

Frank Hänecke

Kulturjournalismus

Erschienen in: Fleck, Florian; Ulrich Saxer; Matthias F. Steinmann (Hrsg.): Massenmedien und Kommunikationswissenschaft in der Schweiz. Zürich, 1987, S. 53-63.

Zur Problematik des Begriffs

Wo spielt sich 'Kulturjournalismus' ab? Lediglich in den Feuilleton-Seiten der überregionalen Tagespresse, den Fachblättern für Literatur, Theater und Kunst, in den Rundfunksendungen für gehobene Kultur? Oder gehören dazu etwa auch Themen wie Wissenschaft, Bildung, Religion ('Das Wort zum Sonntag') und Sport? Oder anders gefragt: Wo endet unsere 'Kultur', wo endet sie in den Medien? Die Meinungen darüber dürfen geteilt sein, denn der Kulturbegriff als Typisierungskriterium für journalistische Tätigkeit und publizistische Thematik provoziert zunächst mehr Unklarheiten, als er einleuchtende Abgrenzungen zu anderen journalistischen Metiers - wie beispielsweise der Unterhaltung, dem Nachrichtenwesen usw. - erlaubt.

Erfolgt die Operationalisierung von 'Kultur' nach dem bekannten 3teiligen Modell der Elite-, Volks- und Populärkultur¹, so ergibt sich vor allem durch Einbezug der letzteren Kulturvariante eine beinahe unüberblickbare Vielfalt an Kultursphären und Phänomenen, die auch Aspekte der Freizeit- und Lebensgestaltung beinhaltet und so die empirische Fixierung (also zum Beispiel inhaltsanalytische Kategorisierung) kulturjournalistischer Produkte in allen Medienarten erschwert. Die damit verbundene Problematik liegt auf der Hand: Obschon der allgemeine Trend und die Zukunft des Journalismus eher in einer noch konsequenteren Spezialisierung zu liegen scheint, suggeriert der Begriff 'Kulturjournalismus' die Existenz einer durch den so bezeichneten Kommunikatorberuf integrativ zu behandelnden Thematik. Dies ist vielleicht noch auf der Ebene des 'Allroundjournalisten' denkbar, der gemäss seinen besonderen Interessen für Kulturelles, für Sport usw. in lokalen Medien in Erscheinung tritt², auf allen höheren, d.h. arbeitsteiliger organisierten Medienstufen spricht aber vieles gegen einen solchen Ausgrenzungsbegriff. Obschon regelmässig zu diesem Zweck herbeigezogen, ist der semantische Raum von 'Kultur' eigentlich potentiell zu gross, um sich für eine Präzisierung zu eignen. Dennoch soll - den Vorgaben der Herausgeber dieses Bandes entsprechend - versucht werden, einige Erkenntnisse und Gedanken zum Stichwort 'Kulturjournalismus' diskursiv darzustellen.

Für die Schweiz gilt im Bereich der kultur-orientierten Medienforschung - sofern es sich nicht um wissenschaftstheoretische oder rasonierende Betrachtungen über 'Kultur und Medien', sondern um diesbezügliche Empirie handelt - ungefähr dasselbe wie für weite Bereiche der Kommunikatorforschung: Die Erkenntnisse sind partikular und leiden an ei-

1 'Kultur' lässt sich nach anderen Gesichtspunkten unterteilen. In meiner Darstellung folge ich dem Script von ULRICH SAXER 'Publizistik und Gesellschaft', Seminar für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich 1981; Vgl. auch: CHRISTEN, TH., HASESFRATZ, R.: Das schweizerische Radio und Fernsehen als kulturelle Faktoren, Seminararbeit am SfP, Zürich 1978.

2 Vgl. LUCHSINGER, K., MEIER, W., SAXER, U.: Strukturen der Lokalberichterstattung. Eine Fallstudie am Pressesystem des Kantons Aargau. Zürich 1981.

nem Defizit forschungsleitender Paradigmen. (Vergl. den Beitrag zur Kommunikatorforschung in diesem Band.) Dies kommt unter anderem bei den unterschiedlichen Ansätzen zum Ausdruck, die den bisherigen Untersuchungen zugrunde gelegt wurden. Einen umfassenden Überblick über alle kulturjournalistischen Tätigkeiten und Produktformen in allen Medien gibt es nicht - und kann es wohl auch nicht geben. (Was nicht nur mit forschungsökonomischen Gründen zusammenhängt, sondern ebenso stark mit den erwähnten, nur sehr pragmatisch überwindbaren Problemen der Definition und empirischen Kategorisierung von 'Kultur' - wie sie in diesem Beitrag noch zum Ausdruck kommen.)

