst „frei von politischen Bezügen“ sein sollte, halbierte sich der Anteil der Verfechter dieses Kunstverständnisses in verschiedenen Ausstellungen des Migros Museums für Gegenwartskunst in Zürich im Jahr 2009 und 2010 auf 14 % (Prinz und Wuggenig 2013, S. 213). Dies könnte ein Hinweis sein, dass der Kunst gegenwärtig nicht nur eine gestiegene kulturelle Bedeutung, sondern auch eine größere Relevanz für die politische Öffentlichkeit zugesprochen wird.

Aus der Debatte um das Feuilleton und der Debatte um den Kunstboom kann folglich die These einer „Politisierung der Kunstkommunikation“ abgeleitet werden. Diese Hypothese wird im empirischen Teil der vorliegenden Arbeit überprüft. Im folgenden Kapitel wird zunächst zu klären sein, welche Hinweise der aktuelle Forschungsstand zum Grad der „Ästhetisierung“ oder „Politisierung“ der Kunst- und Kulturkommunikation der Presse liefern kann.

2.2 Forschungsstand

Künstler sind in ihrem Wirken grundlegend auf ›Öffentlichkeit‹ angewiesen. In öffentlichen Diskussionen wird über die künstlerische und gesellschaftliche Bedeutung ihrer Werke debattiert. Der öffentliche Diskurs über Kunst findet aber nicht nur in den Kunsthäusern und Galerien statt, sondern auch in den Leitmedien, denen in modernen Gesellschaften eine kaum zu unterschätzende politische und kulturelle Deutungsmacht zukommt. Die Frage, was eigentlich als Kunst zu gelten habe, kann als eine Art „Kardinalfrage“ der Kunstsphäre angesehen werden – damit kommt der Medienöffentlichkeit durch Auszeichnung bestimmter Phänomene *als Kunst* eine wichtige definitorische Funktion zu (Saxer 1995, S. 5). Darüber hinaus ist Medienöffentlichkeit als Forum der Kunstkritik und als Verbreitungsmedium für die Sphäre der Kunst von kaum zu unterschätzender Relevanz.

Dennoch ist die Kunstberichterstattung noch kaum Gegenstand der empirischen Forschung geworden. Zu konstatieren ist vielmehr eine weitgehende sozialwissenschaftliche Vernachlässigung der Kunst- und Kulturkommunikation der Presse. Ihre Erforschung wurde in erster Linie geisteswissenschaftlich verfahrenenden Medienwissenschaften überlassen, während sozialwissenschaftliche Beiträge kaum vorliegen (Saxer 1998b, S. 9). In der Öffentlichkeitsforschung ist eine Ausblendung von Phänomenen der öffentlichen Kommunikation zu beobachten, die ressortspezifisch außerhalb von Politikdarstellung und unterhaltenden Kommunikationsangeboten liegen. Ungeachtet einer mittlerweile kaum noch zu überschauenden Vielzahl an Arbeiten im Bereich der Medienforschung sind empirische Studien zur Kunst- und Kunstberichterstattung der Printmedien auch weiterhin Mangelware.

Dieser Sachverhalt wurde von Seiten der Kommunikationswissenschaft bereits eingehend problematisiert (z. B. Reus und Harden 2005; Saxer 1995; Saxer 1998a, S. 237f.). Die Publizistik habe sich in der Vergangenheit der politischen Kommunikation in sehr viel ausführlicherem Maße zugewandt als der Kulturkommunikation (Saxer 1997, S. 241). Aber auch in der Soziologie finden sich keine empirischen Studien, die sich mit der Kunstkommunikation der Medien systematisch auseinandersetzen. Die Erforschung der Kunstkritik im Feuilleton ist „abgesehen von publizistischen Definitionen, praktischen Empfehlungen und journalistischer Selbstkritik“ überwiegend historische Forschung (Haase 2001). Das Feuilleton ist als publizistische Institution sozialwissenschaftlich noch kaum erforscht.¹³ Es mangelt daher auch an empirischen Befunden, die Auf-

¹³ Frühe Untersuchung zum Feuilleton sind Ernst Ecksteins „Beiträge zur Geschichte des Feuilletons“ (1876), sowie Ernst Meuniers und Hans Jessens Schrift „das deutsche Feuilleton“ aus den 30er Jahren (1931). Wilmont Haackes Feuilletonstudien (1951-1953; 1976) und Emil Dovifat's „Zeitungslehre“ (1967) konzentrieren sich in erster Linie auf die „Subjektivität des Feuilletonistischen“ (Prüver 2007, S. 18). Wilmont Haackes frühe Schriften zum Feuilleton (1943/44) sind zudem durch nationalsozialistisches Gedankengut belastet. Die hier aufgezählten Studien, die häufig über das „Wesen des Feuilletons“ (Kauffmann 2000, S. 24) spekulieren, entsprechen nicht mehr heutigen methodischen Standards und sind durch ihre Begriffe, Denkweisen und Ergebnisse überholt (Reus 1995, S. 17). Nach der Einschätzung des Literaturwissenschaftlers Kai Kauffmann ist die Feuilletonforschung aber mehr oder weniger auf dem Stand geblieben, den sie durch diese Darstellungen erhalten hat

schluss über den Grad der „Ästhetisierung“ oder „Politisierung“ der Kunstberichterstattung des Feuilletons geben könnten.

Vor allem für die Zeit nach dem zweiten Weltkrieg bis zu den 70er Jahren fehlt es an empirischen Befunden zur Kulturberichterstattung der Presse (vgl. Prüver 2007, S. 20). Hier ist man auf anekdotische Betrachtungen verwiesen. In ihrem Buch „Der missachtete Leser“ von 1969 beklagen die Zeitungswissenschaftler Peter Glotz und Wolfgang Langenbucher die ausgeprägte Neigung des Feuilletons zu einer rein ästhetischen Thematisierung von Literatur:

„Unsere Journalisten können sich die Auseinandersetzung mit der Literatur offensichtlich nur als literarisch-ästhetisches Fachgespräch vorstellen; das politische Argument wird fast überall ausgespart. So kann passieren, daß die massiven politischen Themen, die in einen Roman wie Johnsons *Zwei Ansichten* enthalten sind, in kaum einer deutschen Zeitung diskutiert werden. Die meisten Blätter beschränken sich auf Informationen über den Inhalt und auf eine Kritik der literarischen Form. ›Politik‹ findet auf der ersten Seite statt, unter dem ›Strich‹ bleibt man ästhetisch“ (Glotz und Langenbucher 1969, S. 90).

Die Autoren stellen zu Ende der 60er Jahre kritisch in Frage, ob die von ihnen konstatierte säuberliche Trennung von Kunst und Politik im Kulturteil nicht zu einer gesellschaftlichen Isolierung der Kunst führe (ebd., S. 90). Auch die Inhaltsanalysen zur Kunst- und Kulturberichterstattung aus den 90er Jahren sprechen für eine weitgehende Abstinenz politischer Kommunikation im Feuilleton. Diese Studien werden im Folgenden im Hinblick auf ihr Erkenntnisinteresse und ihre zentralen empirischen Befunde rezipiert. Dabei zeigt sich, dass die öffentliche Kunst- und Kulturkommunikation bislang vorwiegend aus sprach- und kommunikationswissenschaftlicher Perspektive analysiert worden ist. Die öffentlichkeitssoziologischen Fragestellungen, die im Zentrum der vorliegenden Arbeit stehen, konnten dadurch bislang noch wenig erhellt werden.

(Kauffmann 2000, S. 12). Es fehlt insbesondere an systematischen Inhaltsanalysen. Neuere Studien aus der Literaturwissenschaft setzen den Schwerpunkt vor allem auf einzelne Autoren, Genres, Regionen oder Epochen und schenken dem medialen Kontext nicht ausreichend Beachtung (Kauffmann 2000, S. 14).

In einer Studie der ARD/ZDF-Medienkommission aus dem Jahr 1991 wurden neben der Analyse des Kulturpublikums und der Kulturangebote im Fernsehen auch die Kulturangebote deutscher Tages- und Wochenzeitungen in den Blick genommen (Frank et al. 1991).¹⁴ Erhebungszeitraum war der April des Jahres 1987. Im Mittelpunkt der Untersuchung standen das Spektrum der Kulturberichterstattung und die Gewichtung einzelner Kunstsparten. Unter normativen Gesichtspunkten ging es um die Frage nach der *Funktionalität* der Berichterstattung, worunter die Autoren die kulturelle Vermittlungsleistung der Zeitungen verstanden (ebd., S. 167).

