

Hubert C. Siebert: Allerlei Unzensiertes: Leserbriefe zu Tagesthemen

Münster: AT Edition 1999, 202 S., ISBN 3-8258-4531-1, € 15,90

Inmitten der in *MEDIENwissenschaft* rezensierten, bisweilen stark theoretisierenden Literatur, die sich mit komplex-philosophischen Fragestellungen beschäftigt, mag es wohltuend sein, es auch einmal mit einem Buch zu tun zu haben, das weniger ‚hochtrabend‘ daherkommt und sich auf ein konkreteres Thema wie das der Leserbriefe konzentriert. Hubert C. Siebert verzichtet jedoch in seiner Abhandlung fast gänzlich auf fundierte Recherchearbeit und die damit verbundene Auseinandersetzung mit einschlägigen Veröffentlichungen, so dass es schwer fällt, dem vorliegenden Band Wissenschaftlichkeit im Sinne von fundierter Forschungsarbeit zu bescheinigen, mit der man im Rahmen dieser Buchbesprechungen rechnet. Literaturangaben zu bisherigen Arbeiten zum Thema fehlen völlig, und sieht man einmal von zwei Zitaten aus dem Jahre 1960 bzw. 1970 ab (!), gibt es keinerlei Hinweise zu eventuell thematisch relevanten Quellen. Der Großteil des Buches besteht aus einer Aneinanderreihung von Leserbriefen, die in willkürlichen Kategorien wie „Ausländerprobleme“, „Wirtschaftsprobleme“, „Umweltangelegenheiten“ etc. untergebracht sind und sich zu alltagspolitischen Themen im weitesten Sinne äußern. Bereits eingangs findet sich der Leser mit belanglosen Disputen über „Ökologischen Lehmbau“ (S.20) und dubiosen Presseorganen wie dem *Rheinisch-Westfälischen Jäger* (S.23) konfrontiert. In ausdauernder Korrespondenz mit der Deutschen Telekom weidet sich Siebert beispielweise in Belehrungen über die fortschreitende Durchdringung der deutschen Sprache durch den englisch-amerikanischen Einfluss und stellt eine bedenkliche Verbreitung des „Denglisch“ fest (S.97).

Phasenweise fühlt man sich bei der Lektüre an *Bornemanns Beste Briefmarken* (Hannover 2000) erinnert, der seine Beschwerdebriefe an Konzerne und Persönlichkeiten jedoch mit klar komischer Intention verschickte und sein Tun als witzige Aktivität verstand. Sieberts Veröffentlichung dagegen hat den Anspruch, der „schweigenden Mehrheit Mut“ zu machen. „sich an dieser ‚Hyde Park Corner‘ der demokratischen Presse zu beteiligen“ (Klappentext). Es ist fraglich, ob dies mit diesem Sammelsurium von Briefen gelingen kann, dem lediglich eine kurze Einleitung vorausgeht, in der der Versuch unternommen wird, eine methodologische und thematisch-einleitende Struktur zu schaffen. Die guten Ansätze aus

dem Bereich der Publizistik und der Soziologie (Warum gibt es Leserbriefe? Nach welchen Kriterien werden sie gekürzt? Wer zensiert?) verpuffen jedoch, da sie in einem allzu kolumnenartigen Erlebnisbericht-Stil erfolgen, der an vielen Stellen schnoddrig wirkt („Meldungen, die einem den Tag ‚versauen‘“, „...klugscheißerische‘ Journalisten“ [S.14f.]) und dem seriösen Beweggrund des Autors die erforderliche Sachlichkeit nimmt. Des weiteren fehlt der Hinweis auf literaturwissenschaftliche Ansätze, Leserbriefe als besondere Gattung zu beschreiben, deren Struktur z. B. parodiert wird (siehe *MAD, Titanic* etc.).

Hinzu kommt, dass sämtliche Briefe aus der Feder des Autoren selbst stammen, wodurch eine zumindest objektive bzw. empirische Beschreibung der Tradition des Leserbriefs von vornherein ausgeschlossen wird. So ist der vorliegende Band letztlich wenig mehr als eine persönliche Abrechnung des Autors mit Journalisten unterschiedlichster Zeitungsartikel mittels Leserbriefen, die zwar bisweilen in der Argumentation schlüssig sind, jedoch niemals ohne oberlehrerhaft-besserwisserischen Duktus auskommen. Somit ist das Buch weder zur unterhaltsamen, amüsanten Lektüre zu empfehlen (nichts altert bekanntlich schneller als die Zeitung von gestern, und damit auch die darin enthaltenen Leserbriefe), noch stellt es einen fundierten wissenschaftlichen Beitrag dar.

Es bleibt zu hoffen, dass auf diese Rezension kein böser Leserbrief folgt, für den die *MEDIENwissenschaft* dann ganz im Sinne des Verfassers eine neue Rubrik einrichten müsste: „So findet man nur wenige wissenschaftliche Publikationsorgane und andere Fachzeitschriften, jedenfalls in Deutschland, in denen man auch als ‚Konsument‘ zur Sprache kommt“ (S.13). Ginge es nach ihm, würde es sogar reine „Leserbriefzeitungen“ geben (S.19), deren Erfolg ich gerade nach der Lektüre dieser Leserbriefsammlung stark bezweifeln möchte.

Jan Siebert (Konstanz)