Welche Schwierigkeiten das Substantiv 'Kultur' bietet, ist aus der Literatur leicht ersichtlich. Leider gibt es keine quantitative Untersuchung über diese 'Kultur'-Literatur, aber vermutlich werden 10-20% von deren Textteil zur Diskussion und Präzisierung des möglichen und/oder gewollten Wortinhaltes 'Kultur' verwendet. Sicherlich sind die schon 1952 durch die Anthropologen Kroeber und Kluckhohn zutage gebrachten 164 Definitionen inzwischen weiter angereichert worden³. Erst recht problematisch wird es, wenn die so diffuse 'Kultur' dem Zuständigkeitsbereich einer ebenfalls recht unscharf zu erfassenden Kommunikatorgruppe zugeordnet werden soll - denn auch 'Journalismus' lässt sich bekanntlich zwar sehr facettenreich, aber kaum umfassend und präzise zugleich definieren⁴.

Wenn unter diesen ungünstigen Bedingungen diese Bezeichnung überhaupt Verwendung findet, so wird 'Kulturjournalismus' selbst in wissenschaftlichen Abhandlungen kaum in gleicher Weise verstanden - der semantische Nebel verdichtet sich noch durch den Umstand, dass 'culture' (französisch), 'Kultur' und 'culture' (englisch) jeweils - in Nuancen - etwas anderes bedeuten. Dies erschwert natürlich auch das Vergleichen von Aussagen.

Ist die 'Kultur' der Journalisten eine andere als die 'Kultur' der Gesellschaft?

Diese Frage ist wohl berechtigt; es fällt nämlich auf, dass 'Kultur' in Kombination mit einer Medientätigkeit sich oft zur Bedeutung der traditionellen Elitekultur zu verengen scheint. Während der 'Kulturjournalist' unter diesen einschränkenden Vorzeichen noch als der «Mann der schönen Künste» gesehen werden kann, der, wie zur Zeit des schriftstellerischen Journalismus im 18. Jahrhundert, fern vom News-Stress der modernen Redaktion seine wortgewaltige Meinung zur aktuellen Opernaufführung äussert oder der mit seiner vernichtenden Romankritik Unruhe unter den Literaten und Bilanzängste im Buchhandel stiftet, so bleibt in der Realität nur noch wenig von diesem Klischee übrig: Der einflussreiche Meinungsmacher und Kritiker-Papst auf der Szene der Hohen Künste wird mehr und mehr zur Ausnahme (oder bleibt bestenfalls ein Privileg gewisser Leitmedien), während enorme Professionalisierungsdifferenzen auf einem sich thematisch immer weiter spezialisierenden Segment der Publizistik hingegen die Regel ausmachen - einem Segment, das sich meines Erachtens eben nicht im traditionell auf die geistige und künstlerische Elite ausgerichteten Kulturverständnis erschöpfen kann, sondern auch das in sich aufnimmt, was zur 'Kultur im Alltag' zu zählen ist - z.B. Mode, Sport, Tanz, Film, Populärmusik, Reisen, Wohnen, Freizeit und vieles mehr, das derzeit wohl zu Unrecht nicht mit 'Kultur' in Verbindung gebracht wird, oder sich - wie etwa der Sport - einen eigenen publizistischen Raum sichern konnte.

3 Nach SAXER, U.: Funktionen des demokratischen Monopolfernsehens. Zürich 1973, S. 84.

4 Vgl. die diesbezüglichen Bemühungen z.B. in: SAXER, U., SCHANNE, M.: 'Journalismus als Beruf'. Eine Untersuchung der Arbeitssituation von Journalisten in den Kantonen Zürich und Waadt. Zürich 1981, S. 33f, S. 48f.

Aber wo sind sinnvolle Abgrenzungen vorzunehmen? Was hat man sich unter der (von Medium zu Medium variierenden) Themenpalette eines Kulturredaktors vorzustellen? Offensichtlich dient es der Ortung von 'Kultur' in den Medien wenig, alles, was in irgendeiner Form mit Kommunikation im Zusammenhang steht, gleich als 'Kultur zu definieren: «Zur Kultur eines Volkes gehört viel mehr: (...) auch das staatliche Zusammenleben, die Wirtschaft, der Verkehr, die Technik, die Medizin, Religion, Sitte, Moral, der Staat, die Politik usw.»⁵ - mit anderen Worten: Die Quellen kulturjournalistischen Tuns sind förmlich unerschöpflich...