Im Ergebnis kritisierten die Autoren der Studie den niedrigen Stellenwert der Kulturberichterstattung. Sie bezifferten ihren Anteil auf 6 % des gesamten redaktionellen Angebots (ebd., S. 169).¹⁵ Bei den journalistischen Darstellungsformen überwogen kurze Präsentationsformen und Routinegenres wie Meldungen, Berichte oder Rezensionen, was die Autoren zu der Kritik bewegt, dass ein kontextloser „Datumsjournalismus“ in der Kulturberichterstattung vorherrschend sei (ebd., S. 170). Die Analyse des Spartenprofils ergab ein klares Präferenzmuster für Literatur, Theater, Musik und bildende Kunst. Dies spiegle einen „verengten, bürgerlichen Kunstkultur-Begriff“ wider, der von der „kulturellen Wirklichkeit“ ebenso weit entfernt sei wie von den „Rezeptionsgewohnheiten der verschiedenen Publikumskreise“ (ebd., S. 172). Der repräsentative und institutionalisierte Kunst- und Kulturbetrieb werde gegenüber Erscheinungen der Populärkultur und nicht-institutionalisierten, experimentellen kulturellen Praktiken klar bevorzugt (ebd., S. 176f.). Im Fazit diagnostizierten die Autoren ein *Defizit* der kulturellen Vermittlungsleistung der Presse. Durch die Privilegierung des institutionalisierten Kunst- und Kulturbetriebs werde Kultur als isolierter gesellschaftlicher Teilbereich dargestellt, der „ebenso unzugänglich wie abgehoben von sonstigen le-

¹⁴ Die Autoren werteten die Kulturberichterstattung von zwei Wochenzeitungen, zwei überregionalen Tageszeitungen und zwölf lokalen und regionalen Tageszeitungen inhaltsanalytisch aus, wobei Kultur ressortübergreifend analysiert wurde.

¹⁵ Dieser geringe Anteil ist auch darauf zurückzuführen, dass viele kleinere Lokalzeitungen im Sample enthalten waren.

bensweltlichen Erfahrungszusammenhängen“ erscheine (ebd., S. 181). Der Anteil an Beiträgen in der Kategorie „politische Kultur“ stellte sich als verschwindend gering dar (ebd., S. 173f.). Von deliberativen Qualitäten der Kulturberichterstattung kann in der Studie von Frank et. al (1991) somit keine Rede sein.

Die einzige größere empirische Studie, die sich speziell mit der Kunstberichterstattung deutschsprachiger Zeitungen befasst, hat der Kommunikationswissenschaftler Ulrich Saxer im Jahr 1995 vorgelegt. Als theoretischen Zugang wählte er eine systemtheoretische Perspektive unter funktionalistischem Bezugsrahmen. Die Kunstberichterstattung stellt für Saxer das Verbindungsglied zwischen dem System der Kunst und dem System der Publizistik dar. Sie greift nach Saxer mehrfach in den Kunstprozess ein: Vom „Kunstwerden über das Kunstverbreiten bis zum Kunstanerkennen“ (ebd., S. 6). Die zentrale Forschungsfrage lautete, welche Probleme welcher Systeme die Struktur publizistische Kunstberichterstattung löst bzw. schafft und welche Publikationen und Rollensysteme hierbei eine Rolle spielen (ebd., S. 17). Die Pilotstudie diente vor allem der Exploration eines wenig untersuchten und schlecht strukturierten Forschungsfeldes (ebd., S. 125).

Saxers Befragung von Kunstjournalisten zeigte, dass der Kunstjournalismus als Beruf wenig ausdifferenziert und nur in Einzelfällen professionalisiert war (ebd., S. 36). Im Ergebnis verortete Saxer den Kunstjournalismus in einer marginalen Position innerhalb des journalistischen Berufsfeldes. Mithilfe einer quantitativen Inhaltsanalyse untersuchte Saxer außerdem die Selektions- und Thematisierungsaspekte der Kunstberichterstattung. Datengrundlage war die Kunstberichterstattung im Kanton Zürich zu vier Erhebungszeitpunkten zwischen 1975 und 1991.¹⁶ In der Inhaltsanalyse zeigte sich, dass die Kunstberichte im Zeitverlauf an Länge gewonnen und die Bebilderung sich praktisch verdoppelt hatte (ebd., S.102). Insgesamt erwies sich die Institution Kunstbe-

¹⁶ Untersucht wurden überregionale Zeitungen, große regionale Zeitungen, mittlere und kleinere Regional- und Lokalzeitungen, (Gratis-)Anzeiger und lokale Anzeiger (vgl. Saxer 1995, S. 94).

richterstattung jedoch als recht statisch: Es konnte sowohl ein fast konstanter Anteil der Kunstberichterstattung am redaktionellen Gesamtoutput festgestellt werden, als auch ein stabiler Anteil der verschiedenen Kunstgattungen (ebd., S. 132, 143). Die Kunstberichterstattung hielt vorwiegend an einem traditionellen Kunstbegriff fest, wobei eine leichte Öffnung in Richtung populärer Kunstformen festgestellt werden konnte (ebd., S. 143). Die Berichterstattung zeichnete sich außerdem durch einen starken Ereignisbezug und eine starke lokale und regionale Akzentuierung aus. Während die überregionalen Zeitungen die Kunstberichterstattung insbesondere im Feuilleton als eigenständige redaktionelle Struktur ausdifferenziert hatten, war dies bei den kleineren regionalen und lokalen Zeitungen mangels ökonomischer und personaler Ressourcen nicht der Fall – hier fungierte die Kunstberichterstattung mehr als affirmative „Kunstpromotion“ (ebd. S. 130). Gesellschaftliche Bezüge von Kunst wurden nach Angaben des Autors in der Berichterstattung kaum thematisiert (ebd., S. 115f.).¹⁷

Eine empirische Querschnittsstudie zur allgemeinen Kulturberichterstattung hat Gernot Stegert im Jahr 1998 vorgelegt.¹⁸ Er näherte sich dem Feuilleton aus einer kultur- und sprachwissenschaftlichen Perspektive. Von besonderem Interesse waren Themen, Darstellungsformen und Strategien des Kulturjournalismus. Darüber hinaus sollte der in der journalistischen Praxis wirksame Kulturbegriff herausgearbeitet werden.

¹⁷ Ein solcher „Bezug von Kunstberichterstattung zu den relevanten gesellschaftlichen Subsystemen“ bezog sich in der systemtheoretischen Optik Saxers auf kunstimmanente Phänomene – als wirtschaftliche Aspekte galten dementsprechend der Kunsthandel, Kunstpreise, Kunstbudgets, als politische Aspekte Fragen der Kunstpolitik, Ernennungen, Preise und Zensur, als kulturelle Aspekte Kunstbildung an den Schulen usw. (Saxer 1995, S. 87).

¹⁸ Untersucht wurden fünf überregionale Zeitungen, sechs regionale Tageszeitungen, zwei Boulevardzeitungen, zwei Wochenzeitungen, zwei Nachrichtenmagazine, sowie zwei Illustrierte. Erhebungszeitraum war der November des Jahres 1993 (Stegert 1998, S. 25, 35). Das Sample beinhaltete nicht nur Beiträge der Kulturteile, sondern auch kulturbezogene Inhalte anderer Ressorts. Auf Grundlage der Analyse der von den Redaktionen selbst als „Kultur“ ausgewiesenen Sparten (Feuilleton, Lokale Kultur, Kultur) leitete Stegert zunächst einen Basiskulturbegriff ab, der dann auch auf die übrige Berichterstattung angewandt wurde.

Im Ergebnis konstatierte Stegert (analog zu den Befunden der ARD/ZDF-Medienkommission aus dem Jahr 1991) einen verengten, traditionellen Kulturbegriff, den er mit einer Auslagerung von Themen wie Reise, Wissenschaft und Medien in eigene Ressort erklärt (Stegert 1998, S. 151f.). Das thematische Gewicht läge eindeutig auf den „großen Fünf“: Literatur, Musik, bildende und darstellende Kunst und Film (ebd., S. 256). Auch Stegert fand deutliche Hinweise auf eine Bevorzugung traditioneller Kunstformen (ebd., S. 121). Im Gegensatz zur pessimistischen Diagnose von Frank et al. (1991) konstatierte er jedoch, dass der Stellenwert der Kulturberichterstattung nach Umfang und Gewicht als hoch einzuschätzen sei (ebd., S. 255). Der Kulturteil war hinter der Politik das zweitgrößte Ressort (ebd., S. 113). Im Hinblick auf den Ereignisbezug der Berichterstattung stellte er aber wie Frank et al. (1991) eine Dominanz des „Terminjournalismus“ fest. Dieser äußerte sich in der ausgeprägten Orientierung an Veranstaltungen, Preisverleihungen, Geburtstagen, Jubiläen usw., was zu Lasten von Hintergründen, Zusammenhängen und Entwicklungen ging (ebd., S. 259). Meldungen und Rezensionen ergaben einen Anteil des „Terminjournalismus“ von 54 % – eine „fragmentarisierte Ereigniskultur“ sei damit insgesamt kennzeichnend für die Kulturberichterstattung der Printmedien (ebd., S. 262f.). Hinweise auf Deliberation im Kulturteil finden sich auch bei Stegert kaum. Die Kategorie „politische Kultur/intellektuelle Diskurse“ machte nur 1,4 % der Gesamtzahl der berücksichtigten Beiträge aus (ebd., S. 129).

Diese Befunde sprechen wie die Studie von Saxer (1995) und von Frank et al. (1991) für eine Abstinenz des politischen Feuilletons in den späten 80er und frühen 90er Jahren. Auch der Medienwissenschaftler Patrick Rössler kommt in seiner Analyse der Filmberichterstattung mit einer Datenbasis von 1994 zu dem Ergebnis, dass die aktualitätsorientierte und werkzentrierte Thematisierung des Films nur wenig „Raum für eine differenzierte Hintergrundberichterstattung“ lasse, die „ökonomische und gesellschaftliche Aspekte aufgreift“ (Rössler 1997, S. 203).

