

Gastvortrag „Modelle der Germanistik zur Analyse des Literaturbetriebs“

Wie lassen sich Texte adäquat daraufhin untersuchen, welchen Bedingungen sie im Literaturbetrieb unterworfen sind? Germanistische Modelle beschränken sich zumeist auf die Interpretation von Texten und berücksichtigen allenfalls noch deren Kritik und Kanonisierung.

Dabei bieten einige germanistische Modelle durchaus genügend Handwerkszeug, auch erstens Texte außerhalb des eng begrenzten Gegenstandsbereichs der fiktionalen Literatur zu untersuchen, wie beispielsweise Sachbücher. Zweitens lässt sich mit ihrer Hilfe auch durchaus der Einfluss des Literaturbetriebs auf die Entstehung, Form und Verbreitung dieser Texte analysieren.

Dies soll zunächst an Beispielen aus der Wissenschaftsgeschichte gezeigt werden anhand der Texte von Wilhelm Scherer, Siegfried Kracauer und Levin Schücking, darauf aufbauend aber auch an Methoden wie der Empirischen Literaturwissenschaft, der Literatursoziologie, der Rezeptionsästhetik oder der bourdieuschen Feldtheorie.

Wilhelm Scherer

Poetik

[Berlin, Weidmannsche Buchhandlung, 1888, S. 84-94]

A. Der Tauschwerth der Poesie und der litterarische Verkehr

Ruhm ist immerhin eine der Belohnungen, welche der Sänger erstrebt. Noch früher aber strebt er nach materieller Begünstigung. Er war ein Furstendichter, und er wollte, daß man ihn erhielt. Der Possenreißer, der umherzog, erwartete auch beschenkt zu werden.

Der Dichter, der zum Gefolge des Fürsten gehört, wie der, der von Hof zu Hof zieht, begehrt Lohn, will sich bereichern. Er begehrt vielleicht einen Armring, und diese Armringe geben einen Werth. Und so früh dies vorhanden, so früh hat die Poesie nicht bloß einen idealen, sondern auch einen nationalökonomischen Werth, Tauschwerth.

Die Poesie ist also schon in alter Zeit eine Art von Waare. Ihr Werth regelt sich nach Angebot und Nachfrage, nach dem Verhältniß von Production und Consumption. Dies Verhältniß hat in neuer Zeit einen bestimmten Ausdruck erhalten, insofern es das litterarische Product als bloße Waare angeht. Seit dem 15. Jahrhundert mindestens gab es in Deutschland einen Buchhandel, der dann durch die Leichtigkeit der Production bald einen Aufschwung nahm; der Buchhandel hat die Anerkennung der Poesie als Waare durchgesetzt. Im 16. Jahrhundert waren die Buchhandlerhonorare noch nicht fest eingeführt; es war noch zweifelhaft, ob es ehrenvoll sei, ein Honorar anzunehmen. Nach und nach wurde es immer fester. Ganz fest ist es indessen noch heute nicht; wenn hochge-

stellte Männer, die nicht Schriftsteller von Beruf sind, einmal schreiben, so nehmen sie in der Regel kein Honorar oder widmen das Honorar öffentlichen gemeinnützigen Zwecken.

Die Poesie oder, besser gesagt, das poetische Product, ist heut eine Waare wie eine andere, und die nationalökonomischen Gesetze des Preises und Umsatzes haben auch auf das poetische Product, wie auf das Buch im Allgemeinen, ihre Anwendung. S. Zola, *La question d'argent dans la littérature*. Morley in seiner englischen Litteraturgeschichte fügt Angaben über die Honorare der Schriftsteller bei, was ich doch bei so beschränktem Raum nicht wagen würde zu thun. Doch wäre eine Geschichte der Preise sehr wünschenswerth, d. h. eine Geschichte der Honorare, und dabei das Verhältniß zum jeweiligen Werth des Geldes zu berücksichtigen.

