

Neue Zürcher Zeitung

Neue Zürcher Zeitung, 10.06.2005, Nr. 133, S. 63 / em Medien und Informatik

Der Geist widersteht dem Geld Eine Analyse von vier Zeitungsfeuilletons

Von Gunter Reus und Lars Harden *

Das Feuilleton der Tagespresse wandelt sich - aber offenbar anders, als etliche Medienbeobachter glauben. Von einem Bedeutungsverlust der Hochkultur und der Rezension könne keine Rede sein, schreiben die Autoren des folgenden Beitrags. Ihre Argumentation beruht auf der Analyse von vier deutschen Tageszeitungen.

Dass die Kultur des Abendlandes im Meer der Moderne versinke, gehört seit je zum Klagerepertoire der abendländisch Gebildeten. Neuerdings sehen die Auguren aber nicht nur die Kultur, sondern auch noch den Kulturteil untergehen. Das ehrwürdige Zeitungsfeuilleton, so heisst es, sei am Ende - ein Opfer von Verlagsmanagement, Quotendenken und Bildungsverlust. Befunde dieser Art sind in Fachmagazinen nachzulesen, aber auch in den Feuilletons selbst. Gebündelt vorgetragen wurden sie im September 2003 in Halle an der Saale. Thomas Steinfeld, Literaturchef der "Süddeutschen Zeitung", beschwor auf dem dortigen Feuilletonkongress (dokumentiert in dem Bändchen "Was vom Tage bleibt", Fischer-Verlag, Frankfurt/Main) Krise und "radikale Reduktion" des Ressorts mitsamt seiner angestammten Domäne, der Kunstkritik.

Geld und Geist

Zu einer ähnlichen Diagnose sind Andrea Höhne und Stephan Russ-Mohl in der NZZ gelangt. In ihrem Beitrag vom 10. Dezember 2004 sahen sie den "Geist" vom "Geld" gebeugt. Der "homo oeconomicus" sei nun auch beim Relaunch des Feuilletons zugange. Diese Spezies ersetze Kultur wenn nicht vollständig, so doch zu erheblichen Teilen durch quotenträchtigen Lifestyle. Das treibt laut den Autoren die Themen der Hochkultur "in Rechtfertigungsnot". Verkaufsförderung ersetze Kritik und Analyse, und mit "den Themenschwerpunkten Pop-, Kino-, Ess-, Trink- und Alltagskultur" würden "die Feuilletons zu Marketingplattformen". Der ästhetisch beobachtenden und entschieden urteilenden Rezension bleibe da nur der Rückzug: "Verrisse im Rezensionsteil sind seltener geworden." Allenfalls in überregionalen Blättern hielten sich noch Reservate der Hochkultur; auch hier aber seien sie zur Koexistenz mit der mächtig andrängenden Kultur des Alltäglichen gezwungen.

Ist die Rezension wirklich auf dem Rückzug? Beherrschen Alltag und Pop die Kulturseiten? Gibt es sie wirklich - die Boulevardisierung "des" Feuilletons? Und ist die allgemeine Klage begründet, das Zeitungsressort werde nicht nur um-, sondern abgebaut? Das alles kann man messen. Eine Studie der Hochschule für Musik und Theater Hannover, realisiert von den Autoren dieses Beitrags, hat es getan. Die Resultate widersprechen den genannten Thesen. Einen Wandel des Feuilletons gibt es tatsächlich, doch er fällt nicht so aus wie allseits vermutet. Analysiert und verglichen hat die Studie die Feuilletonseiten der "FAZ" und der "Süddeutschen Zeitung" ("SZ"), der "Hannoverschen Allgemeinen Zeitung" und der "Neuen Presse Hannover". Über einen Zeitraum von 1983 bis 2003 bildet die Stichprobe die Entwicklung verschiedener deutschsprachiger Zeitungstypen ab. Ausgewertet wurden sämtliche Themen, Themenumfänge, Beitragsformen und Bewertungen von Ereignissen.

Zunahme der Artikellänge

Die Ergebnisse zeigen, dass von einer Reduktion des Ressorts keine Rede sein kann - im Gegenteil: Die Zahl der Feuilletonbeiträge hat sich im Zeitverlauf eklatant erhöht. Überdies ist in allen vier Blättern der durchschnittliche Artikelumfang 2003 grösser als 1983. In der "SZ" hat er sich sogar verdoppelt. Kurze Textformen gehen über die Jahre deutlich zurück, lange nehmen ebenso deutlich zu. "Häppchenjournalismus", ein mögliches Indiz für Popularisierung, hat sich gerade im Feuilleton nicht durchgesetzt.

Zeigt sich nun ein Wandel der Themenschwerpunkte? Ja - doch nicht in der von Höhne/Russ-Mohl vermuteten Richtung. Am auffälligsten ist die Karriere politischer Themen (vor allem internationale Politik, Aussenpolitik und politische Kultur). Hatten sie 1983 noch einen Anteil von gerade einem Prozent an allen registrierten Kulturbeiträgen, so sind es zwei Jahrzehnte später bereits 15 Prozent. Der Anstieg ist besonders ausgeprägt in "SZ" und "FAZ", tendenziell aber auch in den lokalen Zeitungen nachweisbar.