Eine empirische Längsschnittanalyse des Feuilletons haben die Kommunikationswissenschaftler Gunther Reus und Lars Harden im Jahr 2005 vorgelegt. Sie beklagen den Mangel an empirischen Untersuchun-

gen zum Kulturjournalismus und die unzureichende Auseinandersetzung ihres Faches mit der Kunstberichterstattung. Gleichzeitig spekulieren sie über die Ursachen: Da sich das Feuilleton klassischerweise mit künstlerischen Themen befasse, werde es möglicherweise als untergeordnete und „weiche“ Branche der öffentlichen Kommunikation angesehen. Im Hinblick auf die „augenscheinliche Bedeutung politischer und sozialer Debatten in den Kulturteilen“ sei dies jedoch ein fataler Trugschluss (Reus und Harden 2005, S. 154f.). In ihrer Untersuchung nahmen sie mithilfe von quantitativen Inhaltsanalysen die Entwicklung des deutschen Feuilletons zwischen 1983 und 2003 in den Blick. Die Studie ging der Frage nach, mit welchem Themenspektrum und mithilfe welcher journalistischen Darstellungsformen das Feuilleton „Kultur“ präsentiert.¹⁹ Von Interesse war außerdem, in welchem Maße nicht-künstlerische Gegenstände thematisiert wurden und ob die These einer zunehmenden „Politisierung des Feuilletons“ (Jessen 2002) zutreffend ist. Darüber hinaus sollte untersucht werden, inwiefern die Prognose einer durch ökonomische Zwänge verursachten Krise des Feuilletons (vgl. Steinfeld 2004b) und ihrer proklamierten Negativfolgen zutrifft (Ausdünnung des Ressorts, zunehmende Personalisierung, Boulevardisierung, Service und Unterhaltung statt engagierter Kritik).

Im Ergebnis zeigte sich, dass das Feuilleton sein Angebot entgegen der pessimistischen Diagnosen ausbauen konnte und die Beiträge sogar an Länge gewonnen hatten. Die Autoren wiesen seit 1983 einen relativen Rückgang des Anteils der Kunstberichterstattung im Feuilleton nach, der jedoch vor allem auf die Ausweitung anderer Themengebiete zurückzuführen war. Tatsächlich war die Wertschätzung für Theater, bildende Kunst und Literatur nach absoluten Zahlen auch weiterhin ungebrochen (Reus und Harden 2005, S. 169). Eine Verdrängung der Kultur- und Kunstkritik konnten die Autoren nicht feststellen. Das Themen-

¹⁹ Messzeitpunkt war jeweils die 12. Kalenderwoche in den Jahren 1983, 1993 und 2003. Berücksichtigt wurden als überregionale Zeitungen die *Süddeutsche Zeitung* und die *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, als regionale Zeitung die *Hannoversche Allgemeine Zeitung*, sowie die *Neue Presse* aus Hannover als regionales Boulevardblatt. Insgesamt wurden 1.051 Beiträge codiert (vgl. Reus und Harden 2005, S. 159).

gebiet „Politik“ hatte aber im Zeitverlauf massiv an Bedeutung gewonnen: Der Anteil der Politikberichterstattung im Feuilleton stieg von 1 % im Jahr 1983 auf 8 % im Jahr 1993, bis hin zu 15 % im Jahr 2003 (ebd., S. 162).²⁰ Darüber hinaus stellten die Autoren eine leichte Zunahme der stark analytischen und/oder kritischen Darstellungsformen fest (Hintergrundbericht, Kommentar, Glosse, Kolumne, Essay). Für ihren Befund einer „Politisierung des Feuilletons“ bieten die Autoren eine Erklärung an, die auf die deutsche Pressegeschichte verweist. Nach den Erfahrungen der Instrumentalisierung des Feuilletons in der NS-Zeit sei die Trennlinie zwischen Kultur und Politik von den Redakteuren zunächst wieder scharf gezogen worden. Denkbar sei, dass diese „Phase der Entpolitisierung“ des Feuilletons abgeschlossen sei und wieder stärker an die weit zurückreichende Tradition des Räsionierfeuilletons angeknüpft werde (vgl. ebd., S. 170).

Eine Metaanalyse der verfügbaren empirischen Studien zur Kunst- und Kulturberichterstattung der deutschsprachigen Presse wurde von Heinz Bonfadelli vorgelegt, welche die hier rezipierten Studien miteinschließt. Bonfadelli konstatiert eine eingeschränkte Vergleichbarkeit der Ergebnisse²¹, stellt aber einige Entwicklungstrends der Kulturberichterstattung im deutschsprachigen Raum heraus: Demnach sei weniger von einem Bedeutungsverlust des Kulturjournalismus, als vielmehr von seinem Funktionswandel auszugehen (vgl. Bonfadelli 2008, S. 307). Die verfügbaren Daten legten einen erhöhten Stellenwert der Kulturberichterstattung seit den frühen 80er Jahren nahe (vgl. ebd., S. 308). Die neueren Studien revidierten außerdem einige der Thesen, die im Diskurs um das Feuilleton immer wieder zum Ausdruck gebracht wurden (vgl. Stein-

²⁰ Dabei ist in Rechnung zu stellen, dass in das Jahr 2003 die hitzige Debatte um den Irakkrieg fällt, wie die Autoren selbst betonen (Reus und Harden 2005, S. 162).

²¹ Unterschiede ergeben sich unter anderem bezüglich des Samples der ausgewählten Zeitungen (überregional, regional, Qualitätszeitungen oder Boulevardblätter), die je nach Zeitungstyp mit unterschiedlichen Anteilen der Kulturberichterstattung an der Gesamtberichterstattung einhergingen (vgl. Bonfadelli 2008, S. 307). Darüber hinaus nahmen einige Studien lediglich den Feuilletonanteil unter die Lupe (z. B. Reus und Harden 2005), während andere die Kunst- und Kulturberichterstattung ressortübergreifend analysierten (z. B. Stegert 1998; Frank et al. 1991; Saxer 1995).

feld 2004b). Sowohl der immer wieder beklagte, geringe Stellenwert des Feuilletons und die These einer zunehmend affirmativen Berichterstattung unter Preisgabe der kritischen Funktion ließen sich anhand der empirischen Datenlage nicht bestätigen.

Die hier rezipierten quantitativen Inhaltsanalysen geben Auskunft darüber, wie sich die Struktur der Kunst- und Kulturberichterstattung Zeiterlauf verändert hat. Darüber hinaus wurde die Frage nach dem Stellenwert der Kunst- und Kulturberichterstattung im deutschsprachigen Pressesystem gestellt. Die Studien sind vorwiegend in der Kommunikationswissenschaft verortet und entsprechend an deren Erkenntnisinteressen ausgerichtet. Die Beurteilung der „Funktionalität“ oder der „kulturellen Vermittlungsleistung“ der Kulturberichterstattung stand dabei häufig im Vordergrund. Dabei stellt sich das Problem, dass die Einschätzung dieser Leistungen in hohem Maße perspektivisch ist, d. h. abhängig von den divergierenden Erwartungen von Akteuren im Bereich der Kunst, der Medien oder der Wissenschaft, sowie nochmals divergierenden Publikumserwartungen (Saxer 1995, S. 12ff.).

In der vorliegenden Studie sind weder der Stellenwert und die Vermittlungsleistung der Kunst- und Kulturberichterstattung (wie bei Frank et al. 1991), noch ihre Funktionalität (wie bei Saxer 1995) oder ihr Kulturbegriff (wie bei Stegert 1998) von herausragendem Interesse. Stattdessen wird eine öffentlichkeitstheoretische Perspektive angelegt: Der empirische Fokus richtet sich auf öffentliche Debatten in der Kunstberichterstattung des Feuilletons. Hintergrund ist die von Reus und Harden (2005) diagnostizierte „Politisierung“ des Kulturteils. Der Medienwissenschaftler Michael Haller (2003) sieht in der „Politisierung des Kulturellen“ im Feuilleton einen neuen „Modus der politischen Kultur“. Auch die seismographische Funktion von Kulturkommunikation wurde in der theoretischen Auseinandersetzung unterstrichen (Todorow 2008). Ein systematischer empirischer Nachweis steht allerdings noch aus. So kommt auch Heinz Bonfadelli in seiner Metanalyse der Kulturberichterstattung zu dem Schluss, dass der Nachweis der Rolle der Kulturberichterstattung als „kritisches Forum der Diskussion aktueller sozialer Fragen und Probleme“ mithilfe differenzierter qualitativer Analysen erst noch

systematisch herausgearbeitet und nachgewiesen werden müsste (Bonfaddelli 2008, S. 317).

Dieses Forschungsvorhaben verfolgt die vorliegende Arbeit. Sie beschränkt sich dabei aber auf die *Kunstberichterstattung* und nimmt nicht die gesamte Berichterstattung im Feuilleton in den Blick (die beispielsweise auch Themen wie Technik oder Wissenschaft beinhaltet). Es werden nur diejenigen Beiträge des Feuilletons analysiert, die sich explizit mit Personen, Themen, Ereignissen, Veranstaltungen oder Institutionen des Kunstbereichs befassen (vgl. Saxer 1995, S. 87). Dabei wird ein breiter Kunstbegriff zugrunde gelegt, der die bildende Kunst, die darstellende Kunst, Musik, Film, Architektur und Literatur umfasst. Im Ergebnis soll geklärt werden, ob sich auch in diesem Teilsegment der allgemeinen Kulturberichterstattung die von Reus und Harden (2005) konstatierte „Politisierung“ nachweisen lässt.