In Beziehung auf den Verkehr der litterarischen Waare hat ein ungeheurer Umschwung der alten Zeit gegenüber sich vollzogen. Man braucht nur an den Contrast zu denken, der sich im Nachrichtenwesen zeigt: der fahrende Sänger, der Spielmann, welcher im Mittelalter die Rolle des Journalisten spielt - und die Zeitungen von heute. Es hat sich auch die Production dadurch vielfach verändert: denn die Factoren der Vermittlung zwischen Producent und Consument, d. h. zwischen Dichter und Publicum, sind außerordentlich complicirt geworden; und diese haben einen gewissen Einfluß auf die Production. Jetzt sind die Zeitungen solche Vermittler auch für die Poesie: sie theilen z. B. Romane im Feuilleton mit, Gedichte weniger. Sonst steht zwischen Dichter und Publicum der Verleger und der Sortimentier. Dazu kommen dann noch weitere Factoren, z. B. in Deutschland die Leihbibliothek. Alle diese Factoren wirken auf die poetische Production ein; sie tragen dazu bei den Preis zu bestimmen, sie stehen in Concurrency und werben um das Publicum.

Durch alle diese Vermittlungen sind schon gewisse Formen geschaffen, und Formen ganz neuer Art. Z. B. wäre das Feuilleton ohne das heutige Journalwesen nicht möglich; und es ist gar nicht mehr, was es eigentlich heißt. Ebenso ist es mit der Recension, der litterarischen Notiz. Andererseits sind in der neuen

Form die alten Keime oft noch kenntlich; so vertritt die Tagesneuigkeit das uralte Element der Anekdote oder Novelle, das Herumtragen merkwürdiger Fälle, welches Kern des Märchens ist. Deshalb konnte Achim von Arnim den Dichtern rathen, ihren Stoff in der Zeitung zu suchen. Denn dies Element des Unterhaltenden ist das eigentliche Element der Poesie, und so repräsentirt die unterhaltende Nachricht in der heutigen großen politischen Zeitung die Poesie. Freilich sieht man näher zu, so ist vieles complicirter. Dann ergibt eine Analyse z. B. eben des Feuilletons, daß dies mannigfacher Art ist; es ist aus verschiedenen Theilen zusammengesetzt, die schließlich doch wieder auf die alten Gattungen zurückgehen. Es ist z. B. belehrender Natur wie das Lehrgedicht, z. B. Nekrolog wie das Klagegedicht. Man sollte einmal das Feuilleton irgend einer gut redigirten und viel gelesenen Zeitung daraufhin analysiren. Am glänzendsten ist das eigentliche Feuilleton im Pariser >Figaro< vertreten, der im Grunde von Anfang bis zu Ende nur Feuilleton ist.

Neben diesen neuen Formen wirken aber die alten noch direct auch in der Zeitung fort. Die Tagesneuigkeiten z. B. sind nicht immer aus dem Leben geschöpft. Wenn kein Stoff da ist, werden sie gemacht, erfunden, wobei poetische Traditionen wirken.

In all diesen Formen vermittelt der Journalismus zwischen dem Producenten und dem Consumenten litterarischer Producte.

Aber auch der Buchhandel ist nicht ohne Einfluß auf das Publicum. Die Sortimenter haben ihre Erfahrungen von dem kaufenden Publicum; sie benachrichtigen den Verleger, und so wirken die Erfahrungen der Sortimenter auf den Verleger. Diese Erfahrungen lassen sich statistisch ausdrücken in den Zahlen der bestellten Exemplare. Und unter dem Druck dieser Erfahrungen, unter dem Druck dessen, was ihm sein Verleger, was ihm die Redaction der Zeitung, mit der er in Verbindung steht, mittheilen, steht die Production des Autors.

Aber damit nicht genug; es kommt noch ein Hauptfactor für den Erfolg: die Recensenten.