Aber wie steht es bei dieser Sichtweise um das kulturelle Selbstverständnis beispielsweise eines Wirtschaftsjournalisten, des Korrespondenten aus dem Bundeshaus oder des Nachrichtensprechers? Natürlich treten kulturelle Aspekte auch an publizistischen Orten auf, wo sie zunächst nicht erwartet werden oder nicht auffallen, weil sie sich unbewusst im Rahmen von Konventionen bewegen und erst bei Regelverletzungen bemerkbar werden. Aber die Allgegenwärtigkeit von 'kulturellen Spurenelementen' darf nicht zum gänzlichen Verlust der Trennschärfe führen: «Kultur findet (...) immer statt - sollte immer stattfinden - in jeder Sendung und zu jeder Stunde.»⁶

Einigkeit besteht zwar darüber, dass sich die Kulturkommunikation in modernen Gesellschaften hauptsächlich über die Medien vollzieht, die ihrerseits den Inhalt 'Kultur' je nach Medientyp spezifisch und arbeitsteilig behandeln und insgesamt dadurch zur Konstituierung einer 'Medienkultur' beitragen, indem sie einzelne Elemente der komplexen Realkultur selektiv und mehr oder weniger adäquat abbilden⁷. Die publizitäts- und damit u.U. legitimations-spendende Funktion der Medien macht sie unbestrittenermaßen zu einem zentralen Träger der Kulturkommunikation. Diese Kommunikation wird allerdings zunehmend diversifiziert, denn in pluralistischen Gesellschaften kommen ja weniger einheitliche, allgemeinverbindliche (d.h. auch sanktionierbare) Kulturnormen zustande⁸. Dies ist mit ein Grund für die gegensätzlichen Positionen in der medienbezogenen Kulturpolitik.

Kultur und Medienforschung

Allgemeine Aussagen zur Kultur in den Massenmedien sind selbstverständlich nicht zu trennen von Erkenntnissen und Paradigmen der internationalen Kommunikationsforschung, die sich ja schon seit ihren Anfängen zwangsläufig mit der Kulturthematik auseinandersetzen hatte. Besonders die Diskussion über den medieninduzierten Wandel zur sogenannten 'Massenkultur' hat schon vor Jahrzehnten eine rege interdisziplinäre, mehr und mehr auch forschungsbegleitete Kontroverse ausgelöst. Ohne hier auf die Argumentation der verschiedenen - teils realistischen, teils philosophischen - Denkrichtungen eingehen zu können (einen Überblick bietet z.B. G.H. Lewis⁹), lässt sich dennoch festhalten, dass die Fächerung der paradigmatischen Voraussetzungen auch heute noch gegeben ist - vielleicht beruft sich die Forschungstätigkeit heute weniger auf wertbestimmende, normative Konzepte.

Aktuelle Studien (aus dem Ausland) widmen sich beispielsweise den Vorgängen der 'interkulturellen Kommunikation', d.h. den Bedingungen und Konsequenzen des anwachsenden

5 STÄUBLE, E.: Fernsehen und Kultur. SGKM-Arbeitstagung 1977, S. 2.

6 Ebd. S. 5.

7 Vgl. KEPPLINGER, H.M.: Realkultur und Medienkultur. München 1975.

8 Vgl. SAXER, U.: Kulturförderung durch die Rundfunkanstalten. In: Media Perspektiven 11/1981. S. 753ff.

9 LEWIS, G.H.: The Sociology of Popular Culture. Current Sociology 26/3 1978.

transnationalen Kulturtransfers mittels der Medien. Längere Zeit lag im Blickpunkt dieses Ansatzes beinahe ausschliesslich die Dritt-Welt-Problematik, also die meist negativ bewerteten Auswirkungen des westlichen Kulturexportes in die Entwicklungsländer¹⁰. In letzter Zeit gewannen aber auch Ansätze an Bedeutung, die sich entweder einzelnen 'Kultur-Items' (wie z.B. Photographien, Filmen, Werbe-Inhalten usw.) zugewendet haben oder die - teilweise sehr praxisbezogen - ihr Augenmerk auf kulturelle Mutationen innerhalb der westlichen Medienwelt gerichtet haben. Einige der in solchen Untersuchungen gewonnenen Erkenntnisse lassen sich durchaus auf die heutige Situation der Schweiz (etwa als Empfängerland multinationaler Kulturproduktionen) übertragen. Für unser Land relevante Aussagen müssen nicht notwendigerweise durch hiesige Recherche und Forschung erbracht werden - wenngleich der Bereitschaft zur internationalen Kooperation (noch) Grenzen gesetzt zu sein scheinen¹¹.

Dies alles ändert aber am allgemeinen Befund nichts: Die Wissenschaft gibt sich fragmentarisch; die hier berücksichtigten Untersuchungen verwenden kaum den gleichen Raster. Dort, wo 'Kultur' empirisch überhaupt differenziert erscheint, ist sie oft unterschiedlich determiniert und daher nicht immer vergleichbar mit Daten anderer Detail-Studien. Analog dazu verhält es sich mit den medieneigenen 'Kulturbilanzen'. Im folgenden sollen nun einige Angaben - auch Daten - zum gemessenen bzw. von den Medien selbst veröffentlichten Anteil der Thematik 'Kultur' gegenübergestellt werden, die diese Unterschiede verdeutlichen.