2.3 Kunstkommunikation aus der Öffentlichkeitsperspektive

In der vorliegenden Arbeit wird Kunstkommunikation aus öffentlichkeitstheoretischer Sicht betrachtet. Die *Öffentlichkeitsperspektive* beschreibt nicht nur die Merkmale und die Funktionsweise der öffentlichen Kommunikation, sondern nimmt öffentliche Prozesse der Meinungsbildung auf Basis argumentativen Austauschs in den Blick (Wessler und Brüggemann 2012, S. 54). Die öffentlichkeitstheoretische Perspektive auf Kunstkommunikation dient der Erhellung blinder Flecken einer bislang vorwiegend sprach- und kommunikationswissenschaftlichen Beleuchtung der Thematik, wie sie im voran gegangenen Kapitel dargelegt wurde (Forschungsstand). Der Publizistikwissenschaftler und Soziologe Kurt Imhof kritisiert in diesem Zusammenhang die Selbstbeschränkung der Kommunikationswissenschaft auf den Gegenstandsbereich der Medien unter dem Verlust der Schnittstelle zur Beobachtung der Gesellschaft als Ganzem (Imhof 2004, S. 20). Obwohl die Kategorie der Öffentlichkeit konstitutiv für die Moderne sei, beschäftige sich die Kommunikationswissenschaft weder mit der Moderne, noch mit Öffentlichkeit (ebd.,

S. 20). Auch von anderen Autoren wird angemerkt, dass sich die Kommunikationswissenschaft im Sinne ihrer Selbstbeschränkung als eigenständige Disziplin nicht an demokratietheoretischen Reflexionen über Öffentlichkeit beteilige (Wessler 1999, S. 21). Sie verzichte im Allgemeinen darauf, Öffentlichkeit innerhalb einer breiteren Gesellschaftstheorie zu konzeptualisieren (Gerhards 1994, S. 77).

Umgekehrt leiden öffentlichkeitssoziologische Studien häufig unter der Vernachlässigung der spezifischen Funktionsweisen von Journalismus und Massenmedien (Wessler 1999, S. 21). Medien werden häufig lediglich als Vermittler von gesellschaftlichen Deutungen betrachtet, ohne dass die Wechselbeziehungen zwischen Medien, Politik und anderen gesellschaftlichen Teilbereichen angemessen berücksichtigt werden (vgl. Scheufele 2003, S. 89). Die vorliegende Arbeit verfolgt das Anliegen, öffentlichkeitstheoretische Überlegungen mit den Erkenntnissen der Kommunikationsforschung auf theoretisch und empirisch fruchtbare Weise zu verbinden. Zu diesem Zweck werden kommunikationswissenschaftliche Einsichten in die Funktionsweise der Massenmedien im Untersuchungsdesign berücksichtigt (vgl. Kapitel 4).

Die Öffentlichkeitsforschung erlebt aktuell eine Phase der Belebung. Dies ist nicht selbstverständlich: Öffentlichkeit und Massenmedien wurden als sozialwissenschaftliche Themen noch bis in die 90er Jahre stark vernachlässigt (Müller-Doohm 1991, S. 8; Gerhards und Neidhardt 1991, S. 33; Gerhards 1994; Imhof 2011, S. 19; Winter 2005). Der Grund für die Ausblendung der Kategorie Öffentlichkeit wurde unter anderem darin gesehen, dass sich diese der dominanten systemtheoretischen Heuristik funktionaler Teilsysteme nicht fügt – Öffentlichkeit konnte so als „Medium der Selbstreferenz von Gesellschaft“ nicht entdeckt werden (Imhof 2011, S. 20, 31).

Nach einer langen Phase der Ausblendung der Kategorie Öffentlichkeit in der Sozialwissenschaft wurden in der vergangenen Dekade Anstrengungen unternommen, um *öffentliche Kommunikation* wieder stärker ins Zentrum der Gesellschaftsanalyse zu rücken. Dabei steht verstärkt auch die kulturelle, orientierungsstiftende und integrative Funktion öf-

fentlicher Kommunikation im Fokus (z. B. Alexander 2006; Imhof 2002; Imhof 2011; Vlasic 2004; Scherer 1997; Winter 1993; McGuigan 2005).

Die Frage nach der deliberativen Funktion von Kunst- und Kulturkommunikation wurde bislang aber noch nicht gestellt. Auch kulturwissenschaftliche Ansätze bieten hier keine Anhaltspunkte. Hauptanliegen einer kulturtheoretischen Perspektive auf Öffentlichkeit (vgl. Wimmer 2007) ist weniger die traditionelle Frage nach der Möglichkeit der Kritik politischer Macht durch die Öffentlichkeit“ (Winter 1993, S. 29). Stattdessen steht die Frage nach anderen Funktionen von Öffentlichkeit im Zentrum, etwa die „Frage nach den Möglichkeiten von Öffentlichkeiten, kulturelle Selbstvergewisserungsprozesse anzustoßen oder kulturelle Ziele und Identitäten zu konstituieren“ (ebd.). Die identitätsstiftende Funktion öffentlicher Kommunikation liegt jedoch nicht im Erkenntnisinteresse der vorliegenden Arbeit. Die hier relevante Fragestellung erfordert vielmehr einen *öffentlichkeitstheoretischen* Zugang.

Ein solcher Zugang ist mit Blick auf die Kunst- und Kulturkommunikation allerdings noch nicht theoretisch ausgearbeitet worden. Die Konzentration der Medien- und Öffentlichkeitsforschung auf Fragen der politischen Sozialisation, der politischen Kultur und der politischen Kommunikation verstellte bislang den Blick auf die Rolle und die Funktion der öffentlichen Kunst- und Kulturkommunikation. Kulturelle und künstlerische Inhalte wurden üblicherweise mit „Unterhaltung“ oder sogenannten fiktionalen Medienangeboten gleichgesetzt. Dabei wurde die Art der Nutzung dieser Medienangebote anstelle ihrer Inhalte akzentuiert (Wessler 1999, S. 38).

Im Folgenden geht es um die Frage, wie mediale Kunstkommunikation aus öffentlichkeitstheoretischer Perspektive konzeptualisiert werden kann. Hierzu wird im Anschluss an Wessler (1999) zwischen einer funktionalen, einer strukturellen und einer deutungs- und prozessorientierten Perspektive auf Öffentlichkeit unterschieden. Bevor diese Perspektiven näher beschrieben werden, soll zunächst geklärt werden, wie in der Analyse mit der normativen Komponente umgegangen wird, die in der Öffentlichkeitssemantik enthalten ist.

2.4 Zum normativen Begriff von Öffentlichkeit

Während der Begriff „öffentlich“ im 17. Jahrhundert vor allem die Bedeutung von „staatlich“ angenommen hatte, tritt der Begriff Ende des 18. Jahrhunderts in engen Zusammenhang mit den Ideen und dem Vernunftsanspruch der Aufklärung (Hölscher 1978, S. 413). Durch den Aufschwung des Pressewesens im 19. Jahrhundert avanciert die Publizistik in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts zum bedeutsamsten Organ der öffentlichen Meinung (ebd., S. 465). Die Freiheit der Presse und ein offener Austausch von Meinungen erscheinen als Grundpfeiler einer freiheitlich-demokratischen Gesellschaftsordnung. Ein ausführlicher Rekurs auf die damit verbundene Ideengeschichte des Öffentlichkeitsbegriffs kann an dieser Stelle nicht erfolgen. Weitreichende Forschungen zur Begriffs-, Ideen- und Realgeschichte des schillernden Phänomens Öffentlichkeit liegen bereits vor.²² Im Folgenden wird in dieser Hinsicht eine „Abkürzung“ eingeschlagen und direkt an ein spezifisch *sozialwissenschaftliches* Öffentlichkeitsverständnis angeschlossen.

Das sozialwissenschaftliche Interesse am Thema wurde maßgeblich durch Jürgen Habermas Habilitationsschrift „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ (1990 [1962]) angeregt. Darin beschreibt der Autor den Aufstieg der bürgerlichen Öffentlichkeit im 18. Jahrhundert und ihren Zerfall in der massenmedialen Öffentlichkeit des 20. Jahrhunderts. Im Anschluss an die dort formulierten Thesen zum Wandel der öffentlichen Sphäre wird seit längerem diskutiert, inwiefern sich in der Gegenwart ein *neuer* oder *zweiter* Strukturwandels der Öffentlichkeit abzeichnet (Münch 1995; Münch 1997; Imhof 2003b; Jarren 1998). Dieser neue Strukturwandel kann als „Ausdifferenzierung eines Mediensystems aus dem politischen System bei gleichzeitiger Koppelung der Medien an Marktlogiken“ definiert werden (Kamber und Ettinger 2008, S. 174). In kritischer Stoßrichtung wird eine „am neoliberalen Gesellschaftsmodell orientierte Deregulierung“ diagnostiziert (ebd., S. 174f.).

²² Siehe beispielsweise Hölscher 1979; Hölscher 1978; Habermas 1990; Hohendahl und Berman 2000; Bürger et al. 1980; Liesegang 2004; Imhof 2003a.