Noch schlimmer steht es für den Dramatiker. Er hat auch mit dem Urtheil des Directors über Bühnenfähigkeit, mit den Wünschen der Schauspieler zu rechnen. Der Einfluß der Schauspieler ist oft sehr groß gerade bei gesunden Verhältnissen; sie urtheilen nach ihren Rollen, und der Durchschnitt der Rollen ergiebt die Stimmung der Schauspieler dem Stück gegenüber. Denn wie natürlich wollen Alle dankbare Rollen haben. Dafür genügt die Vertheilung der Rollenfächer auf bestimmte Schauspieler nicht. Oft nimmt der Dichter schon auf ein bestimmtes Theater Rücksicht: vornehme Wiener Dichter nehmen Rücksicht auf das Burgtheater und schreiben gewissermaßen den Schauspielern die Rollen auf den Leib. Der Autor muß sich für die Schauspieler einrichten. Es ist nicht wahr, daß der Dichter sich damit wegwirft: denn wenn er diese Rücksicht auf die vorhandenen Schauspieler nimmt, hat er eine starke Garantie des nöthigen Erfolgs. Bei einem tüchtigen Theater wird der Dichter auch nicht leicht damit auf schlechte Wege gerathen.

Dann kommen wieder die Recensenten, welche oft den Erfolg ganz allein entscheiden - in gewissen Grenzen; wenn man in einem Lustspiel viel lachen kann, so mögen die Recensenten sagen was sie wollen: das Publicum geht hinein. Dagegen beim Trauerspiel steht es anders; wenn die Recensenten nicht sagen: du mußt hineingehen, das ist höchst ausgezeichnet oder höchst merkwürdig - so geht niemand hinein. Die Meisten suchen nach der nächsten betreffenden Recension, um eine Tragödie nicht sehen zu dürfen.

Die Lehre vom litterarischen Erfolg ist äußerst schwierig, und die Erfahrensten, welche dies Kapitel schon lange studiren, trauen sich selten eine Vorhersage zu. Ja es können plötzlich Zeitverhältnisse eintreten, die das Werk völlig ersticken.

Gewiß sind die fachmäßigen Recensenten ein maßgebender Factor. Nicht immer sind sie ihres verantwortungsvollen Amtes eingedenk. Die Recensenten von Fach haben in der Regel wenig Zeit und können die Bücher nicht alle lesen; und die Hauptsache ist, daß Recensent und Publicum es immer für sicherer halten zu tadeln. In Wahrheit ist richtig loben das Allerschwerste.

Über die Geschichte der Recensionen ließe sich viel sagen. Für die deutsche Litteratur ist es nicht zu bezweifeln, daß im 18. Jahrhundert die Kritik sich um das riesige Aufsteigen sehr verdient gemacht hat; ja man würde das Ansehen der Kritik in Deutschland gar nicht begreifen ohne die Verdienste Lessings; und schon vor Lessing wird die Principienfrage über Homer und Milton erörtert. Lessings Stellung ist eine ganz unvergleichliche; wenn er nicht ein so starkes Regiment geführt hätte, würde unter der Masse des Unbedeutenden das Bedeutende nicht groß geworden sein. Lessing wirkt erziehend auf Wieland, beschränkend auf die kleinen Dichter. Aber freilich konnte Lessings Kritik allein nicht dauernd aufräumen; es war ein starkes Gewitter, aber von Zeit zu Zeit mußte immer ein neuer Hagelschlag kommen. So mußten wieder die Xenien aufräumen. Goethe selbst hatte für sich das Gefühl, daß er durch die Kritik nirgends wirklich gefördert worden sein. Etwas wahrhaft Bedeutendes wird niemals durch die Kritik zerstört oder vernichtet, wohl aber kann es aufgehalten werden. So mußten Goethe und Schiller durch das Strafgericht, welches sie ergehen ließen, für ihre bedeutenden Anschauungen erst Raum schaffen. Schiller hatte ja überhaupt eine populäre Ader; aber für Goethe war viele Jahre hindurch das Publicum ein engerer Freundeskreis. Und diesem Publicum konnte er denn freilich Großes zumuthen.

