

Den Aufstand gegen die Marginalisierung proben

Ein Ratgeber für Musikjournalisten, die sich von der Eventkultur nicht unterkriegen lassen wollen

Unter den knapp fünfzigtausend Journalisten in Deutschland, deren Zahl in den letzten zwölf Jahren um zehn Prozent abgenommen hat, sind die Musikjournalisten eine Minderheit, bedroht vom Kulturabbau der Medien, argwöhnisch beäugt von Künstlern. Welcher Musikrezensent hätte nicht schon in einem Liederabend erlebt, daß Sänger und Pianist ihn in Hugo Wolfs Mörike-Vertonung „Abschied“ unter sarkastischem Walzergetön und mit Gerumpel freilich „nur“ symbolisch die Treppe hinab befördert hätten – mit „einem kleinen Tritt nur so von hinten aufs Gesäße“? Zu Recht hält Dietrich Fischer-Dieskau denn auch in seiner Autobiographie „Zeit eines Lebens“ die Kritik für „eine der neuralgischen Zonen . . ., in denen sich das künstlerische Leben auf der ganzen Welt bewegt“.

Bedenklicher sind rasante Strukturwandlungen im Musikbetrieb, die das Berufsbild des Musikrezensenten verändern: Der Bereich der klassischen Musik wird immer mehr marginalisiert und verdrängt von einer globalisierten Medienmaschinerie, die den Kritiker als Werbedienstleister für die Eventmusikware mißbrauchen möchte. Ein Berichterstatter, der differenziert Unstimmigkeiten hinter der Talmiffassade aufdeckt, der Wagnisse und Funde einfordert, gilt rasch als Verächter von Einschaltquoten, als geschäftsschädigender Spielverder-

ber. Die traditionelle „Rezension danach“, ob in Radio oder Zeitung, verliert an Reichweite und Einfluß, um so mehr, als auch das Lese- und Verständnisvermögen samt kulturellem Hintergrund schwindet.

In dieser Lage, die zu neuer journalistischer Orientierung zwingt, möchte der Band „Musikjournalismus“ „die notwendigen Grundlagen musikjournalistischer Tätigkeit beim Rundfunk, bei Print- und Internetmedien“ versammeln. So benennt der Herausgeber Peter Overbeck das Ziel von neunzehn praxiserfahrenen Autoren, Musikjournalisten bei ihrer Arbeit zu unterstützen, „Studierenden und Berufsanfängern das notwendige Know-how zu vermitteln, Berufsfelder aufzuzeigen, aber auch erfahrenen Journalisten Denkanstöße und Anregungen . . . zu geben“. Herausgekommen ist ein hilfreicher Führer durch ein Berufsfeld, das sich ausdifferenziert und dadurch immer unüberschaubarer wird in der Vielfalt an Genres und Darbietungsformen, Funktionen und Medienarten.

In den einzelnen Kapiteln liegt ein zentraler Akzent auf der Verlagerung der Fachkompetenz als Folge der Medienvernetzung: Neben die unentbehrliche Fähigkeit einer sprachlich ansprechenden Wissensvermittlung tritt die Herausforderung einer digitalen Verarbeitung des Materials. Auch über Urheberrecht und Verwertungsgesellschaften wie die Gema, über Programm-

strukturen und Beitragsdramaturgien in Hörfunk, Fernsehen oder Printmedien klärt das Buch auf. Sprachstil und Sprechtechnik werden je nach Medium in Klassik wie Popbereich thematisiert. Zudem erhalten Berufsanfänger, aber auch Kulturkonsumenten und Künstler Einblick in die Zwänge, denen der Musikjournalist unterworfen ist: der Konkurrenz- und Zeitdruck im Zwölfstundentag, wobei gründliches Recherchieren oder das Bemühen um übergeordnete kulturpolitische Zusammenhänge oft auf der Strecke bleiben müssen.

Entscheidend für junge Journalisten ist auch die Antwort auf die Fragen: Wie verkaufe ich meine Beiträge? Wie und wo finde ich Angebote zur Aus- und Fortbildung? Auch hier hilft der Ratgeber weiter. Insgesamt bietet er Orientierung in einer Zeit, in der dieser so attraktive wie schwierige Beruf, jedenfalls in der Klassiksparte, in seiner Daseinsberechtigung angezweifelt wird. Ob poppig salopp oder elegant formuliert, zeugen alle Beiträge selbstbewußt von Überlebenschancen eines Berufs mit langer Tradition, aber mit der Problematik einer Neubewertung im Kulturumbruch. Der Band kann dazu beitragen, die Herausforderung des Berufs als Chance für die Zukunft zu begreifen. ELLEN KOHLHAAS

Peter Overbeck (Hrsg.): „Musikjournalismus“. UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz 2005. 366 S., br., 24,90 €.