Diese Thesen sind teilweise umstritten, weitgehende Einigkeit besteht aber darin, dass Öffentlichkeit gegenwärtig vor allem massenmedial hergestellt wird (z. B. Habermas 1990; Gerhards 1998). Dies bedeutet nicht, dass Öffentlichkeit mit Medienöffentlichkeit gleichgesetzt werden kann. Die massenmediale Öffentlichkeit steht aber aufgrund ihrer enormen kommunikativen Bedeutung²³ für moderne Gesellschaften im Zentrum des öffentlichkeitstheoretischen Forschungsinteresses.

Dabei entzündeten sich Konflikte an der normativen Komponente, die in der Öffentlichkeitssemantik als Erbe der Aufklärung enthalten ist. Es besteht eine Spannung zwischen einer normativen und einer deskriptiven Verwendung des Öffentlichkeitsbegriffs (Hohendahl 2000b, S. 3).

Nachzuzeichnen ist eine lange Tradition der Kritik an normativen Öffentlichkeitskonzeptionen. Das Idealmodell von Öffentlichkeit wurde häufig als unrealisierbar betrachtet und als Schlussfolgerung wurden alle normativen Gehalte dieses Modells verworfen (Peters 2007, S. 35). Einem normativen Öffentlichkeitsverständnis standen schon in der Epoche der Aufklärung skeptische und pessimistische Positionen gegenüber (Schultz 2006, S. 33; Hohendahl und Berman 2000, S. 38ff.). Kritiker wie Walter Lippmann (1925) bezeichneten die öffentliche Meinung in den 20er Jahren als „Phantom“. Die Kritische Theorie negiert unter den Bedingungen der Kulturindustrie die Möglichkeit freier öffentlicher Meinungs- und Willensbildung und Karl Marx sieht im Konzept der bürgerlichen Öffentlichkeit und ihrem „Anspruch auf die Repräsentation von Universalinteressen“ lediglich eine Fiktion (Imhof 2011, S. 52). Die bürgerliche Öffentlichkeit verkommt zur Ideologie und dient lediglich der Maskierung von Klasseninteressen. Auch Max Webers Diagnose der Moderne als „erstarrtem Zusammenhang“ von „handlungsdeterminierenden Sphären zweckrationalen Handelns (Wirtschaft und Staat) einerseits und bloß Freiheitsillusionen ermöglichenden Fluchtsphären (Religion und Kunst) andererseits“ lässt eher wenig Raum für freie öffentliche Deliberation (ebd.,

²³ Hier kann auf das Diktum von Luhmann verwiesen werden: „Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien“ (Luhmann 1996, S. 9).

S. 58). Niklas Luhmann konzipiert öffentliche Meinung in seiner systemtheoretischen Architektur lediglich als Anhang des politischen Systems, als „strukturelle Koppelung von Massenmedien und Politik“ (Luhmann 2000, S. 311) und damit als eine Beobachtung, wie Politik beobachtet wird.²⁴ Statt „diskursiver Rationalität und Vernunft“ betont Luhmann die Unvorhersehbarkeit, Labilität und Intransparenz der öffentlichen Meinungsbildung (König 2012, S. 52).

Der Öffentlichkeitssoziologe Bernhard Peters sieht im normativen Modell von Öffentlichkeit hingegen eine sinnvolle Heuristik. Denn nur ausgehend von idealtypischen Annahmen lassen sich Abweichungen der realen öffentlichen Kommunikationsverhältnisse bestimmen. Die normativen Gehalte von Öffentlichkeit schlechthin zu negieren hieße hingegen die Bedeutung, welche normative Elemente als regulative Handlungs-ideen, praktisch wirksame Konzeptionen und damit auch als *Teil* der sozialen Wirklichkeit nehmen, grundlegend zu verfehlen (Peters 2007, S. 98). Tatsächlich sind normative Öffentlichkeitsvorstellungen – so betont Peters – in modifizierter Form in den sozialen Institutionen und Praktiken bereits realisiert. Sie artikulieren sich beispielsweise

„in den Kommunikationsfreiheiten von Verfassungen und Pressegesetzen, in politischen und juristischen Diskursen über Meinungs- und Äußerungsfreiheit, in Auseinandersetzungen über Medienpolitik, in journalistischen Professionsnormen und in öffentlichen Auseinandersetzungen über die Verhaltensstandards von Massenmedien, in öffentlicher Empörung über Geheimhaltung und Irreführung (...) (ebd., S. 65).

Die vorliegende Studie folgt im Anschluss an die Argumentation von Peters (2007) einem normativen Öffentlichkeitsverständnis. Dabei wird allerdings nicht die anspruchsvolle Diskursethik von Jürgen Habermas zugrunde gelegt. Nötig ist vielmehr ein Forschungsdesign, das nur solche normativen Forderungen an die Rationalität massenmedialer Diskur-

²⁴ Luhmann verortet Öffentlichkeit im politischen System, sodass die öffentliche Meinung keine Instanz sein kann, die das politische System von außerhalb überwacht. Auch „Selbstbeobachtung erfolgt immer nur aus der Innenperspektive“ und bleibt eine „Operation des Systems“ (König 2012, S. 50).

se heranträgt, die angesichts der Funktionsweise der Massenmedien auch realistisch einlösbar sind. Der Soziologe Friedhelm Neidhardt bemerkt dazu: „Was man von Öffentlichkeit erwarten kann, muß auf die konstitutiven Bedingungen ihrer Leistungskapazität bezogen sein“ (Neidhardt 1994a, S. 22).

Die Entscheidung für ein normativ fundiertes Modell von Öffentlichkeit ist als Entscheidung für eine spezifische theoretische Perspektive zu verstehen, nicht jedoch als diagnostische Vorentscheidung über die Qualität medienöffentlicher Kommunikation. Der Deliberations- und Diskursbegriff soll vielmehr „soziologisiert“ werden, indem die *realen* Strukturen öffentlicher Kommunikationen empirisch in den Blick genommen werden (vgl. Schultz 2006, S. 18).

2.5 Perspektiven auf Öffentlichkeit

Die Bezugnahme auf „Öffentlichkeit“ zeichnet sich im Theoriediskurs und in der empirischen Forschung durch eine Vielzahl von Zugriffen und Konzeptualisierungen aus. In der vorliegenden Arbeit wird einem Vorschlag des Kommunikationswissenschaftlers Hartmut Wessler (1999) gefolgt und zwischen drei sozialwissenschaftlichen Zugängen unterschieden: Einer funktionalen, einer strukturellen, sowie einer deutungs- und prozessorientierten Perspektive auf Öffentlichkeit.

2.5.1 Funktionale Perspektive

Wie bereits skizziert wurde, ist die moderne Öffentlichkeitssemantik vor allem ein Produkt der Aufklärung und beinhaltet eine normative Komponente, welche darauf verweist, dass politische Fragen der Allgemeinheit zugänglich und an die Meinungen der Bürger rückgebunden sein sollten (Gerhards und Neidhardt 1991, S. 32). Diesem Aspekt schenkt die *funktionale Perspektive* auf Öffentlichkeit besondere Aufmerksamkeit. Hier kann idealtypisch zwischen einem deliberativen und einem liberalen

Modell unterschieden werden (vgl. Gerhards 1997). Beide sind normativ, da sie sich mit der Frage auseinandersetzen, welche *Funktion* Öffentlichkeit mit Blick auf das politische System erfüllt bzw. erfüllen sollte (Wessler 1999, S. 29). Beide Modelle sind außerdem als demokratietheoretische Konzepte zu begreifen, die Öffentlichkeit vorwiegend als politische Kategorie verstehen und die meinungsbildende Funktion öffentlicher Kommunikation betonen. Unterschiede zwischen liberaler und deliberativer Konzeption bestehen jedoch vor allem hinsichtlich der normativen Gütekriterien, die an den öffentlichen Diskurs herangetragen werden (Gerhards 1997, S. 8).

Im deliberativen Öffentlichkeitsmodell wird von der Prämisse ausgegangen, dass durch öffentliche Diskurse das Reflexionsniveau von Überzeugungen und Urteilen gesteigert werden kann. Das vieldiskutierte Modell einer *deliberativen Demokratie* von Jürgen Habermas ist für diese Perspektive konstitutiv. Der Begriff der Deliberation bezeichnet in erster Linie politische Argumentationsprozesse (Deitelhoff 2009, S. 301). Die Idee der deliberativen Demokratie beruht auf dem Gedanken, dass legitime Herrschaft erst durch Meinungs- und Willensbildung in rationalen Diskursen hergestellt wird (ebd.). Politische Entscheidungen sind dementsprechend nicht mehr allein durch die Wahl politischer Repräsentanten legitimiert. Vielmehr gewinnt die Kategorie der politischen Öffentlichkeit zentrale Bedeutung, denn das Ideal demokratischer Selbstherrschaft impliziert für Habermas eine Absicherung politischer Entscheidungen in öffentlichen Diskursen. Zwar trifft das politische „Zentrum“ die Mehrzahl der Entscheidungen nach etablierten Routinen, etwa indem Gerichtsurteile gefällt, Gesetze vorbereitet und verabschiedet werden (Habermas 1992a, S. 5). Entscheidend ist jedoch, dass diese Routinen im Konfliktfall unterbrochen und Probleme diskursiv in der politischen Öffentlichkeit verhandelt werden können.

Habermas versteht politische Öffentlichkeit als „Inbegriff derjenigen Kommunikationsbedingungen, unter denen eine diskursive Meinungs- und Willensbildung eines Publikums von Staatsbürgern zustande kommen kann“ (Habermas 1990, S. 38). Sie ermöglicht die Rückbindung poli-

tischer Entscheidungsprozesse an die Meinungs- und Willensbildungsprozesse der politischen Peripherie.