Von Zeit zu Zeit ist ein scharfes Vorgehen der Kritik durchaus nöthig; so mußte seiner Zeit der überschätzte Gellert zurückgedrängt werden, während die Litteraturgeschichte jetzt ihm wieder gerecht werden muß. Innerhalb der kleinen Gattung, die er pflegte, hatte er jedenfalls große Verdienste; er wurde in allen Ländern anerkannt, ihm haben wir es mitzudanken, daß später die Poesie so große Kreise gewann.

Die Kritik war auch oft zu streng. Bei einer im Verfall begriffenen Gattung, wies es z. B. jetzt das deutsche Drama ist, müßte die Kritik die ernste Gesinnung unterstützen. Statt dessen können jetzt wahre Talente wie E. v. Wildenbruch todt gemacht werden, z. B. weil sie Fehler in der Motivirung begehen, wie es Schiller auch thut. Dem Drama gegenüber hat der Recensent eine ganz be-

sondere Verantwortlichkeit, weil das Publicum hingehen und Arbeit thun muß. Dazu kommt dann noch die Gefahr, daß die Schauspieler dem Stück schaden.

Viel leichter ist der Erfolg, wenn man den Stoff in Buchform hat. Hier liegt ein unmittelbarer Contract vor. Ferner kann man das Buch ja zu jeder Stunde lesen, wo man gerade aufgelegt ist. Nach der Ansicht der Meisten thut hier mündliche Empfehlung das Beste; gegen diese kann schließlich selbst die Kritik nicht aufkommen. Denn zuweilen ermannt sich das Publicum zu eigener Meinung und wirft seine Vormünder ab: die mündliche Empfehlung überwindet alle Verkehrtheit und allen bösen Willen der Kritik. Das mannhafte Eintreten des Einzelnen kann oft viel in einem bestimmten Kreise und selbst in weiten Kreisen wirken.

Lehrreich wäre eine Analyse der Kritik. Die kleinen Kritiker achten auf den oder die großen Kritiker, auf das was er sagt oder was er vermutlich sagen wird. Das Publicum horcht auf die Kritik. Dazu die Premieren: ein starker Erfolg macht häufig die Kritiker zu Schanden.

Das Grundverhältniß ist doch dies, daß diese Beherrscher des Publicums nur die Diener des Publicums sind. Der entschiedene Ausspruch des Publicums zähmt die Recensenten. Und so darf man sagen: bei der heutigen Organisation des litterarischen Verkehrs haben im Allgemeinen die Culturvölker die Poesie, die sie verdienen. So kann die ganze Nation für den Stand ihrer Litteratur verantwortlich gemacht werden. Doch aber mit Einschränkung? Die hinreißenden Genies, die alles mit sich fortziehen - ob die kommen oder nicht kommen, dafür ist das Publicum doch wohl nur in geringem Maße verantwortlich, darauf hat es nur geringen Einfluß.

Es herrscht heut auf dem litterarischen Gebiet eine entschieden demokratische Verfassung mit allgemeinem gleichem Wahlrecht. Wie anders früher die monarchische oder aristokratische Verfassung! Wie anders die Zeiten, in denen die Dichter keine anderen Rücksichten kannten als auf den einen Mäcen, oder auf einen Freundeskreis! Der frühere Dichter mußte nur Einem schmeicheln, um zu gefallen, der heutige Dichter muß dem ganzen Publicum schmeicheln.

Wenn nun jener Mäcen ein freisinniger, ein groß denkender Mann war, wie etwa Carl August - ein Mann, der nur die Freude haben wollte, um sich Poesie blühen und gedeihen zu sehn, dann konnte sich der Dichter nichts Günstigeres wünschen. So war Goethe gestellt. Und doch war dieser Umstand in gewissem Sinn für ihn vielleicht verhängnisvoll, weil er gleichsam nur sich selbst zum Publicum hatte: daher kommt es denn, daß, wo er sich am eigenthümlichsten gab, seine Producte unvorbereiteten Boden trafen und nur ganz allmählig durchdrangen. Noch heute wird z. B. die >Achilleis< oder die >Natürliche Tochter< nicht genügend gewürdigt.

