

# Kulturjournalismus

Prof. Dr. Gunter Reus



# Kulturjournalismus

<b>1. Kultur und Journalismus .....</b>	<b>5</b>
1.1 Was ist Kultur?.....	6
1.2 Ursprung und Entwicklung des Feuilletons in Deutschland.....	12
1.3 Kulturkommunikatoren.....	21
1.4 Zusammenfassung.....	29
<b>2. Kulturjournalismus und sein Publikum .....</b>	<b>31</b>
2.1 Gegenstände des modernen Kulturjournalismus.....	32
2.2 Formen des modernen Kulturjournalismus.....	40
2.3 Feuilleton und Publikum .....	45
2.4 Zusammenfassung.....	51
<b>3. Regeln, Prinzipien, Maximen.....</b>	<b>53</b>
3.1 Kulturjournalismus als Autorenjournalismus .....	53
3.2 Kulturjournalisten als Reporter .....	56
3.3 Kulturjournalismus und Verständlichkeit .....	61
3.4 Zusammenfassung.....	68

# Kulturjournalismus



## **Allgemeine Lernziele**

- Reflexion des Kulturbegriffs
- Historische Entwicklung des Feuilletons
- Akteure des Kulturjournalismus
- Gegenstände, Formen und Defizite des Kulturjournalismus
- Erwartungen des Kulturpublikums
- Rezeptions- und Wirkungsprozesse
- Grundregeln angemessenen Schreibens über Kultur

Es gehört zu den Gewissheiten jeder älteren Generation, dass mit ihr „die Kultur“ aussterbe. Ausdrucksfähigkeit, Stil, Fantasie, Bildung, Sinn für Formen und Werte ließen bei den Jüngeren merkbar nach, so lamentieren viele. Dafür, dass sich Klagen dieser Art bis in die Antike zurückverfolgen lassen, hält sich die Kultur eigentlich recht gut. Museen und Festivals können über Besuchermangel nicht klagen. Deutschland verfügt im Verhältnis zur Einwohnerzahl über die weltweit größte Zahl von Theatern, in die mehr Besucher strömen als in die Stadien der Fußballbundesliga. Der Markt

gedruckter Bücher, scheinbar dem Untergang geweiht, prosperiert nach wie vor. Das Interesse an und die Wertschätzung von Musik haben in der Generation Internet ein Ausmaß erreicht, das keine Zeit zuvor jemals kannte – von der Beschäftigung mit ästhetischen Ausdrucksformen im World Wide Web ganz zu schweigen. Und noch nie in der Geschichte hatte die junge wie die ältere Bevölkerung so viel Freizeit und so viele Möglichkeiten, alltagskulturellen Beschäftigungen aller Art nachzugehen.

Auch der Kulturjournalismus stirbt nicht aus, wenngleich es zu den Gewissheiten der älteren Feuilletongeneration gehört, dass alles in den Medien immer kürzer, seichter und beliebiger werde. Die Verlagsmanager, so orakelt man, opferten die Kulturseiten ebenso gnaden- wie kulturlos auf dem Altar der Ökonomie (vgl. Steinfeld 2004). Tatsächlich aber erweisen sich – wie wir noch sehen werden – die publizistische Beschreibung, Analyse und Wertung kultureller Angebote als äußerst vital. Das gilt selbst dann, wenn man einen grundsätzlichen Wandel des Journalismus unterstellt und nicht mehr in den klassischen Medien, sondern in der Blogosphäre die Zukunft von Information und Massenkommunikation sieht. Denn jene Blogger, die sich selbst als Journalisten neuen Typs begreifen, schreiben in ihren Netzauftritten – von persönlichen Themen abgesehen – weit häufiger Beiträge über Musik, Literatur, Kunst und Kultur als über Politik, Wirtschaft oder Sport (vgl. Armbrorst 2006; Kleinpaß 2011).

Kein Zweifel – ein „Quotenrenner“ waren Rezensionen, kulturpolitische Essays, feuilletonistische Glossen und Analysen nie. Aber sie gehörten immer zum Kernbestand der Publizistik und werden auch auf absehbare Zeit den Journalismus mitprägen. Gut möglich, dass ihnen der Bedeutungszuwachs des Internets mit seiner Fülle subjektiv gefilterter Informationsangebote sogar eine neue Blüte bescheren wird. Grund genug jedenfalls, sich mit dem Gegenstand „Kulturjournalismus“ und seinen Besonderheiten näher zu befassen.

Im ersten Teil dieses Lehrbriefes reflektieren wir zunächst den Kulturbegriff und zeichnen nach, wie und warum sich in den deutschen Pressemedien seit dem 17. Jahrhundert eine kulturjournalistische Betrachtungsweise herausgebildet hat. Erkenntnisse über die Akteure dieses journalistischen Spezialgebietes, also die Kulturjournalisten, runden Teil eins ab.

Im zweiten Teil werfen wir einen Blick auf Themen und Formen des modernen Kulturjournalismus, analysieren offenkundige Schwächen, aber auch oft verkannte Stärken des Ressorts „Feuilleton“. Die Erwartungen des Medienpublikums an die Kulturberichterstattung gehören ebenso zu Teil zwei wie die Frage, ob und wie Kulturbeiträge auf die Rezipienten einwirken.

Der dritte Teil schließlich soll einige Prinzipien vermitteln, wie sich auch über die anspruchsvollen Gegenstände des Kulturjournalismus verständlich und ansprechend schreiben lässt – ohne Dünkel, ohne Eindruckschinderei und ohne jenes Gehabe, das als „Feuilletonismus“ nicht zu Unrecht gefürchtet und oft genug auch verachtet wird.