

Gunter Reus: Ressort: Feuilleton. Kulturjournalismus in Massenmedien
Konstanz: Verlag Ölschläger im Universitätsverlag Konstanz 1995 (Reihe
Praktischer Journalismus, Bd. 22). 316 S., ISBN 3-88295-186-9, DM 38,-

Da es für Journalismusstudierende und Volontäre zum Ressort Feuilleton bislang keine nennenswerten Publikationen gab, schließt die Veröffentlichung von Gunter Reus einerseits eine Lücke und wird sich andererseits am Anspruch an ein Grundlagenwerk messen lassen müssen. Das Buch hält diesem Anspruch stand.

Reus lehrt am Institut für Journalismus und Kommunikationsforschung an der Hannoverschen Hochschule für Musik und Theater und kennt sowohl die Bedürfnisse der Studenten als auch die Anforderungen der Journalismus-Ausbildung in den neunziger Jahren. Und er kennt das Objekt seiner Untersuchung: „Es fehlt alles in allem an Wagemut, Sinnlichkeit, Farbe und Humor. Es fehlt am Blick für das Große im Unscheinbaren und Unspektakulären. [...] Es fehlt an thematischer Breite, und es fehlt an Lesern, Hörern und Sehern. Nicht dagegen fehlt es am Katzengold der schmückenden Beiwörter, nicht fehlt es im Feuilleton an 'meisterlichen Improvisationen', an 'stimmungsvollen Bildern' und 'soveränen Interpretieren'. Seien wir nicht ungerecht – und bestehen wir auf Besserung. Es ist nicht alles schlecht, und vieles kann doch anders werden.“ (S.16)
Dieser kleine Auszug formuliert Ausgangspunkt und Anspruch des Bandes und

kann im übrigen auch als Stilprobe gelten: So dezidiert und so leicht bleibt Reus die ganze Zeit. Studenten werden das Buch lieben, und – was wichtiger ist – durcharbeiten. Sie werden über den Kulturbegriff von Kulturredaktionen lesen sowie über das Selbstverständnis von Kulturjournalisten; es erwartet sie eine Kritik an den Defiziten des traditionellen Feuilletons und ein Andenken neuer Wege, das die feulletonistische Monokultur des Rezensierens sprengt und mit Kulturpolitik, Mode, Essen und Trinken Gebiete integriert, die sonst unter 'Modernes Leben' oder 'Bunte Seite' firmieren (allerdings vermißt man Reus' Position zu den entsprechenden Beispielen, die es dazu in Zeitschriften und Supplements gibt).

Unter „Ansichten, Einsichten, Konzepte“ kommen erfahrene Praktiker zu Wort; sie äußern sich aus der Perspektive ihrer Zeitung oder ihres Senders und sprechen jeweils für einen bestimmten Typ von Massenmedium. Mit diesem Buch kann man arbeiten, auch als Dozentin.

Jutta Rossellit (Hamburg)