



Deutsche
Journalisten
Akademie

F05

Musikjournalismus

Holger Noltze

Impressum

Deutsche Journalisten-Akademie

Karmeliterweg 84
13465 Berlin

kontakt@djamail.de

www.deutschejournalistenakademie.de

Tel. 030 / 810036887

Fax. 030 / 810036889



Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	5
2	Handlungsfeld Musikjournalismus	8
2.1	Kompetenzanforderung: Was soll ich können?	9
3	Methoden des Musikjournalismus	15
3.1	Kritik und Rezension	15
3.2	Moderation	18
3.3	Interview	21
3.4	„Gebauter Beitrag“ und Reportage; Bericht	24
3.5	Portrait	25
3.6	Feature	26
3.7	Programmheft-Texte	27
3.8	Presstexte	28
3.9	Blogs und Links	29
4	Berufsfelder des Musikjournalismus. Aussichten	30
	Literaturhinweise	33

Musikjournalismus

Allgemeine Lernziele

- Sie erhalten einen Überblick über das weite Feld des Musikjournalismus
- Sie lernen konkrete Erscheinungsformen musikjournalistischer Arbeit kennen und üben diese selbst ein
- Sie lernen die Vielfalt und Differenz der wichtigsten Medien sowie die verschiedenen „Redeweisen“ und fachjournalistischen Strategien kennen

1 Einleitung

Dieses Modul soll Sie in das Berufsfeld Musikjournalismus einführen. Musikjournalismus lässt sich als eine Spezialisierung des allgemeineren Kulturjournalismus verstehen, der wiederum eine Sonderform journalistischer Tätigkeit ist. Die Besonderheit ist bestimmt durch den Gegenstand, also Musik. So wie der Gegenstand des Sportjournalismus eben Sport ist, der des politischen Journalismus Politik. Natürlich ist jeder Journalismus *auch* politisch.

Jedenfalls wird deutlich: Musikjournalismus ist eine höchst spezialisierte Beschäftigung, und dennoch ist auch dieses Sondergebiet in sich noch einmal ein weites Feld.

Das hängt zusammen

1. mit der Vielfalt des Gegenstands Musik;
2. mit der Vielfalt und unterschiedlichen Arbeitsweisen und Darstellungsformen verschiedener Medien;
3. mit den verschiedenen Aufgabenstellungen in Bezug auf die Absichten, Funktionen und Intentionen musikjournalistischen Handelns.

In Bezug auf Punkt 1 – Vielfalt des Gegenstands „Musik“ – ist eine wichtige Einschränkung zu machen: Musik meint hier vor allem den Bereich, der in der Regel als „klassische“ oder „ernste“ („E“)-Musik bezeichnet wird.

Das verlangt nach Begründung. Denn damit wird eine Abgrenzung von „Kunstmusik“ gegenüber „populärer“ Musik vorgenommen, die inhaltlich problematisch und kaum trennscharf durchzuhalten ist – wo die Grenze zwischen „E“ und „U“ (unterhaltender) Musik verläuft, ist eine Frage der Betrachtungsweise. Haydns Symphonien waren im 18. Jahrhundert (auch) Unterhaltungsmusik, heute gehören sie zum Kernbestand ernster Musik. Umgekehrt haben viele Stücke der Beatles heute einen fast klassischen Rang. Auch der Begriff „Klassik“ ist ausgesprochen

unscharf; er meint im engeren Sinne die Musik der „Wiener Klassik“, Ende des 18. / Anfang des 19. Jahrhunderts, verbunden mit den Namen Haydn, Mozart, Beethoven. Trotzdem wird auch die Musik des Barock, der Romantik, sogar die „Neue Musik“, auch Musik der Renaissance unter diesem insofern zweifelhaften Rubrum geführt.

Sie werden sich also fragen, warum hier trotz solcher Einwände der Schwerpunkt der Behandlung musikjournalistischer Arbeit auf dem klassischen Bereich liegen soll. Ist nicht Musik zunächst einmal Musik, ganz gleich ob „E“ oder „U“? – Die Schwerpunktsetzung hat pragmatische Gründe: Sie sollen etwas lernen über die musikjournalistische Praxis. Hier aber wäre zu unterscheiden: Der Berufsalltag von Musikjournalisten funktioniert anders als der der Kollegen auf der „E“-Seite. Auch wenn es Berührungspunkte gibt, auch wenn klassische Konzerthäuser längst Pop-Abos veranstalten: Die journalistischen Voraussetzungen sind anders. Wer über Bach, Beethoven oder Boulez schreibt oder spricht, muss anderes wissen und können als jemand, der sich mit Rock und Pop, mit Folklore oder Weltmusik befasst. Im Jazz gibt es eher Berührungspunkte. In den letzten Jahren sind die früher streng bewachten Grenzen zwischen dem „E“- und dem „U“-Sektor durchlässiger geworden. Auch die musikjournalistischen Diskurse haben sich angenähert: In der F.A.Z. lesen Sie neben Berichten aus Bayreuth und Salzburg längst Berichte von der letzten Helene-Fischer-Tournee oder Analysen von Phänomenen wie Lady Gaga oder Kanye West. Sie lesen solche Texte nebeneinander, aber sie sind in der Regel nicht von denselben Autoren verfasst.