Freie öffentliche Deliberation (als Prozess argumentativer Abwägung) setzt einen herrschaftsfreien Diskurs voraus, der idealerweise die Partizipation aller von Regelungen betroffenen Akteure einschließt. Habermas' Diskursmodell impliziert die egalitäre Teilhabe an Öffentlichkeit, darüber hinaus stellt es hohe Anforderungen an die Diskursivität der Akteure. Kommunikationen sollten grundsätzlich mit Begründungen versehen sein und auf die Äußerungen anderer Akteure Bezug nehmen (ebd., S. 12). Im Idealtypus des kommunikativen Handelns als verständigungsorientiertes Handeln konkretisiert Habermas die Bedingungen einer „idealen Sprechsituation“ vor dem Hintergrund der Vorstellung einer idealen Kommunikationsgemeinschaft (vgl. Habermas 1981a; 1981b).

Das liberale Öffentlichkeitsmodell knüpft im Gegensatz zum deliberativen Modell an systemtheoretisches Gedankengut an (Gerhards 1997; Wessler 1999, S. 25). Luhmann betont die *Spiegelfunktion* von Öffentlichkeit. Öffentlichkeit fungiert in diesem Verständnis als Beobachtungssystem, in dem sich politische Akteure und Bürger gegenseitig betrachten (vgl. Luhmann 1992, S. 84f.). Öffentliche Kommunikation dient im liberalen Modell als Spiegel der Repräsentation der Vielfalt an vorhandenen Meinungen. Öffentlichkeit ist dabei als intermediäres System zu verstehen, dass der Interessenvermittlung zwischen den Bürgern und den Akteuren des politischen Systems dient (Gerhards 1997, S. 9). Unter Wahrung ausreichenden Respekts vor anderen Akteuren sind im liberalen Modell alle Kommunikationen zugelassen, da die öffentliche Kommunikation vornehmlich die Funktion erfüllt, Transparenz über die real existierende Meinungsvielfalt zu schaffen (Gerhards et al. 1998, S. 37). Sie zielt nicht auf die (ohnehin unwahrscheinliche) Erzeugung von Konsens, sondern lediglich auf eine Transparentmachung divergierender Positionen und Standpunkte.

Nach dem Vorbild von Märkten lässt sich politische Kommunikation im liberalen Modell als fair auszutragender Wettbewerb begreifen, in dem es darum geht, die Zustimmung der Bürger zu erlangen (Schultz

2006, S. 35). Die demokratische Öffentlichkeit zeichnet sich im liberalen Modell dadurch aus, dass heterogene individuelle Deutungen repräsentiert durch kollektive Akteure eine „Kommunikationschance“ erhalten – Öffentlichkeit ist folglich „nichts weiter als der Spiegel der kommunizierten Beiträge einer pluralistischen Gesellschaft“ (Gerhards 1997, S. 11). Somit ist das liberale Öffentlichkeitsmodell im Hinblick auf die Art und Weise der öffentlichen Kommunikation wenig anspruchsvoll. Ein kommunikativer Austausch zwischen Diskursteilnehmern ist im systemtheoretischen Theoriegebäude überhaupt nicht vorgesehen, im liberalen Modell von Öffentlichkeit ist er mit sehr viel geringeren normativen Anforderungen verknüpft, als im deliberativen Modell (Wessler 1999, S. 31).

Das von Habermas geprägte deliberative Modell öffentlicher Kommunikation wurde zwar hinsichtlich seines unzulänglichen Realitätsgehalts kritisiert (Gerhards 1997, S. 8), es erfüllt jedoch gerade aufgrund seiner hohen normativen Anforderungen eine heuristische Funktion, die das *Spiegelmodell* nicht bieten kann (Neidhardt 1994b, S. 38). Ausgehend vom idealtypischen Modell diskursiver Öffentlichkeit als methodischer „Fiktion“ (Habermas 1992a, S. 396) lassen sich Abweichungen der realen Kommunikationsverhältnisse bestimmen.

Da der Aspekt der *Deliberation* im liberalen Modell ausgeblendet wird, ist es für die Fragestellung der vorliegenden Arbeit nicht von Relevanz. Aber auch das deliberative Modell von Habermas ist für die empirische Untersuchung medienöffentlicher Diskurse nur bedingt brauchbar. Dies hängt vor allem mit den hohen Anforderungen und Rationalitätskriterien zusammen, die im deliberativen Modell an öffentliche Diskurse herangetragen werden. In der vorliegenden Arbeit soll der Begriff der *Deliberation* im Sinne Bernhard Peters *niederschwellig* angesetzt werden:

„Die im Zusammenhang mit der Diskursethik vieldiskutierte Frage, ob und in welcher Weise Diskurse als ›verständigungsorientiert‹ gelten können oder sollen, kann für eine Soziologie öffentlicher Diskurse, die sich an manifesten Kommunikationsmerkmalen orientiert, zurückgenommen werden auf die Frage, ob Beiträge überhaupt in erkennbarer Weise argumentativ angelegt sind (Peters 2007, S. 203).

Im Anschluss an das hier nur knapp skizzierte deliberative Modell von Öffentlichkeit wird im weiteren Verlauf der Arbeit der Frage nachgegangen, wie deliberative Kommunikation mit Blick auf die Funktionsweise von Massenmedien realitätsnah konzeptualisiert werden kann. Ziel ist es, der empirischen Analyse ein „realistisches Verständnis diskursiver Öffentlichkeit“ zugrunde zu legen (Schultz 2006, S. 21).

Auch in einem weiteren Punkt soll über die funktionale Perspektive hinausgegangen werden: Sowohl das liberale als auch das deliberative Modell fokussieren im Grunde auf die mehr oder weniger starke Verbindung zwischen dem politischen System und den repräsentierten Bürgern im Hinblick auf die Legitimität von Herrschaft (vgl. Vlasic 2004, S. 42). Die Konzentration auf den Zusammenhang zwischen öffentlicher Deliberation und politischer Legitimität birgt jedoch die Gefahr einer Blickverengung, da dies nicht unbedingt die primäre Funktion öffentlicher Diskurse ist (Peters 2001, S. 663). Die vorliegende Arbeit setzt den Fokus in Abgrenzung dazu auf die *Orientierungsfunktion* öffentlicher Diskurse. Grundannahme ist dabei, dass die Bürger durch die Beobachtung öffentlicher Diskurse eigene Ansichten zu politischen Sachverhalten entwickeln (Wessler und Brüggemann 2012, S. 47). Die diesbezüglich notwendigen Modifikationen am deliberativen Modell werden im dritten Kapitel der Arbeit ausführlich dargestellt.

2.5.2 Strukturelle Perspektive (Arenamodell)

Öffentlichkeit ist nicht einfach gegeben, sondern muss aktiv hergestellt werden. Notwendige Voraussetzung für öffentliche Kommunikation ist das Vorhandensein von öffentlichen Foren, Sprechern und Zuhörern. Diesen Voraussetzungen trägt die *strukturelle Perspektive* auf Öffentlichkeit besonders Rechnung. Sie konzipiert Öffentlichkeit in einem Arenamodell metaphorisch als sozialen Raum, der in erster Linie durch Kommunikationsrollen strukturiert ist (Sprecher-, Vermittler- und Publikumsrollen). Im Gegensatz zu den meisten kommunikationswissenschaftlichen Arbeiten wird im Arenamodell die *Sprecherebene* neben der-

jenigen der Massenmedien und des Publikums systematisch einbezogen (vgl. Neidhardt 1994b, S. 36). Öffentlichkeit zeichnet sich hier wie bei Habermas durch die prinzipielle Unabgeschlossenheit des Publikums aus. Das bedeutet, dass (zumindest in der Publikumsrolle) prinzipiell jeder an öffentlicher Kommunikation teilnehmen kann und somit das Kriterium des allgemeinen Zugangs gilt.²⁵

Konstitutiv für Öffentlichkeit ist darüber hinaus ihre *Laienorientierung*. Die vorgebrachten Sprecheräußerungen müssen allgemein verständlich sein und sich auf Themen beziehen, die von allgemeinem Interesse sind (Gerhards und Neidhardt 1991, S. 47). Dies gilt insbesondere für große Publika und für die Medienöffentlichkeit. Je stärker das Übergewicht von Laien (Nicht-Experten) im Publikum, desto mehr müssen sich Öffentlichkeitsakteure um die Anschlussfähigkeit ihrer Aussagen bemühen, um Resonanz zu erzeugen (Neidhardt 1994b, S. 13).

Eine Beteiligung an öffentlicher Kommunikation ist im Arenamodell durch die Einnahme einer Sprecher-, Vermittler oder Zuhörerrolle möglich. Diese Kommunikationsrollen sind als analytische Kategorien zu verstehen. Öffentlichkeitsakteure nehmen empirisch häufig mehrere Rollen ein. Beispielsweise übernehmen Journalisten typischerweise eine Vermittlerrolle in öffentlichen Diskussionen, wechseln aber auch selbst in kommentierender Funktion in die Position des Sprechers (ebd., S. 36).