Das Vorstehende sind einige Bruchstücke aus einem wichtigen Theile der Poetik, aus der Lehre vom Erfolg.

Sie zeigen zugleich andeutungsweise, wie der Erfolg zum Theil abhängig ist von den Factors, welche an der Verbreitung der Poesie betheilig sind. Diese haben wir noch nicht vollständig besprochen. Hierher gehören z. B. noch die Leihbibliotheken: es ist wichtig für den Erfolg mancher Bücher, ob die Leihbibliotheken sie anschaffen oder nicht und die Anschaffung richtet sich u. a. nach der Dicke der Bände. Noch ein anderes Institut mag erwähnt werden: die Buchhandlung von Volckmar, welche gebundene Bücher herstellt, falls ein Sortimenter Absatz nachgewiesen. Hier handelt es sich besonders um die Präsuntion, ob ein Buch ein Weihnachtsbuch ist oder nicht.

Sobald das Buch einmal ins Publicum gedrungen ist, steht im Allgemeinen nichts mehr zwischen dem Dichter des Buchs und dem Publicum. Dann redet der Autor unmittelbar. Beim Drama steht es nicht ganz so. Das Drama ist nur vollständig in der Aufführung; denn das Lesedrama bleibt doch ein Ding, das nicht leben und nicht sterben kann. Hier kann also der Dichter nicht unmittelbar zum Publicum reden; der Schauspieler ist ihm unentbehrlich. Damit hat das Schauspiel einen Zustand gewahrt, der früher allgemeiner auch auf andern Gebieten herrschte. Heute spielt der *Vorleser* eine geringe Rolle. Vorleser, die in Declamationen Gedichte, Novellen vortragen, wie z. B. Lewinsky in Wien, sind jetzt Ausnahmen. Meistens liegt die Sache heute so, daß die Declamatoren von

einem schon vorhandenen Ruhm, z. B. Reuters, zehren, daß sie also nicht erst Ruhm schaffen. In früherer Zeit war das anders, der Vorleser hatte eine wichtige Aufgabe. Man denke auch an den Märchenerzähler. So bei Naturvölkern, und so in älteren Epochen bei Culturvölkern.

[...]

So viel über Tauschwerth der Poesie und litterarischen Verkehr. -

Siegfried Kracauer

Über Erfolgsbücher und ihr Publikum

[Das Ornament der Masse, Frankfurt am Main, Suhrkamp Verlag, S. 64-68.]

1

Die im Literaturblatt der „Frankfurter Zeitung“ veranstaltete Serie *Wie erklären sich große Bucherfolge?* hat in Publikums- und Verlegerkreisen ziemliches Aufsehen erregt. Einbezogen worden in sie sind bisher die Erfolgswerke von Richard Voß, Stefan Zweig, Remarque und Frank Thieß; zu denen noch Jack London getreten ist, der nicht durchaus in die Reihe gehört. Sie ließe sich fortsetzen, und ich könnte mir zum Beispiel denken, daß man in ihrem Rahmen die Beliebtheit biographischer Werke erörterte oder den Gründen nachfragte, aus denen manche in illustrierten Zeitungen erschienene Romane begeisterte Aufnahme gefunden haben. Immerhin, so meine ich, sollten schon die paar Untersuchungen zur Verdeutlichung der mit der Serie verbundenen Absicht genügen. Die Haltung, die in ihnen durchgeht, ist allerdings mitunter mißverstanden worden. Es scheint uns daher angebracht, sie einmal vom Stoff abzuheben und gesondert zu prüfen. Ihrer Darstellung werden die Ergebnisse zugute kommen, die in den veröffentlichten Analysen gewonnen worden sind.