Kulturanteile bei Radio und Fernsehen

Aus der Programmstatistik des Schweizer Fernsehens geht hervor, dass der Programminhalt 'Kultur' mit insgesamt 36,5% der Sendestunden die dominante Sparte ausmacht. (Zum Vergleich: Freizeit und Sport 24,4%, Aktualitäten/Information 12,6%, Unterhaltung 12,1%, Gesellschaft und Politik 6,9%, Serviceprogramme 4,8%, TV-Spots 2,7%)¹².

Für die Radioprogramme der SRG werden rund 30% aller Sendestunden als 'Kultur' ausgewiesen, der Hauptteil davon entfällt auf die Subkategorien 'Ernste Musik', 'Gemischte Kulturprogramme' und 'Literatur, Theater und Bildende Kunst'. Im 5-Jahresvergleich zeigt sich, dass der relative Anteil der Kultur-Sendestunden am Radio zugunsten der Unterhaltung zurückgegangen ist (von 37,8% 1980 auf 29,6% 1985).

Beim Fernsehen entspricht der absolute Zuwachs der Kulturstunden anteilmässig der Expansion der Gesamtsendezeit, wodurch die Quote gehalten werden kann. Unter dem Gesichtspunkt des Nachweises von kulturjournalistischer Leistung ist es allerdings (selbst bei einem weit gefassten Kulturverständnis) fraglich, unbesehen von diesen rund 40% 'Fernsehkultur' auszugehen, die im wesentlichen nämlich durch Spiel- und Fernsehfilme zustandekommen. (Oder dann müsste analog dazu das Radio seine Stunden mit Unterhaltungsmusik unter 'Kultur' notieren!) Die Fernsehstatistik weist leider den Anteil von Literatur, Theater und Bildender Kunst nicht gesondert aus - diese Themen dürften aber die anderen marginalen Kultur-Rubriken kaum überflügeln: Wissenschaft und Technik 7,3%, Kirche und Religion 2,5%, Ernste Musik 2,4%, Land und Leute 1,5%, Gemischte Kulturprogramme 0,7%.

10 Vgl. WALLIS. R., MALM, K.: Big sounds from small people, London 1984.

11 Vgl. 'Mediacult'-Berichte des Internationalen Instituts für audio-visuelle Kommunikation und kulturelle Entwicklung in Wien. Immerhin ist am SfP 1986 erschienen: Saxer, U., Hänecke, F.: Musik zwischen Markt und Programm.

12 SRG Jahrbuch 1984/85, Bern 1985, S. 38.

In den nationalen Fernseh- und Radionachrichten wurde 1982 zu 4% (Deutschschweiz) bzw. 7% (Westschweiz) über «Kultur und Kunst» informiert. Dies ergab eine inhaltsanalytische Untersuchung von K. Luchsinger und Mitarbeiter(innen), die allerdings den Umgang mit der Thematik in den Informationssendungen (z.B. Positionierung, Funktion als «Lückenfüllen» oder «Alibikultur» usw.) nicht weiter problematisiert¹³.

Auf regionaler Ebene lassen sich einige Unterschiede aufzeigen: «Im Vergleich zu den nationalen Sendungen fällt auf, dass in der regionalen Berichterstattung dem kulturellen Sektor weit mehr Beachtung geschenkt wird. Das geschieht auf Kosten der Information über den Wirtschafts- und Sozialbereich.»¹⁴ Weiter wird festgestellt, dass (bei einer Zusammenfassung der Themenvariablen zu den Bereichen 'Politik', 'Wirtschaft', 'Soziales' und 'Kultur') die Westschweizer Sendungen zu 15% über 'Kultur' berichten, die Journale der Deutschschweiz zu durchschnittlich 21%, während in der italienischsprachigen Schweiz 20% dafür verwendet werden¹⁵.

In den Programmen der Lokalradiostationen tritt «Freizeit, Kultur und Kunst» an dritter Stelle im Berichterstattungsumfang auf. Insgesamt 12,6% sind dieser Thematik gewidmet. (Weitere Zahlen zu den Lokalradiothemen finden sich im Beitrag von Michael Schanne.)

Die im Zusammenhang mit den nationalen elektronischen Medien feststellbare staatspolitische Argumentation über kulturelle Belange belegt einerseits die politische Relevanz dieser Thematik (Stichwort «Ausgewogenheit»), ist andererseits aber auch eine der immer wieder auffallenden Besonderheiten im 'medienpolitischen Überbau' des kulturjournalistischen Wirkungsfeldes. Die nationalen Rundfunkprogramme werden ja relativ konkret zu Kulturleistungen verpflichtet: «Die von der SRG verbreiteten Programme haben die kulturellen Werte des Landes zu wahren und zu fördern und sollen zur geistigen, sittlichen, religiösen, staatsbürgerlichen und künstlerischen Bildung beitragen...», heisst es in der vielzitierten Konzession¹⁶.

