

Teil 2 Theorie und Praxis von Slogans und Leitformeln

In diesen zweiten Teil des Buches sollen einige Beispiele für den Umgang mit Leitformeln und Slogans vorgestellt werden. Man wird im ersten Teil zwar viele Hinweise und vielleicht sogar Tipps dazu finden, wie man funktionierende Leitformeln und Slogans entwickeln kann. Doch liegt der Schwerpunkt meiner Überlegungen in der Analyse der Funktionsweise. So gesehen stellen sich Leitformeln und Slogans zwar als wichtige Hilfsmittel der praktischen Arbeit im Kulturmanagement und in der Kulturpolitik heraus. Doch sie sind zugleich ein Schlüssel für die Theoriebildung in beiden Feldern. In Kapitel 7 wird so der Umgang mit konkreten Slogans und Leitformeln in der Praxis untersucht. Ziel dieser Ausführungen ist es, am Beispiel verbreiteter Slogans und Leitformeln exemplarisch aufzuzeigen, welche komplexe Sachverhalte und Diskurskonstellationen mit ihnen gebündelt werden. Ein „Lernziel“ besteht dabei in dem Hinweis darauf, auf welchem dünnem Eis man sich bei der (notwendigen) Verwendung dieser Begriffe oft bewegt.

Kapitel 6 beruht auf verschiedenen Artikeln und Aufsätzen, die bereits in unterschiedlichen Zeitschriften veröffentlicht wurden. Dabei geht es mir in den älteren Arbeiten zu pädagogischen Leitformeln sehr stark um das (wissenschaftstheoretische) Problem der Begründung. Die kulturpolitischen Arbeiten beziehen sich auf Entwicklungen und Diskurse der letzten Jahre. Sie sind meist (z. T. in vereinfachter Form) in „Politik und Kultur“, der Zeitung des Deutschen Kulturrates erschienen und mischen sich in die (Diskurse über die) Gestaltung der Kulturpolitik ein. Das macht es verständlich, dass nicht alle bei einer umfassenden Analyse systematisch zu berücksichtigenden Fragestellungen, so wie sie in Teil 1 entwickelt wurden, bearbeitet werden.