Kunst weiterhin thematisches Zentrum

Es liegt nahe zu glauben, dies bedinge einen markanten Rückgang der herkömmlichen Kulturthemen, also der Theater-, Literatur-, Kunst- und Musikkritik. In der Tat verringert sich ihr Anteil an allen Themen in etwa gleichem Umfang. Da aber die Feuilletons 2003 erheblich mehr Beiträge enthalten als 1983, bedeutet eine geringere Quote der Kunstartikel keineswegs, dass auch die absolute Zahl der Kunstartikel zurückgegangen ist. Tatsächlich bilden sie auch 2003 ungefährdet das thematische Zentrum des Feuilletons. Es erscheinen nicht weniger Artikel zu Theater, Musik oder neuen Büchern - nur hat sich der politische Diskurs auf den Feuilletonseiten dazugesellt.

Auch die Vorstellung, die Feuilletons gerieten unter dem Ansturm der Alltagskultur zu Marketingplattformen der Konsumgesellschaft, liegt weit neben der Realität. Essen und Trinken, Sport, Mode, alle Zeitgeist- und Trendthemen zusammengenommen - sie kommen im Jahr 2003 nicht über einen Anteil von 3 Prozent hinaus. Film und Medien haben sogar absolut an Bedeutung im Feuilleton eingebüsst. Die einzige bedeutende Popularisierungswelle gab es auf dem Gebiet der Musik. Wenn sich eine Spielart der Alltagskultur im Feuilleton fest verankern konnte (aber eben auch nur diese eine), dann ist es Rock- und Popmusik. Die Daten aus Hannover zeigen, dass sie innerhalb der letzten Jahrzehnte nicht einfach neben die sogenannte E-Musik getreten ist, sondern diese in der Berichterstattung ein gutes Stück verdrängt hat. Musikkritik ist heute weit eher als früher Popkritik. Genügt dies schon, um vom Ende der Hochkultur zu sprechen?

Nun liesse sich vermuten, dass die Kunstkritik zwar noch vorhanden sei, das Kritische aus ihr aber schwinde, dass die Vermarktung von Ereignissen wichtiger werde als das ästhetische Verdikt. Aber auch die Annahme, im Feuilleton werde heute weniger ge- und verurteilt als früher, ist falsch. Die Daten der Inhaltsanalyse zeigen unter anderem, dass die negative Bewertung von Kulturereignissen seit 1983 nicht ab-, sondern zugenommen hat. Das gilt selbst dann noch, wenn man alle Beiträge herausrechnet, die sich zum Beispiel mit dem Irak-Krieg oder dem Berliner Kabinett statt mit Kunst befassen. Verrisse waren im Feuilleton nie die Regel; in den letzten Jahren jedoch sind sie gewiss nicht seltener geworden. Der Prozentsatz positiv gestimmter Rezensionen geht übrigens in der Boulevard-ähnlichen "Neuen Presse" am stärksten zurück.

Mehr Rezensionen

Ein Trend zu nachlassender Kritikbereitschaft ist also nicht auszumachen. Wie auch kein Ende des Rezensionsfeuilletons: Nach wie vor ist diese traditionelle Form der Analyse das wichtigste journalistische Genre im Feuilleton. In absoluten Zahlen erschienen 2003 in den vier Zeitungen etwa 50 Prozent mehr Rezensionen als 1983. Genres, die eher auf Boulevardisierung, Popularisierung und Marketing deuten könnten, wie Porträt, Interview, Tipp, Vorschau oder Bestsellerliste, spielen trotz leichter Zunahme im Ensemble der Präsentationsformen kaum eine Rolle.

Insgesamt zeigen die Forschungsergebnisse aus Hannover, dass der Boulevard immer noch einen grossen Bogen um das deutschsprachige Feuilleton macht. Man mag dem Ressort vielleicht mehr Mut zur Popularisierung wünschen - ein messbarer Trend in den Redaktionen ist der neue unterhaltungs- und alltagsbetonte Blick auf Kultur jedoch nicht. Kaum übersehen lässt sich dagegen die Tendenz zum politischen Diskurs. Gut möglich, dass er von den Verlagen bewusst gefördert wird. Ziel einer Entkopplung von Politik- und Kulturteil könnte sein, im wirtschaftlichen Wettbewerb den Reiz des Blatts zu erhöhen: Während auf den ersten Seiten politische Entwicklungen zurückhaltend bis staatstragend kommentiert werden, schafft man im Feuilleton Raum für die Freiheit zum Widerspruch und zum Grundsätzlichen. Wäre es so, dann hätte der "homo oeconomicus" sich immerhin in diesem Punkt durchgesetzt.


* Gunter Reus ist Professor am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik und Theater Hannover, Lars Harden ist Geschäftsführer der Agentur für Kommunikationsberatung Aserto in Hannover.

AA Auswärtige Autoren

Quelle:	Neue Zürcher Zeitung, 10.06.2005, Nr. 133, S. 63
Ressort:	em Medien und Informatik
Dokumentnummer:	CNIH1

Dauerhafte Adresse des Dokuments: https://www.wiso-net.de/document/NZZ_CNIH1

Alle Rechte vorbehalten: (c) Neue Zürcher Zeitung

 © GBI-Genios Deutsche Wirtschaftsdatenbank GmbH