Auf dem Hintergrund des sich laufend erweiternden internationalen Medienangebotes (Satellitenprogramme, grenzüberschreitende Kommunikation usw.) und der damit zusammenhängenden Kommerzialisierung und oft beklagten «kulturellen Verflachung» ist die Wahrnehmung dieses Auftrages unter wachsendem Konkurrenzdruck auch im eigenen Land in letzter Zeit schwieriger geworden¹⁷. «Gerade die relativ kleine Schweiz mit ihren vier Kulturen (!)... ist dem Ansturm dieser Programmflut ... besonders ausgesetzt und dadurch herausgefordert¹⁸.» Einem Spezialgebiet der fernsehvermittelten Kultur galten die Bestrebungen einer Arbeitsgruppe am Seminar für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich, die in einer qualitativ und quantitativ angelegten Untersuchung das Künstlerstereotyp bzw. das Stereotyp des Kunstwerks im (Schweizer) Fernsehen - auf diese Weise erstmals - herausgearbeitet hat. Besonderes Augenmerk galt hierbei natürlich der Vermittlungs- und Transformationsleistung - Funktionen, die in abgewandelter Form allen Massenmedien gemeinsam sind. Massenmedien legitimieren Kunst: «Die

13 LUCHSINGER, K.: Die Präsenz der Kantone in den elektronischen Medien, Zürich 1984, S. 24.

14 Ebd, S, 165.

15 Ebd. S. 118.

16 Konzession für die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft vom 22.12.1980, Art. 13.

17 Vgl. hierzu auch die Auseinandersetzungen über das Bundesgesetz über Radio und Fernsehen. (Vorentwurf veröffentlicht im Klartext 2/1985).

18 RIVA, A.: Nationale und internationale Zusammenarbeit. SRG-Jahrbuch 84/85, S. 32.

reproduzierten Kunstwerke werden durch geeignete Massnahmen dem Publikum als Kunstwerke erkennbar gemacht¹⁹.» Und sie leisten Interpretation: «Die im Kunstwerk erscheinenden Codes werden übersetzt in eine der Öffentlichkeit verständliche Sprache²⁰.»

Es muss wohl nicht speziell darauf hingewiesen werden, dass gerade in dieser «Übersetzung» das Problem liegt: Nach welchen Regeln und Kriterien Kulturproduktionen nicht nur zur Darstellung in den Medien ausgewählt, sondern auch (für welches Zielpublikum?) bewertet werden, ist eine der zentralen Fragen im Zusammenhang mit Kulturjournalismus - der ja nicht nur aktualitätsbezogen informiert und darstellt, sondern eben auch kommentiert und kritisiert. Äusserungen, die sich auf den Aspekt der Kritik beziehen, geraten allerdings oft allzu rasch in eine der kulturideologischen Strömungen, auf die hier nicht eingegangen werden soll. Auffallend ist jedenfalls der hohe Grad an Normativität bei der Behandlung der Kritikerrolle («der Kritiker soll..., der Kritiker müsste...» usw.), was sich in den zum Teil stark widersprüchlichen Idealbildern der Kritikerpersönlichkeit bzw. der ästhetisch beurteilenden Instanz 'Medium' niederschlägt²¹.

Kulturjournalismus in der Schweizer Presse

Der Aspekt 'Kultur' als print-journalistischer Tätigkeitsbereich taucht bei der 1981 veröffentlichten Untersuchung «Journalismus als Beruf» an verschiedenen Stellen auf. Der Generalisierbarkeit diesbezüglicher Befunde sind allerdings Grenzen gesetzt, denn diese berufssoziologisch ausgerichtete Kommunikatorforschung erhebt für sich selbst (v.a. des ungewichteten Samples wegen) keinen Anspruch auf Repräsentativität²².

Die Befragung der 439 Zürcher und Waadtländer Journalisten hat immerhin ergeben, dass insgesamt 8% dem Ressort 'Kultur' zugehören. Daneben werden Tätigkeitsgebiete aufgeführt, die in anderem Zusammenhang sehr wohl noch unter dem obengenannten figurieren - nämlich Musik (2%) und Dramatik (1%). Zählt man noch weitere journalistische Sparten dazu, die je nach Kategorienkonzept auch unter die 'Kultur' fallen können (Mode, Reisen, Wissenschaft, Technik, Medien, Familie und Sport), so müssten weitere 22% addiert werden.