2

Auf den Zweck der Serie weist schon die unter den Erfolgsbüchern getroffene *Auswahl* hin. Eine Reihe von ihnen ist von vornherein ausgeschieden. Nicht behandelt worden sind zunächst Beispiele der Kolportage: sei es der offenen, sei es der maskierten. Die Kolportage hat gewiß von jeher weite Verbreitung genossen; aber aus Gründen, die sich gleich bleiben und sicher nicht gerade der Erhellung des gegenwärtigen Zustandes dienen. Sie birgt bedeutende

Gehalte in verzerter Form und antwortet auf Neigungen, die so wenig wandelbar sind wie ihr Kompositionsschema. Ist ihr Erfolg an die Befriedigung lang wählender Instinkte und tiefer Erwartungen geknüpft, so der von anderen Bestsellern an die Beziehung zu sensationellen Ereignissen, die gerade das allgemeine Bewußtsein erfüllen. Auch diese literarischen Schlager von rein stofflicher Aktualität kommen nicht in Betracht. Ebenso wenig haben jene Publikationen Berücksichtigung gefunden, die von Anfang an auf bestimmte Interessentenkreise abgestellt sind: also Werke irgendeiner ausgeprägten politischen Richtung und Bücher, die ihre Wirkung dem Umstand verdanken, daß sie etwa der katholischen Vorstellungswelt oder den Gedankengängen des Proletariats besonders entgegenkommen. Woher ihre Massenaufgaben rühren, liegt auf der Hand. Der Erfolg von Büchern, die keiner der genannten Gattungen angehören, könnte grundsätzlich der Fülle ihrer echten und allgemein überzeugenden Gehalte zuzuschreiben sein. Wäre dem so: die Analyse hätte nur diese Gehalte sichtbar zu machen, um den Ruhm der betreffenden Werke zu erklären. Tatsächlich aber gleichen die Gehalte darin den Sternen, daß das von ihnen entsandte Licht uns vielleicht erst nach Jahrzehnten erreicht. Es hat Zeiten in der menschlichen Geschichte gegeben, in denen ihrer viele ein für allemal entdeckt zu sein schienen und daher nicht gesucht werden mußten. Heute aber ist der Himmel verfinstert, und wer weiß, ob man sie selbst durch ein Riesenteleskop zu erspähen vermöchte. Von Franz Kafkas Werken haben es einige noch nicht bis zu 1000 Exemplaren gebracht. Die Beliebtheit mancher Literaturprodukte muß also auf andere Ursachen zurückzuführen sein als gerade auf die in ihnen eingekapselten Gehalte. Im Gegenteil: je mehr Goldadern sie in ihrem Innern bergen, desto eher werden sie im allgemeinen von der Menge mißachtet, die keine Wünschelrute hat, sondern nur Wünsche. Hat einmal der Zersetzungsprozeß sein Werk getan, so sind die mittlerweile an den Tag getretenen Gehalte freilich für alle zu greifen, oder werden doch von ihnen genannt ...

Wenn der Erfolg der Werke, um die es hier geht, nicht eigentlich aus den Bedeutungen abgeleitet werden kann, die sie vermitteln – welchen Quellen entspringt er dann? Die Frage nach ihnen ist um so berechtigter, als sie auch

