

**Gunter Reus: Ressort: Feuilleton.
Kulturjournalismus für Massenmedien**

Konstanz: UVK Medien 1999 (2. überarb. Aufl., Reihe Praktischer Journalismus, Bd. 22), 366 S., ISBN 3-89669-245-3, DM 45,-

Es gibt Leute, die versuchen, eine Zeitung zu machen. Und es gibt das Feuilleton – da tragen die Redakteurinnen und Redakteure die Nase höher, und wenn sie mal schnell einen tagesaktuellen Text schreiben sollen, melden sie sich krank. Viel-

leicht mag das der Grund gewesen sein, dass Gunter Reus, Autor des Buches *Ressort: Feuilleton*, zunächst einmal der Genese des Wortes als Beleidigung nachspürt: Als Walther Rathenau im Reichstag einen besonders schön gerundeten und klar verständlichen Satz beendet hatte, wurde ihm das Wort „Feuilleton“ zugerufen. Der Publizist Victor Auburtin antwortete im *Berliner Tageblatt* (7.6.1921): „Wer auf das deutsche Publikum wirken will, der beschränke sich auf nur ein Gebiet, zum Beispiel die römische Literatur nach Augustus, und schreibe hierüber in Werk, das auf drei Quartbände berechnet ist.“ Auburtin forderte „eine Art der Darstellung, eine Prosaform zwischen Bericht und Kurzgeschichte, Journalismus und Literatur. Diese Art des gestalteten Alltagserzählens zog er der Ungestalt des Wissens vor, das sich nicht mehr mitzuteilen vermag“. (S.7)

Damals wurde noch heftig gestritten. Heute bezeichne „Feuilleton“ fast nur noch das Ressort, näher besagt: in Massenmedien die redaktionelle Zuständigkeit fürs Kulturelle – kurzum, die Zeitungsseiten, die – statistisch belegt – am wenigsten gelesen werden. Und dieses Feld mäht Reus in der 2. Auflage seines 1985 erstmals erschienenen Buches: angefangen beim Selbstverständnis und der Außenwahrnehmung des Kritikers, über die Darstellungsformen der Medien bis hin zu den Marktmechanismen im Zusammenspiel mit zum Beispiel den Buchverlagen. Es wird ausgerechnet, wie oft Bücher aus Verlagen rezensiert werden, wenn diese Verlage gleichzeitig inserieren. Wer keine Anzeigen schaltet, schaut in die Röhre.

Darüber hinaus lernt man verwandte Gebiete kennen („Kleidung und Mode“, S.194 u. a.), mit denen der Feuilletonist sein Geld verdient, z. B. wenn er im Urlaub war („Reisen“, S.181ff.) Der dritte Teil wartet mit Reflexionen über die Kulturberichterstattung in Non-Print-Medien auf. Im vierten Teil, „Giftzwerge gegen Angsthasen“ (S.249ff.) treten Ulrich Greiner und Lothar Baier in den Ring, ohne es vorher voneinander gewusst zu haben. Baier zerfetzt das Feuilleton der *FAZ*, Greiner schürt Hoffnung für die Kultur und ihre Übersetzer.

Mit Reus ist ein Herausgeber angetreten, der sich selbst lange genug im Metier herumgetrieben hat; er ist Professor am Institut für Journalistik in Hannover. Bei der *Frankfurter Neuen Presse* war er Lokalredakteur. Dennoch ist ihm manches entgangen, oder er wollte die Leser nicht überfordern. So mahnt er zwar eine konstante Medienkritik an, versteift sich dabei aber auf die großen Zeitungen. Verschwiegen wird, dass Medienkritik in Magazinen wie *Konkret* zum festen Repertoire gehört und meist reichlich radikal geübt wird. Dass sich dort die Autoren meist ausschließlich aus anderen Zeitungen ernähren, hätte Diskussionsstoff in *Ressort: Feuilleton* sein können. Reus hätte sich dann aber von seinem unsichtbaren Leitfaden der Auflagenzahlen verabschieden müssen: Auch für Einsteiger, an die sich das Buch nicht zuletzt richtet, wäre es interessant gewesen, etwas über die kleineren Zeitungen und Magazine zu erfahren.

So beschränkt sich Reus darauf, den Stand des deutschen Feuilletons im Überblick wiederzugeben, leider auch ohne die Entwicklungen der letzten Jahre besonders genauer Betrachtung zu unterziehen. Deutlich wird das in der um 138 Titel

erweiterten Bibliographie. Sie enthält zwar jede Menge Werke von den Jungs und Mädels mit der flotten Schreibe, jedoch kein dezidiertes Werk über die Debatten der jüngsten Vergangenheit, die im Feuilleton losgetreten wurden: über Rassismus, die Wehrmachtsausstellung oder etwa Daniel J. Goldhagens Publikationen. Man wird den Eindruck nicht los, dass hier ein wenig das 'Fachidiotentum' gefördert wird, wenn solche Themen nur angerissen werden, gleichzeitig aber über Auto-tests referiert wird. Ganz zu schweigen von dem Stichwort „Krieg“, das es nicht ein einziges Mal zum Sachworteintrag schafft. Denn was sich die Feuilletonisten da in den letzten Jahren geleistet haben, waren mit Sicherheit ganz neue Vorstellungen von Belle-tristik.

Jürgen Kiontke (Berlin)

Hinweise

Fabris, Hans Heinz Roman Hummel Rudi Renger Astrid Zimmermann (Hg.): Journalismus in der Informationsgesellschaft. 146 S. Innsbruck: Wien 1999. 146 S., ISBN 3-7065-1395.

Friedrichs, Jürgen: Ulrich Schwinges: Das journalistische Interview. Wiesbaden 1999. ISBN 3-531-13425-6.

Kött, Martin: Goldhagen in der Presse. Eine Debatte über „Kollektivschuld“ und „Nationalcharakter“ der Deutschen. Konstanz 1999. 142 S., ISBN 3-89669-255-0.

Zimmermann, Gerd: Die schriftliche Presseinformation. Konstanz 1999. Ca. 300 S., ISBN 3-89669-266-6.