Im 1975 erschienenen Standardwerk «Beiträge für eine Kulturpolitik in der Schweiz» (der sogenannte 'Clottu-Bericht')²³ wird der Rahmen der Kulturvermittlung präziser abgesteckt und - im Bereich der Printmedien - empirisch durchleuchtet: Für jede Sprachregion der Schweiz wird der 'kulturelle Einsatz', d.h. der redaktionelle Aufwand, Umfang und die Häufigkeit der Beiträge usw. ausgewählter Zeitungen und Zeitschriften bewertet. Bis anhin hat die vielseitige Analyse des Kulturteils der gesamten Schweizer Presse keine Nachahmung gefunden. Der Bericht enthält z.B. Angaben über die Platzbeanspruchung der Kultursektoren. Bei «35 Tageszeitungen und ähnlichen Publikationen» wird folgende Rangfolge ermittelt: 1. Kulturelles Heimaterbe; 2. Musik; 3. Literatur; 4. Verschiedenes; 5. Kunst; 6. Thea-

19 Kunstvermittlung am Fernsehen, SfP 1984, S. 136.

20 Ebd.

21 Vgl. Dokumentation Stiftung Künstlerhaus Boswil: Der Kritiker als Theater- und Kulturpolitiker. Boswil 1985.

22 SAXER / SCHANNE (Siehe Anm. 4), S. 9.

23 Eidgenössische Expertenkommission für Fragen einer schweizerischen Kulturpolitik. (Präsident: Clottu, G.), Bern 1975.

ter; 7. Kino; 8. Radio und Fernsehen²⁴. Der Bericht konstatiert hingegen auch den «recht bescheidenen Raum», der im Verhältnis zu anderen Zeitungsinhalten für die Kulturberichterstattung in Anspruch genommen wird - selbst wenn man den klassischen Kulturbereich durch die «faits divers» («Naturwissenschaftliches, Technik, Religion, Seite der Frau, Vereinsleben») erweitert²⁵. Die Autoren gehen auch auf das latente Spannungsverhältnis zwischen Kulturjournalisten (d.h. den Kritikern) und dem Publikum ein: «Erfahrungsgemäss neigen alle Massenmedien ... zu einem klaren Konzept in ihrer gesellschaftspolitischen Färbung, sie vertreten im Wirtschaftsteil 'die Rechte', in der Politik 'die Mitte' und im kulturellen Teil 'die Linke'. (...) Das Theaterpublikum rekrutiert sich bekanntlich überwiegend aus den oberen Schichten der Gesellschaft. Die logische Konsequenz ... ist ein Auseinanderklaffen zwischen dem Willen des Publikums und der Tendenz der Theaterkritiker²⁶.»

Wiederholt wird auch auf die Problematik des uneinheitlichen Kulturbegriffs hingewiesen. Vor allem in bezug auf die Zeitschriften und überregionalen Zeitungen liegt der Schluss nahe, «dass der Begriff Kultur dort weit gefasst ist und die Kulturpolitik, die Naturwissenschaften, die Architektur, den Umweltschutz und so weiter in sich schliesst²⁷.»

Aus dem Katalog der Schweizer Presse²⁸ lassen sich einige zusätzliche Anhaltspunkte zur aktuellen Verteilung der 'Spezialzeitschriften' gewinnen. Nach dieser Statistik gab es 1984 insgesamt 64 Zeitschriften, die sich 'musischen Interessen' zugewendet haben, 62 für 'Kultur und Reisen' und 5 für 'Politik und Kultur'. Im Vergleich dazu werden 64 konfessionelle, 134 Sport-Zeitschriften und 176 wissenschaftliche Fachzeitschriften (davon Medizin: 105) publiziert²⁹.

Während der 'Clottu-Bericht' die Kulturberichterstattung in der Schweizer Presse möglichst breitflächig zu erfassen versuchte, fand die kulturbezogene Medienforschung ihre Fortsetzung entweder in qualitativen Detailstudien oder in thematisch respektive räumlich enger definierten Untersuchungen. So wurde am Seminar für Publizistikwissenschaft eine gesprächsbegleitete quantitative Aussagenanalyse sämtlicher Kunstberichterstattung in den Zeitungen und Anzeigern des Kantons Zürich der Jahre 1975 und 1980 vorgenommen³⁰. Darin wurde unter anderem die Dominanz der Aufführungs- und Werkkritik bestätigt sowie die Orientierung der Kunstberichterstattung an Dimensionen, die aus der Analyse von Nachrichtenwerten bekannt sind (Aktualität, Nähe, sprachliche Zugehörigkeit usw.). Der Wahl der inhaltlichen Kategorien kommt wiederum eine zentrale Bedeutung zu: 'Kunst' liegt nach dem Verständnis dieses Projekts nämlich näher beim offenen Kulturbegriff als z.B. bei dem der traditionellen 'Bildenden Kunst'. Zur Berichterstattung über die so verstandene 'Kunst' gehören demnach auch Ereignisse aus dem Zwischenbereich der sogenannten angewandten oder funktionalen Kunst (Architektur, Design u.a.m.), sofern sie un-

24 Ebd. S. 258.

25 Ebd. S. 259.

26 Ebd. S. 82.

27 Ebd. S. 259. Zu den Spezialisierung, und Differenzierungsprozessen in den Feuilleton-Seiten (z.B. Auslagerung in periodisch erscheinende Beilagen) vgl. auch: SALZBURGER, N.: Die Entwicklung des Feuilletons als Ort der Kunstvermittlung, Seminararbeit SfP 1977.