die an ihrer Beantwortung unmittelbar Interessierten in Verlegenheit bringt. Trotz oder wegen ihrer Routine enthalten sich erfahrene Lektoren und Verleger der Prophezeiungen über das Schicksal der Bücher. Sie pflegen zu äußern, daß der Publikumserfolg unberechenbar sei, und wagen sie doch eine Vorhersage, so ist sie nicht minder problematisch als eine meteorologische Erwägung über das Wetter. Wie groß die Ratlosigkeit der Fachmänner den klimatischen Erscheinungen in der Literatursphäre gegenüber ist, erweist sich besonders schlagend im Fall von Remarque. Das Manuskript seines Romans erfuhr von ausgezeichneten Verlegern, denen die Sanierung durch einen Allerweltserfolg zweifellos willkommen gewesen wäre, schönste Ablehnung, und als es endlich nach langer Fahrt glücklich im Ullstein-Hafen einlief, wurde sein ziffernmäßiger Wert auch von den dortigen Hafeninspektoren keineswegs gleich erkannt. Mitunter werden die Auguren kühn und versuchen das Wetter zu machen. Ich weiß von einem Buch, das den späteren Erfolg vielleicht auch dem Puff schuldet, der ihm beim Starten gegeben worden ist. Sein Erscheinen fiel in die Tage nach den Septemberwahlen, vor denen es schon lieferungsbereit vorlag. Der Ausfall der Wahlen bewirkte, daß man das Werk noch einbehielt und rasch einige Partien änderte, die das Empfinden der offenbar hochgradig national gesinnten Massen hätten verletzen können. Diese Tatsachen bestätigen nicht nur nochmals, daß die Auflagenhöhe kein Wertmesser ist, sondern deuten bereits auf die eigentlichen Gründe eines großen Bucherfolges hin. Er ist das *Zeichen eines geglückten soziologischen Experiments*, der Beweis dafür, daß wieder einmal eine Mischung von Elementen gelungen ist, die dem Geschmack der anonymen Lesermassen entspricht. Eine Erklärung für ihn bieten allein die Bedürfnisse dieser Massen, die gewisse Bestandteile gierig einsaugen, andere dagegen entschieden ablehnen; nicht aber die Beschaffenheiten des Werks selber – oder doch nur insofern, als sie jene Bedürfnisse stillen. Und sollten sie gar wirkliche Spuren von Substanz mit sich führen: sie verschaffen dem Buch sein Renommee nicht in ihrer Eigenschaft als Gehalte, vielmehr als Widerspiel der im sozialen Raum verbreiteten Tendenzen. Der gute Absatz einer Buchware hängt zuletzt von ihrer Fähigkeit ab, die Nachfrage ausgedehnter Konsumentenschichten zu

befriedigen. Eine Nachfrage, die viel zu allgemein und konstant ist, als daß ihre Richtung durch private Neigungen oder bloße Suggestion bedingt sein könnte. Sie muß auf den *sozialen Verhältnissen* der Konsumenten beruhen.

An welchem sozialen Ort befindet sich das Publikum, das der Träger der Bucherfolge ist? Sie werden auf keinen Fall durch proletarische Abnehmer begründet. Das Proletariat greift in der Hauptsache zu Büchern abgestempelten Inhalts oder liest nach, was ihm die Bürgerlichen schon vorgelesen haben. Immer noch ist es das *Bürgertum*, das einigen Schriftstellern zweifelhaften Ruhm bringt und unbezweifelbares Vermögen. Es ist aber nicht mehr wie früher eine verhältnismäßig in sich geschlossene Klasse, sondern eine Mannigfaltigkeit von Schichten, die sich von der Großbourgeoisie bis herab zum Proletariat erstrecken. Sie haben sich in den letzten 50 Jahren neu herausgebildet und stehen noch mitten in einem gewaltigen Umformungsprozeß. Was weiß man von ihnen? Aus der Tatsache, daß man nichts oder nur wenig von ihnen weiß, erklärt sich zwanglos die Unmöglichkeit, Erfolgchancen schon im voraus zu ermitteln. Man hat zwar eine Art von Klasseninstinkt, aber auch der ist gebrochen, und so muß jedes Literaturerzeugnis, das Marktgängigkeit erlangt, einem Lotterietreffer gleichen.

Mit freundlicher Genehmigung des Suhrkamp Verlags

Levin L. Schücking

Soziologie der literarischen Geschmacksbildung [1923]

[Dritte, neu bearb. Aufl., Berlin, Francke Verlag, 1962, S. 55-62.]