Wenn dieser Studienbrief den Akzent auf die „Klassik“ setzt, hat das nichts mit einer Hierarchisierung oder gar Dünkel zu tun, sondern mit der Tatsache, dass die musikjournalistische Befassung mit einem Klavierabend von

Daniil Trifonov ein anderes Vorwissen, eine andere Einordnungsfähigkeit erfordert, als die mit einem Konzert der „Ärzte“. Dennoch ist es wünschenswert, dass sich Musikjournalisten auch jenseits ihres Sondergebiets auskennen. Die Beschäftigung mit klassischem Musikjournalismus ist als Grundlage auch für Pop-Spezialisten nützlich; umgekehrt bedeutet die Sicht auf Entwicklungen im Populärbereich auch für „E“-Kritiker eine wichtige Horizonterweiterung.

Es kommt aber noch ein wesentlicher Faktor dazu: „Ernste“ Musik gilt im aktuellen Medienbetrieb und mehr denn je als „schwer vermittelbar“. Mit Opernübertragungen werden im Fernsehen keine großen Reichweiten erzielt; selbst in den Feuilletons der Qualitätszeitungen ist das Musik-Ressort unter Druck geraten. Die nach der Einführung der CD einmal florierende Musikindustrie ist ökonomisch zu einem Krisensektor geworden; nur mit Stars lassen sich noch Platten verkaufen. So gut wie jede Musik ist über Streamingplattformen annähernd allverfügbar, mit gravierenden Folgen für die Ökonomie des „Betriebs“. Reichweiten, die Zahl von Followern in sozialen Medien, das Sammeln von Zielgruppendaten: Die digitale Revolution hat die Musik mit Macht erfasst, auch die sogenannte klassische. Auch die Kulturradios der öffentlich-rechtlichen Sender, nicht nur im deutschsprachigen Bereich, spüren einen verschärften Legitimationsdruck in der Diskussion um die Finanzierung durch verpflichtende Haushaltsabgaben bei stagnierenden oder sinkenden Reichweiten.

Wenn Sie sich für eine musikjournalistische Tätigkeit interessieren, sollten Sie diese veränderten Rahmenbedingungen zunächst einmal zur Kenntnis nehmen: Die Lage ist nicht einfach. Sie sollten sich, andererseits, aber auch nicht demoralisieren lassen. Gerade die (vermeintliche oder tatsächliche) schwere Vermittelbarkeit des Gegenstands Musik erfordert eine vermehrte und verbesserte Vermittlungsaktivität. Dazu gehört, im außerschulischen Bereich, wesentlich der Musikjournalismus. Die durch die Digitalisierung angetriebenen fundamentalen Transformationsprozesse öffnen auch neue Per-

spektiven, setzen alte „Geschäftsmodelle“ unter Druck und generieren neue. Doch zunächst:

Was eigentlich ist Musikjournalismus?

Zurück zur oben gegebenen Feststellung von Vielfalt und Binnendifferenzierung dessen, was die Medien und Funktionen/Redeweisen von Musikjournalismus betrifft. Um diesem weiten Feld gerecht zu werden, empfiehlt es sich, auch die Definition weit zu fassen und zu sagen:

Definition

Musikjournalismus ist medienbasierte Kommunikation über Musik.

Diese Bestimmung fasst den Rahmen also wesentlich weiter als etwa die Bestimmung von „Musikkritik“, die der „Schülerduden Musik“¹ einst gab:

Definition

Musikkritik ist „die publizistische Darstellung, Analyse und Beurteilung von Musikwerken, Auf-führungen und Veranstaltungen in Tageszeitungen, musikalischen Fachzeitschriften, im Rundfunk, Fernsehen u. Ä.“

Musikjournalismus umfasst mehr als die klassische Musikkritik. Als Kommunikation über Musik ist Musikjournalismus als jedwede Form der Mitteilung zu verstehen, die Musik zum Gegenstand hat. Das bedeutet mehr als

- Abbildung (Darstellung),
- Analyse (Erschließung) und
- Beurteilung (Kritik, Wertung),

¹ Schülerduden Musik 2006.

obwohl damit schon drei wesentliche Aspekte genannt sind. Für eine weiter gefasste Begriffsbestimmung spricht, dass auf diese Weise der wichtige Faktor „Kommunikation“ als essenziell verankert wird. Außerdem orientiert sich die Bestimmung dessen, was unter Musikjournalismus zu verstehen ist, an seinen Funktionen mit Blick auf den Bedarf. Das heißt die Bedürfnisse sehr verschiedener Adressaten: Sie arbeiten für ein in sich heterogenes Publikum, für Publika. Gerade weil sich die Verhältnisse des Betriebs zurzeit beschleunigt wandeln, sollte, wer sich in dieses Terrain begibt, den Markt kennen. Aus der Beobachtung der aktuellen Verhältnisse könnte folgen, dass der Bedarf an klassischen Musikkritikern gerade eher sinkt, während der an einfallsreichen Konzepten für die Aufführung, Veranstaltung und (analoge und digitale) Distribution von Konzerten und Opern deutlich steigt: So öffnet sich etwa im Dreieck von Veranstaltungsmanagement, Dramaturgie und Marketing ein Wirkungsraum für Musik-Kommunikatoren, die in das musikjournalistische Handlungsfeld ausdrücklich einbezogen werden sollen.

