

Vom rechten Umgang

oder für eine Unterscheidung zwischen Literaturkritik,
journalistischem Tagesgeschäft und PR-Maßnahme

Autorin: Evelyne Polt-Heinzl

Irgendwie hat die Literatur von den neuen medialen Präsentations- und Vermarktungstrends auch profitiert, sie kann heute immer wieder einmal in den Kreislauf der Hype- und Eventkultur eingespeist werden und findet dann tatsächlich mehr mediale Aufmerksamkeit, auch weil die Ressortgrenzen durchlässiger geworden sind.

Ein erfolgreicher Autor oder eine gut platzierte Veranstaltungsreihe wandert mitunter rasch von den Literaturseiten in die Bereiche Lifestyle und Chronikbericht hinüber. In diesem Sinn hat die Literatur etwas an Terrain aufgeholt gegenüber den anderen Künsten, die immer schon publikumsträchtiger waren, weil einfach lauter und stärker öffentlich rezipiert.

In ihrem angestammten Feld allerdings hat sie an Terrain eingebüßt. Redaktionelle Sparprogramme und Layoutreformen mit einer radikalen Aufwertung der Bildregie haben den Platz auf den Feuilletonseiten schrumpfen lassen, den sich die Literatur zudem dank eines breiteren Kulturbegriffs mit alltagskulturellen Phänomenen wie Mode, Architektur oder Popmusik teilt. Praktisch heißt das weniger Text für die einzelne Besprechung, was eine diskursive Leserinformation schwierig macht, und weniger Bücher, die überhaupt besprochen werden können – will man die jüngste Erfindung der Kurztipp-Leisten nicht als Literaturkritik verstehen. Es wird immer schwieriger, eine Autorin oder einen Autor, der es nicht auf irgendeine Bestseller- oder Nominierungsliste geschafft hat, vorzustellen. Das ist bedauerlich, denn gerade die Entdeckung guter, aber unbeachteter Bücher wäre Teil des literaturkritischen Gewerbes.

News-Meldung statt Rezension

„Schon wird Bildung auf Wissen reduziert und Kultur kommt als Information in die Schiene“, so formuliert Margit Schreiner das



FOTO: REGINE HENDRICH

zentrale Problem. Auch über Literatur wird medial fast nur mehr im Sinne einer Neuigkeiten-Berichterstattung gehandelt. Sieht man ein neues Buch primär als News-Meldung, also analog zum Rücktritt eines heimischen Politikers oder einer Unwetterwarnung, dann geht es darum, wer darüber als erster berichtet. Doch journalistisches Tagesgeschäft ist das eine, Literaturkritik wäre das andere. Eigentlich ist das Tempo der Buchbranche selbst schon atemberaubend genug. Kaum wird die Frankfurter Buchmesse geschlagen sein, werden die ersten Frühjahrsprospekte der Verlage auf den Redaktionstischen landen. Aber der Betrieb arbeitet unermüdlich an Mechanismen der Beschleunigung, mit immer gleicher Rollenverteilung: Die Verlage verschicken Voraus-

exemplare an die Redaktionen und setzen eine Sperrfrist. Das ist der vernünftige Versuch, das Erscheinen der ersten Besprechungen mit der Auslieferung des Buches zu synchronisieren. Im Konkurrenzkampf der Feuilletons geht es aber darum, wer als erster am neuen Buch dran ist, und kaum eine Redaktion verzichtet auf dieses *ius primus nocte*. Eine heimische Zeitung unterläuft die Sperrfrist konsequent genau um eine Woche, die anderen suchen nach fantasievollen Umgehungen mit einem Vorabdruck, der den AutorInnen zumindest ein geringfügiges Honorar bringt, oder einem Interview. Da das alle tun (müssen), ist die „Besprechungsfront“ wieder fest geschlossen, die in einer Woche die Beilagen der großen Zeitungen und die schmalen Kulturseiten der Magazine eint. Das Diskursive mag so ins Hintertreffen geraten, aber schließlich geht auch beim Theater der Trend weg von Analysen „Nach der Premiere“ hin zu zwangsweise mehr werbenden „Vorberichten“. Interviews sind zudem kostengünstig, sie werden den AutorInnen als Eigen-PR-Maßnahme meist gratis abverlangt, kommen dem aktuellen Bedürfnis nach Authentizität entgegen und gelten daher als besonders lebendige journalistische Textsorte.