28 Verband Schweizerischer Werbegesellschaften (Hrsg.): Katalog der Schweizer Presse 84. Nachfolgende Zahlen aus eigener Berechnung, F.H.

29 Vgl. auch: HAESSIG, G. u.a.: Kulturzeitschriften und Kultursystem, Seminararbeit am SfP 1984/85. Vgl. PRODOLLIET, E.: Die Filmpresse in der Schweiz. Bibliographie und Texte. Freiburg 1975.

30 SAXER, U., BALDES, I., BONFADELLI H.: Kunstberichterstattung. Aspekte einer publizistischen Struktur. Manuskript 1986.

ter einem künstlerischen Aspekt behandelt werden. Ebenso zählen zur Kunstberichterstattung alle Artikel bzw. Sendungen, «bei denen Objekte, Ereignisse, Personen oder Institutionen des Kunstbereichs unter politischer, wirtschaftlicher, kultureller oder persönlicher Perspektive behandelt werden»³¹.» Der Quervergleich der Stichproben aus den beiden Jahren belegt einige Trends.

Die thematische Strukturierung der Lokalpresse erlaubt weitere Rückschlüsse auf den Stellenwert der 'Kultur' in einem wichtigen Segment des nationalen Mediensystems. Die 1978 vorgenommene Stichprobe aus dem Pressesystem des Kantons Aargau (163 Einzelausgaben von 21 Zeitungen) ergibt, dass 11% aller Artikel den Themen «Kunst, Kultur, Heimatkunde, Erziehung, Wissenschaft» galten, weitere 19% befassten sich mit «Freizeit, Hobby, Lokalsport, Tanz», 5% mit «Religion und Kirche» sowie 4% mit dem Bildungswesen³². Dabei gab es Unterschiede zwischen den zwei Haupttypen 'Tageszeitung' und 'Nicht-Tageszeitung': Im Gegensatz zu den Berichterstattungsthemen der ersteren Publikationen (Schwergewicht = exekutive oder legislative Gemeindeangelegenheiten), liegt der Schwerpunkt bei den nicht täglich erscheinenden Zeitungen eher in der privaten Sphäre. «Dies umfasst Themen wie Freizeitgestaltung, Kunst und Kultur, Familiennachrichten»³³.» Weitere Arbeiten am Seminar für Publizistikwissenschaft behandeln kultur-journalistische Sonderthemen - beispielweise die Literaturvermittlung am Fernsehen DRS³⁴ oder die Berichterstattung über Rockmusik und deren Kontext³⁵.

Problemfeld Professionalisierung und strukturelle Spannung

Einem weiteren kulturjournalistischen Bereich hat sich der Kunstsoziologe Jean Odermatt in seinen Recherchen zur «Kunst in den Medien» genähert³⁶. Die Studie behandelt auf der Basis von Tiefeninterviews mit Künstlern und Kunstvermittlern aus der Deutschschweiz den Medieninhalt 'Kunst' (ohne genauere thematische Angaben) in seiner Entstehung und Rückwirkung - damit also einen wichtigen Aspekt zum schon systemisch gegebenen Spannungsverhältnis zwischen den Subsystemen 'Kultur' und Medien³⁷. Odermatt gelingt der Nachweis einiger struktureller Bedingungen und Defizite - etwa der mangelnden Professionalisierung der Kulturpublizistik in der Schweiz: «Denn Kleinheit (des Landes; F.H.) sowie die unterschiedlichen Funktionen der einzelnen Medien (vom Regionalblatt bis zum «Weltblatt», von Radio bis Fernsehen) bieten nicht genügend Voraussetzungen, um diese publizistische Tätigkeit in ein professionalisierteres Konzept einzubetten. Der Professionalisierungsgrad der Kunstvermittler ... ist offenbar so gering, dass auch berufspolitische Bemühungen wenig sinnvoll sind»³⁸.» Dieser Befund deckt sich im übrigen mit Schlussfolgerungen bei der Beschreibung anderer (kulturthematisch) spezialisierter Journalismusformen,

31 SAXER, U., BALDES, I., BONFADELLI H. (Anmerkung 30).

32 LUCHSINGER / MEIER / SAXER (Siehe Anm. 2), S. 156.

33 Ebd. S 154.

34 Vgl. die (bis Redaktionsschluss noch nicht veröffentlichte) Arbeit von: MÄRKI, M.: Literatur im Fernsehen. Literaturvermittlung unter den Bedingungen des audiovisuellen Massenmediums in der Schweiz. Liz.Arb. SfP Zürich 1985.