Kommunikation über Musik heißt außerdem: Ein wichtiger Aspekt der hier zu machenden Mitteilungen liegt darin, dass die Botschaft auch ihre Empfangenden erreicht. Sonst wäre die Arbeit umsonst gewesen.

Sie werden im Folgenden deshalb

- eine Beschreibung der konkreten **Felder** musikjournalistischen Handelns finden;
- auch **Techniken** und Strategien der Kommunikation über Musik kennenlernen;
- das Wesentliche über die **Voraussetzungen** erfahren: Begabung, Wissen, Hilfsmittel.

Noch einmal zu der alten Duden-Begriffsdefinition von „Musikkritik“ oben. Sie bezieht sich auf die traditionelle Dreiheit der Medien: Print, Radio, Fernsehen. Diese drei Bereiche sind in dramatischer Weise unter den Einfluss des Mediums geraten, das in der Bestimmung gar nicht genannt wird: das Internet. Das *world wide web* mit seinen immer noch kaum abzuschätzenden Folgen hat alles verändert, natürlich auch die klassischen Medien und damit die konventionellen Plattformen des Musikjournalismus.

Natürlich löst die Dynamik dieser Medienrevolution Ängste aus; sie ist aber auch zu nutzen. Der Musikjournalismus befindet sich in einer Umbruchphase. Zwischen finsternen Untergangsvisionen und besinnungsloser Euphorie ist deshalb nach den Chancen und Möglichkeiten einer zeitgemäßen kompetenten journalistischen Kommunikation über Musik zu fragen.

2 Handlungsfeld Musikjournalismus

Lernziele

Wenn Sie dieses Kapitel durchgearbeitet haben, sollten Sie

- die Grundstruktur der Handlungsfelder, der besonderen Anforderungen und der wichtigsten musikjournalistischen Formen nachvollziehen können;
- die Voraussetzungen und Kompetenzen, die im Musikjournalismus wesentlich sind, kennen;
- sich in diesen Funktionen selbst einmal erprobt haben und dabei einen Eindruck Ihrer Stärken und möglicherweise Schwächen bekommen haben.

In diesem Kapitel lernen Sie ein Modell einer Systematisierung kennen. Die folgende Tabelle soll Ihnen eine erste Übersicht über die Fragestellungen vermitteln: Was muss ich können?

Was muss ich lernen, um in diesem Feld zu bestehen? Zuerst wie die mittlere Spalte „Was muss ich können“ behandelt.

Wo kann ich arbeiten?	Was muss ich können?	In welchen Formen äußere ich mich?
<div data-bbox="193 1093 523 1223" style="text-align: center;"> <p>Ordnung nach Medien</p> </div> <p>Print:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tageszeitungen - Zeitschriften, Fachzeitschriften - Bücher - Booklets - Programmhefte - PR-Magazine - Plakate, Werbung <p>Radio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - öffentlich-rechtliches Radio (z.B. WDR 3) - Privatsender (z.B. „Klassikradio“) <p>Fernsehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - öffentlich-rechtliches - privat <p>Internet:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Musikjournalistische websites - Online-Plattformen - Podcasts - Netzangebote der Print-, TV-, Radioanbieter - Homepages der Anbieter (Konzert-, Opernhäuser, Verlage, Plattenfirmen usw.) 	<div data-bbox="612 1093 927 1223" style="text-align: center;"> <p>Anforderungen an Musikjournalisten</p> </div> <p>wissen</p> <p>hören</p> <p>recherchieren</p> <p>kuratieren</p> <p>berichten</p> <p>erklären</p> <p>urteilen, einordnen</p> <p>moderieren</p> <p>präsentieren</p> <p>kuratieren</p> <p>...</p>	<div data-bbox="1023 1093 1342 1245" style="text-align: center;"> <p>Formen/Redeweisen des Musikjournalismus:</p> </div> <ul style="list-style-type: none"> - Rezension, Kritik: Aufführungen; Tonträger; Werke - Moderation: Radio, TV, Konzerte, Hörbücher - Interview - Reportage - Bericht - Portrait - Feature: Radio, TV-Dokumentation - Programmhefttext - Presstext - Blog - Kuration - Podcasts - Posts

Tab. 1: Modell einer Systematisierung des Musikjournalismus

Quelle: eigene Darstellung