Wenn Kultur „als Information in die Schiene kommt“, heißt das auch, dass sich die Bandbreite verkleinert, denn als News-Meldung eignet sich tendenziell nur der Event, der heißt in der Buchbranche Bestseller. Günstige Zutaten dafür sind ein renommierter und ökonomisch potenter Verlag, der eine gut getimte und strategisch durchdachte Werbekampagne organisiert – bis hierher unterscheidet sich das Buch heute kaum von anderen Produkten. Deshalb sind in den großen Verlagskonzernen VerkaufsmanagerInnen gefragter als LektorInnen, die das Buch primär als Transportmittel für Inhalte sehen. Nützlich für den medialen Erfolg ist auch eine gewisse Indiskretionsbereitschaft der AutorInnen, also keine Scheu vor medialen Entblößungen; sehr wirksam ist der Medienverbund mit der Filmindustrie, das Andocken an ein aktuelles Thema des Zeitgeistes oder das Spekulieren mit einem Skandal, der die medialen Debatten über das Buch verlängert, auch wenn solche Showeffekte oft nur für einen momentanen Medienkick sorgen.

Trotzdem ist der Bestseller natürlich nicht mit Sicherheit planbar, das bedauern die PR-Abteilungen der großen Verlagshäuser tagtäglich und sie bemühen sich trotzdem unverdrossen, in jedem Frühjahrs- und Herbstprogramm ihre „Spitzentitel“ als solche anzupreisen. Bis vor einigen Jahren hießen die brancheninternen übrigens „Stapeltitel“, weil sie – wie die Süßigkeiten und Underbergfläschchen im Supermarkt – meist in Kassennähe für die rasche Kaufentscheidung aufgeschichtet waren. Seitdem die großen Buchhandelsketten immer mehr von Regalhaltung auf Buch-

stapel-Wühltisch umstellen, sind tendenziell alle Bücher, die hier überhaupt noch präsent gehalten werden, Stapeltitel.

Literaturkritik oder PR-Maßnahme?

Literaturkritik im Sinn von diskursiver Auseinandersetzung mit der Arbeit der AutorInnen ist tendenziell dabei, sich zwischen all diesen Fronten zu verlieren. Die Ära der Literaturpäpste ist jedenfalls vorbei, und das ist nicht nur für die AutorInnen gut, sondern auch für den Betrieb, denn Päpste argumentieren nicht, sie dekreten. Dass von den Redaktionen heute gerne AutorInnen als RezensentInnen ihrer Autorenkollegen eingesetzt werden, ist allerdings – wie einige solche Paarläufe gezeigt haben – auch nicht unproblematisch. Verständlich ist hingegen, dass sich AutorInnen gegen flapsig-oberflächliche Aburteilungen wehren, die vor keinem Griff unter die Gürtellinie zurückschrecken, wenn sich daraus ein Bonmot drehen lässt. Doch irgendwie scheint aktuell das kritische Potential generell abzunehmen bzw. der Umgang damit in eine Krise geraten zu sein. In jüngster Zeit will es fast scheinen, dass hier in Analogie zum dominanten kulturellen Feld des Sports eine Art nationaler Schulterschluss eingefordert wird. Die großen Erfolge österreichischer Autorinnen und Autoren am deutschen Buchmarkt haben eine berechtigte Euphorie entstehen lassen, in der kritische Stimmen störend wirken, als verstießen sie gegen ein ungeschriebenes Gesetz. Ein erfolgreicher junger Autor hat jüngst eine Zeitung, in der eine kritische Besprechung seines Werks erschienen war, auf eine schwarze Liste setzen lassen, d. h. der Verlag darf keine Besprechungsexemplare mehr an diese Redaktion senden. Das ist eine neue Qualität im Verhältnis Literaturkritik und Literatur. Irgendwie liegt sie aber im Trend, selbst die Festspiele Reichenau haben eine Redaktion für ihre kritische Berichterstattung im Vorjahr mit der Verweigerung von Pressekarten abgestraft. Und es hat ja auch eine gewisse Logik: Tritt ein Autor mit der Maxime an, Literatur müsse am Markt reüssieren und staatliche Literaturförderung wirke nur wettbewerbsverzerrend, dann ist eine kritische Besprechung gewissermaßen geschäftsschädigend.



► **Dr.ⁱⁿ Evelyne Polt-Heinzl** ist

Literaturwissenschaftlerin und -kritikerin in Hirschwang. Sie schreibt u. a. für „Literatur und Kritik“, „Die Presse“, „Wiener Zeitung“, „Neue Zürcher Zeitung“.