35 HÄNECKE, F.: Rockjournalismus. Die Rockmusik, ihre Kritiker und die Musikpresse im kulturökonomischen Kontext. Liz.Arb. SfP 1983.

36 ODERMATT, J.: Kunst und Medien. Zürich 1984.

37 Vgl. SAXER, U.: Publizistik und Gesellschaft (Siehe Anm. 1).

38 ODERMATT (Anm. 36), S. 68.

etwa der Musikkritik³⁹. Das Erwartungsbild an Journalisten dieses Genres lässt sich ohnehin nicht einheitlich fassen. «Auf den Grossteil der Musik- und Rockkritiker trifft ein eher tiefer Professionalisierungsgrad zu, was sich darin äussert, dass durchaus sehr verschiedene Zugangs- und Ausbildungswege offenstehen und diese nicht institutionalisiert sind. Weiter ist auch die paradigmatische, fachliche Orientierung uneinheitlich - auch wenn Klarheit besteht, dass die Funktion ... die des Vermittlers und kompetent Urteilenden ist ..., divergieren die Erwartungen beispielsweise bezüglich der Distanziertheit zum Thema⁴⁰.»

Der Journalist, der zwischen so unterschiedlichen Systemen steht und vermittlerisch tätig ist - bzw. sein sollte -, muss fast zwangsläufig Zugehörigkeits- und Loyalitätsprobleme bewältigen. Die Lösungsvarianten sowie das journalistische Selbstverständnis variieren dabei individuell: «Die Spannweite reicht von der bejahten Service-Funktion bei der Lokalzeitung, die Vorinformationen und positive Vereinsberichterstattung liefern soll, über eine Art entsagungsvoller und säkularisierter Künstlerimitation mittels Kunstberichterstattung und einem Bewusstsein eigener Marginalität bezüglich der eigenen Redaktion bis zur weitgehenden elitären Gleichgültigkeit des Fachmannes dem Laienpublikum gegenüber oder auch zum Willen, dieses in seinem ästhetischen Vermögen zu fördern⁴¹.»

Nach einer Redaktionsbefragung im Jahr 1972 orten die Autoren des erwähnten 'Clottu-Berichts' zwei Meinungslager: «Die Vertreter der einen Richtung verlangen eine kulturelle Information, gestützt auf die persönliche und allseitige Leistung der Redaktion (wobei die Kulturrubriken den Redaktoren die Gelegenheit bieten, persönlichen Neigungen nachzugehen). Die Anhänger der anderen Richtung möchten einen breiten Fächer von Mitarbeitern bewahren, wenn möglich aus Spezialisten bestehend, die von Fall zu Fall um Mitarbeit ersucht werden⁴²,» Allerdings wird auch auf die Nachteile eines medieninternen Meinungspluralismus in dieser Form hingewiesen. Die beizuziehenden «Spezialisten» und aussenstehenden Mitarbeiter «sind nicht immer Sachkundige, sondern sehr oft einfach begeisterte Liebhaber⁴³.» Diese Sichtweise steht im Zusammenhang mit der Unabhängigkeit und Unbeeinflussbarkeit der Kulturberichterstattung, die natürlich nicht mehr gewahrt ist, wenn sie zum verlängerten Arm der renditeorientierten Kulturindustrie wird. Wieweit erfolgreiche 'Kultur-PR' durch medienexterne Interessengruppen a priori einen Qualitätsverlust der Berichterstattung zur Folge haben, muss in diesem Beitrag dahingestellt bleiben. Solange es jedenfalls einen publizistischen Markt gibt und gleichzeitig beim Publikum bezüglich der Medienprodukte ein Nutzungskriterium 'Qualität', wird wohl auch das Erscheinungsbild von Kulturpublizistik langfristig über Akzeptanzvariablen reguliert.

39 BONFADELLIL H., MÜLLER. S., ODERMATT, J.: Die Berufssituation der Musikberichterstatter in der deutschsprachigen Schweiz. SfP, Zürich 1978.

40 HÄNECKE (Anm. 35), S. 154.

41 SAXER, U.: Publizistische Kunstberichterstattung im Kanton Zürich. In: Zeitschrift f. Archäologie und Kunstgeschichte 39/1982. S. 127-129.

42 CLOTTU-Bericht (Anm. 23), S. 268f.

43 Ebd. S. 268.