Die Sprecher präsentieren sich in öffentlichen Foren, während sie von den Zuschauern beobachtet werden. Die mit Blick auf das Arenamodell bemühte *Marktplatzmetapher* suggeriert, dass sich die Sprecher auf einem zentralen Platz zur Diskussion versammeln. Sie stehen dort in einem Konkurrenzverhältnis, da sie um Aufmerksamkeit und Vertrauen ihrer Zuhörer werben. Wenn bestimmte Themen und Probleme in den Fokus der Öffentlichkeit geraten und es zu weithin übereinstimmenden Meinungsäußerungen in den verschiedenen Arenen kommt, kann *öffentliche Meinung* entstehen (als herrschende Meinung unter den Öffentlich-

²⁵ Habermas bemerkt zum Kriterium der Unabgeschlossenheit des Publikums: „Eine Öffentlichkeit, von der angebbare Gruppen, eo ipso ausgeschlossen wären, ist nicht etwa nur unvollständig, sie ist vielmehr gar keine Öffentlichkeit (Habermas 1990, S. 156).

keitsakteuren). Öffentliche Meinung ist also nicht mit der Meinung des Publikums oder der Bevölkerung gleichzusetzen (ebd., S. 7).

Die unterschiedlichen öffentlichen Arenen oder Foren (*publics*) unterscheiden sich generell nach Größe und nach ihrem relativen gesellschaftlichen Gewicht. Gerhards und Neidhardt unterscheiden drei Ebenen von Öffentlichkeit: (1) Einfache und relativ strukturlose Interaktionssysteme, sogenannte „Encounters“ (vgl. Goffman 1964), zum Beispiel Gespräche im Bus, am Arbeitsplatz oder in der Bahn. (2) Öffentliche Veranstaltungen als thematisch zentrierte Interaktionssysteme und (3) Massenmedienkommunikation (Gerhards und Neidhardt 1991, S. 50ff.). Die dritte Öffentlichkeitsebene steigert die Reichweite der Sprecher, sowie die Größe des Publikums in erheblichem Maße – öffentliche Kommunikation wird auf diese Weise zur Massenkommunikation (Neidhardt 1994b, S. 10). Der Soziologe William Gamson bezeichnet die massenmediale Arena daher auch als „master arena“ (2004, S. 243).

Der massenmedialen Öffentlichkeit wird im Arenamodell die Funktion zugesprochen, zwischen den Bürgern, der Politik und den anderen gesellschaftlichen Handlungssphären zu vermitteln (Gerhards und Neidhardt 1991, S. 41). Dem politischen System kommt eine Sonderrolle zu, da es kollektive Entscheidungen treffen kann, die für alle anderen Handlungssphären Geltung besitzen. Es fungiert als Problemadressat, als auch als Problemlösungssystem, bzw. als Steuerungsakteur der Gesamtgesellschaft (ebd., S. 37). Die massenmedial hergestellte Öffentlichkeit ist „Artikulationsort von Meinungen und Themen der Bürgerschaft und diverser Interessenorganisationen“, als auch ein Ort, an dem die „Agenda des politischen Systems mitdefiniert wird“ (ebd., S. 40).

Die massenmediale Öffentlichkeit unterscheidet sich von einfachen Interaktionssystemen und Versammlungsöffentlichkeiten nicht nur durch ein höheres Maß an gesellschaftlichem Einfluss, sondern auch durch einen größeren Grad an *Strukturiertheit*. Dies kann historisch auf die Ausdifferenzierung und Etablierung eines autonomen Mediensystems zurückgeführt werden. Dieser Prozess ging mit der Entkoppelung der Medien von ihren traditionellen Herkunftskontexten wie Kirchen, Parteien, Verbänden oder soziokulturellen Milieus einher (Imhof 2011,

S. 124). Dies brachte die Ausdifferenzierung professioneller Leistungsrollen innerhalb des Mediensystems mit sich. Da die Massenmedien aus Gründen der Aufmerksamkeitsökonomie nicht über alle Geschehnisse in der Welt berichten können, haben sich typische mediale Selektionsroutinen etabliert, die über die Relevanz von Themen und Redebeiträgen entscheiden. Journalisten nehmen in diesem Zusammenhang eine zentrale *Gatekeeper-Funktion* wahr.

Dies hat zur Folge, dass der Zugang zur Sprecherrolle in den massenmedialen Foren im Vergleich zu „Encounters“ oder Versammlungsöffentlichkeiten deutlich erschwert ist. Ein Indiz dafür ist, dass sich nicht-etablierte Akteure wie NGOs oder soziale Bewegungen häufig durch spektakuläre und konflikthafte Aktionen an medialen Selektions- und Inszenierungslogiken orientieren, um öffentliche Resonanz zu erzeugen und sich in der großen Medienöffentlichkeit Gehör zu verschaffen.²⁶ Generell ist mit Blick auf Medienöffentlichkeit – darauf weist die *strukturelle Perspektive* auf Öffentlichkeit ganz deutlich hin – von höchst ungleichen Zugangsvoraussetzungen zur Sprecherrolle auszugehen. Gut organisierte Interessengruppen (z. B. Verbände, Wirtschaftsunternehmen, Parteien) nehmen durch professionalisierte Öffentlichkeitsarbeit aktiv Einfluss auf die öffentliche Agenda und die öffentliche Meinungsbildung. Nicht-etablierte Akteure finden hingegen nur schwer Zugang zu Medienöffentlichkeit. Es bedarf in der Regel eines hohen Organisationsgrades und ausreichender Ressourcen, um in der Sprecherrolle Inhalte in der Medienöffentlichkeit zu platzieren. Im Gegensatz dazu ist die Publikums- bzw. Zuhörerrolle ausgesprochen leicht zugänglich und lediglich an die Nutzung der Massenmedien gebunden.

Die Massenmedien sind somit einerseits die notwendige Bedingung der Existenz großer Öffentlichkeiten, sie erzwingen in Form der spezialisierten Kommunikationsrollen und der weitgehenden Trennung von

²⁶ Ein Beispiel für die Anpassung von Öffentlichkeitsakteuren an die Funktionsmechanismen der Massenmedien stellen die spektakulären Aktionen der Naturschutzorganisation Greenpeace dar. Dort werden bewusst Nachrichtenfaktoren produziert, um mit den Aktionen ein breites Medienecho zu stimulieren.

Sprecher- und Zuhörerrolle jedoch auch Abstriche vom Prinzip der gleichberechtigten Teilhabe an öffentlicher Kommunikation (Peters 2007, S. 80). Damit erscheint Öffentlichkeit aus struktureller Perspektive nicht als egalitärer Raum, sondern vielmehr als ausgesprochen steil geschichtete soziale Sphäre (Wessler und Wingert 2007, S. 24). Als Hauptdimensionen der Stratifizierung der öffentlichen Kommunikation sind Prominenz und Prestige anzusehen (Peters 2007, S. 152). Die Bedeutung öffentlicher Äußerungen bemisst sich in diesem Sinne nicht nur an Form und Inhalt des Gesagten, sondern vor allem auch an der Prominenz der jeweiligen Sprecher (vgl. Peters 1994b). Prominenz kann verstanden werden „als die generalisierte Fähigkeit, Aufmerksamkeit zu wecken“, Prestige als diejenige, Zustimmung zu erzielen (Neidhardt 1994b, S. 36). In seiner Typologie der Sprecherrollen der öffentlichen Kommunikation unterscheidet Peters (2007) Repräsentanten (von Organisationen, Interessenverbänden, Parteien, Vereinen etc.), Advokaten, Experten und Intellektuelle (Peters 1994a, S. 57). Neidhardt ergänzt diese Typologie um journalistische Kommentatoren (Neidhardt 1994b, S. 14).

Gerhards und Neidhardt betonen, dass öffentliche Kommunikation in erster Linie *Problemkommunikation* ist. Um die öffentliche Meinung zu beeinflussen reicht es nicht, Themen zu definieren, sondern diese müssen auch als Probleme etikettiert werden (Gerhards und Neidhardt 1991, S. 71). Eine solche Problematisierung ergibt sich aus der Darstellung von gesellschaftlichen Ist-Zuständen, die wünschenswerten gesellschaftlichen Soll-Zuständen kritisch gegenüber gestellt werden. Ein „Thema“ wird erst auf diese Weise in den öffentlichen Arenen zu einem „Issue“ bzw. einem gesellschaftlichen Problem gemacht (ebd.).

Es stellt sich in der vorliegenden Arbeit die Frage, inwieweit auch die öffentliche Kunstkommunikation als „Problemkommunikation“ in diesem Sinne gelten kann. Aus arenatheoretischer Perspektive wird zu klären sein, welchen Akteuren es gelingt, ihre Problemdeutungen in der „master arena“ der Massenmedien zu platzieren. Auch die Rolle der Redakteure soll dabei beleuchtet werden. Denn die Funktion der Journalisten beschränkt sich nicht nur auf das sogenannte *Gatekeeping*, also das „Zulassen“ bestimmter Themen und Sprecher zum Diskurs. Vielmehr ist

davon auszugehen, dass sich die Redakteure selbst in Problemdiskurse einschalten und eigene Meinungen und Positionen vorbringen. In diesem Sinne kann von einer besonderen öffentlichen Rolle der Journalisten ausgegangen werden: „They are not merely gatekeepers in this process but are themselves players who comment on the position of other players, shaping and framing the discussion in their interpretations and analyses“ (Ferree et al. 2002). Wie in der Politikberichterstattung können auch in der Kunstberichterstattung unterschiedliche Sprecherrollen unterschieden werden (Direktoren, Künstler, Journalisten, Politiker etc.). Im empirischen Teil der Arbeit wird untersucht, welche Sprechergruppen dominieren und welche Formen der Stratifizierung in der betrachteten Arena erkennbar sind.

2.5.3 Deutungs- und prozessorientierte Perspektive

Während die funktionale Perspektive die politische Meinungs- und Willensbildung in das Blickfeld rückt, und die strukturelle Perspektive auf die Sprecher fokussiert, stellt der deutungsorientierte Strang der Öffentlichkeitsforschung in stärkerem Maße die öffentlich kommunizierten Symbole in den Mittelpunkt (vgl. Franz 2000). In einer deutungs- und prozessorientierten Sicht auf Öffentlichkeit richtet sich das empirische Interesse auf die *Inhalte* der öffentlichen Kommunikation und den Wandel gesellschaftlicher Deutungen im Zeitverlauf.

Die öffentliche Kommunikation liefert aus dieser Perspektive Rückschlüsse über kollektive Wissensbestände, also über das, was allgemein gewusst wird oder gewusst werden kann. Während nichtöffentliche Wissensbereiche semantisch mit den Gegenbegriffen „privat“, „vertraulich“ oder „geheim“ belegt werden, sind diejenigen Wissensbestände und Kommunikationen als *öffentlich* zu bezeichnen, die grundsätzlich frei zugänglich sind (Peters 2007, S. 57).

Die deutungs- und prozessorientierte Perspektive setzt damit weder „primär an den Systemeigenschaften von Medienöffentlichkeit oder Massenmedien, noch an den Kalkülen und Motiven von Akteuren an“, son-

dern an den Medieninhalten selbst als „veröffentlichte Sprecheräußerungen“ (Wessler 1999, S. 35, 40). Damit einher geht die Annahme, dass diese Äußerungen nicht allein unter Rückgriff auf die Interessen und Intentionen der am Diskurs beteiligten Akteure erklärt werden können: „Jedes öffentliche Bedeutungsangebot fußt auf einem gesellschaftlichen Bedeutungshintergrund, den es in Form von kulturellen Resonanzen zugleich mitherstellt“ (ebd., S. 40).

Mediale Deutungen sind in diesem Verständnis als gesellschaftliche Strukturen aufzufassen, da sich die Teilnehmer in öffentlichen Auseinandersetzungen auf diese Deutungen beziehen müssen, um im Diskurs präsent zu sein und selbst kulturelle Resonanz auszulösen (ebd., S. 41). Aber nicht nur die Deutungen in ihrer inhaltlichen Struktur, sondern auch ihr Wandel im Zeitverlauf ist von Interesse. Ein Wandel im medialen Deutungsrepertoire wird häufig als Indikator sozialer Wandlungsprozesse und als Hinweis auf gesellschaftlichen Wertewandel interpretiert (Schulz und Imhof 1998; Wilke 1986). Medialer Deutungswandel kann aber auch als Indikator für die Funktionsweise von Medienöffentlichkeit betrachtet werden. In der zeitlichen Betrachtung können mediale Deutungen als Abfolge von Episoden verstanden werden, als „mediale Aufmerksamkeitszyklen“ (Wessler 1999, S. 42), die sich in Themenkarrieren niederschlagen.

Weithin geteilt ist in öffentlichkeitstheoretischen Ansätzen die Annahme, dass sich Ruhephasen bzw. Phasen der Routineberichterstattung von Ereignisphasen der öffentlichen Kommunikation unterscheiden lassen (Dahrendorf 1974; Wessler 1999; Peters 2007; Imhof 2011). Peters benennt zwei Modi der Operationsweise des rechtlich-politischen Systems: Den Routinemodus und den Problemmodus (Peters 2007, S. 48). Der Routinemodus gewährleistet die alltägliche Bewältigung „typischer“ gesellschaftlicher Konflikte und Problemlagen. Er kann aber auch dazu führen, dass bestimmte Probleme verdrängt und tabuisiert werden, beispielsweise indem sie privatisiert und aus dem öffentlichen Diskurs ausgeschlossen werden (ebd., S. 49).

Der Krisenmodus der politischen Kommunikation überlagert den Routinemodus vor allem in Zeiten erhöhter Krisenwahrnehmung: „Be-

stimmte Fragen und Auseinandersetzungen rücken in den Mittelpunkt des Interesses größerer Teile des politischen Systems – die ›Öffentlichkeit‹ eingeschlossen“ (ebd., S. 50). Bernhard Peters betont, dass im Problemmodus nicht lediglich das Gewicht eines Problems und mögliche Lösungen thematisiert werden, sondern dass es auch um die Definition und die adäquate Beschreibung des Problems selbst geht, also die Art und Weise des *Framings* von Problemen (ebd., S. 52f.). Gesellschaftliche Ereignisse sind zwar der Anlass der Berichterstattung, diese werden jedoch episodisch als Fortsetzung eines bekannten Themas verarbeitet. Ist die Episode abgeschlossen, tritt auch die Erzählung wieder in den Hintergrund, ohne jedoch ganz zu verschwinden – ein neues Ereignis kann so zu einer neuen Episode der Erzählung führen (Wessler 1999, S. 43). Daraus folgt, dass sich die Deutungen von Sprechern in der öffentlichen Kommunikation nicht kontinuierlich wandeln, sondern durch den Wechsel zwischen Ereignis- und Ruhephasen in der Medienöffentlichkeit gebrochen werden (ebd., S. 44).

Die prozess- und deutungsorientierte Perspektive auf Öffentlichkeit ist für die vorliegende Untersuchung relevant, da sie den Blick stärker als die Funktions- und Strukturperspektive auf die Analyse der Medieninhalte lenkt und sensibel ist für den Wandel gesellschaftlicher Problemdeutungen. In der vorliegenden Analyse wird insbesondere das *Framing* gesellschaftlicher Probleme innerhalb der Kunstberichterstattung analysiert. Dies beinhaltet eine Analyse der Problembeschreibungen, Problemursachen, Problembewertungen und Problemlösungen, die im Kunstdiskurs vorgebracht werden. Außerdem sollen in der Prozessdimension Veränderungen im Deutungsrepertoire nachverfolgt werden. Hier geht es um die Frage, welche Diskursperspektiven in der Kunstberichterstattung im Zeitverlauf an Bedeutung gewinnen, verlieren oder ganz neu hinzukommen.

2.6 Schlussfolgerung

Ziel des zweiten Kapitels war es, Kunstkommunikation aus öffentlichkeitstheoretischer Sicht zu konzeptualisieren. Öffentlichkeit wurde als kommunikatives Netzwerk definiert und als Arena für die Identifizierung, Wahrnehmung und Thematisierung gesamtgesellschaftlicher Probleme verstanden (Habermas 1992a, S. 436). Die öffentliche Kommunikation ist in diesem Verständnis das zentrale „seismographische Instrument zur gesellschaftsweiten Wahrnehmung sozialer Probleme“ (Kamber und Ettinger 2008, S. 171).

Aus der Debatte um das Feuilleton und der Debatte um den Kunstboom wurde die These einer „Politisierung der Kunstkommunikation“ abgeleitet, die im empirischen Teil der Arbeit überprüft werden soll. Im Anschluss wurde aufgezeigt, dass öffentliche Kunstkommunikation als Medium der politischen Diskussion bislang noch kein Thema der empirischen Öffentlichkeitsforschung gewesen ist. Die wenigen vorliegenden empirischen Studien zur Kunst- und Kulturberichterstattung der Presse sind mehrheitlich einer kommunikationswissenschaftlichen Perspektive verpflichtet.

Um die Rolle von Kunstöffentlichkeit für die politische Öffentlichkeit theoretisch und empirisch zu beleuchten, wurden drei Perspektiven auf Öffentlichkeit unterschieden: Die funktionale Perspektive, die strukturelle Perspektive und die deutungs- und prozessorientierte Perspektive. Die vorliegende Arbeit untersucht die öffentliche Kunstkommunikation in allen drei Dimensionen.

Dabei liegt der Schwerpunkt weniger auf der Frage nach der argumentativen Qualität der öffentlichen Diskurse (*wie* wird öffentlich diskutiert?). Vielmehr steht die inhaltliche Dimension im Vordergrund (*was* wird öffentlich diskutiert?). In explorativer Absicht soll geklärt werden, welche gesellschaftlichen Probleme Gegenstand der Kunstberichterstattung sind. Es geht außerdem um die Frage, welche Sprecher die Diskussionen dominieren (*wer* diskutiert öffentlich?).

Diese und weitere Fragen können aus der funktionalen, der strukturellen und der deutungs- und prozessorientierten Perspektive an öffentli-

che Kunstkommunikation herangetragen werden. Das empirische Vorhaben setzt aber zunächst eine theoretische Konzeption voraus, die Öffentlichkeit nicht auf politische Meinungsäußerungen verkürzt (Wessler 1999, S. 37). Außerdem bedarf es einer theoretischen Klärung des Zusammenhangs von Kunstkommunikation und Deliberation. Diesen theoretischen Fragen wird im folgenden Kapitel nachgegangen.

Die öffentliche Kommunikation über Kunst
Kunstberichterstattung zwischen Ästhetisierung und
Politisierung

Fink, K.

2016, X, 254 S. 4 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-14281-0