Die Bedeutung der auswählenden Instanzen. Allein wenn auf solche Weise klar wird, wie schon bei der Entstehung eines Werkes gewisse Momente wirksam sind, die es sozusagen in eine bestimmte Richtung drängen, so ist das in ganz anderem Maße bei den auswählenden Kräften der Fall, denen es nach der Entstehung ausgeliefert wird; denn mit der Hervorbringung eines literarischen Werkes ist in der neueren Zeit noch nicht viel mehr getan, als mit dem bloßen Georenwerden. Sein Schicksal hängt noch von vielen äußeren Faktoren ab. Für die Leser unserer Literaturgeschichte könnte es den Anschein haben, als ob die in ihnen behandelten Werke selbsttätig das Auge und Ohr des Publikums gewannen, als ob sie sozusagen mit der Selbstverständlichkeit eines Thronfolgers, der seinen Thron besteigt, kraft des ihnen innewohnenden Wertes den ihnen gebührenden Platz in der öffentlichen Meinung einnehmen. Aber die Fälle, in denen jemand, wie Lord Byron, eines Morgens „erwachte und sich berühmt fand“, sind äußerst vereinzelt. Schon der erste Einlaß durch die Torwächter an der Außenpforte des Tempels des literarischen Ruhmes ist von bestimmten Bedingungen abhängig. Als solche Wächter können Theaterdirektoren und Verleger gelten. Diese sind zwar wieder in ihrem Urteil in hohem Maße von der Rücksicht auf das Publikum abhängig, aber es ruht doch ein gut Teil Schicksalsgewalt in ihrem persönlichen Ermessen.

[...]

Verwendung von Propagandamitteln. Die ideale Vorstellung des Laien von dem Weg, den das Kunstwerk sozusagen von selbst macht, rechnet aber auch nicht mit dem Umstand, daß dafür längst allerlei materielle Momente in Frage kommen. In mancher Hinsicht, wenn auch gewiß nicht in allen, liegt hier eine Paral-

lele zur Entwicklung im kaufmännischen Leben vor, wo der Verbraucher und der Erzeuger in der Regel längst durch viele Zwischenglieder getrennt sind, die nach beiden Seiten hin einen außerordentlichen Einfluß ausüben. Es gibt dafür auf englischem Boden ein Beispiel, das denjenigen, der geistige Schöpfungen mehr oder weniger ausschließlich von geistigen Ursachen bestimmt sein läßt, geradezu beleidigend profan anmuten muß. Die dreibändigen Romane nämlich, die früher zu Zeiten Thackerays und Dickens' in solchem Maße die Regel gewesen waren, daß der erste Roman der Charlotte Brontë, das nachmals berühmte Buch *The Professor* hauptsächlich deswegen überall abgelehnt wurde, weil es nur einen Band füllte, starben plötzlich anfangs der neunziger Jahre aus. Die Ursache war die Erklärung der großen Leihbibliotheken, daß sie sie nicht mehr nehmen würden. Dies geschah 1894. In diesem Jahre gab es noch 184 solcher dreibändigen Erzählungen, 1897 nur noch vier. Mag diese Entwicklung sich immerhin schon längere Zeit aus verschiedenen Ursachen vorbereitet haben, so ist doch das reißende Tempo, in dem die alte Kunstform abstirbt, ausschließlich auf äußere Gründe zurückzuführen. Hier liegt also ein Einfluß auf das Schaffen selbst vor. Aber wer mit offenen Augen in die Welt blickt, dem wird es nicht dunkel bleiben, daß es sich auch bei der Verbreitung des Geschmackes an Kunstwerken nicht ausschließlich um einen Kampf der Ideen, sondern um einen Wettbewerb sehr realer Machtmittel handeln kann. Mit dem Buchhandel (oder Kunsthandel) setzt auch der Kampf um das Publikum ein, und die Geschichte der Ausbildung seiner Methoden würde eines der anziehendsten, wenn auch nicht erfreulichsten Kapitel in einer Geschichte des literarischen Geschmackes bilden. Die Reklame in Dingen der Kunst ist man in der Regel geneigt, als eine Errungenschaft der Neuzeit anzusehen, aber man überschätzt dabei den Idealismus früherer Geschlechter. Daß der Autor selbst seinen Werken nach Kräften den Weg zu ebnen sich bemüht, ist zunächst einmal keine neue Erscheinung.

[...]

Die Propaganda der Folgezeit ist minder augenfällig, aber nicht minder wirksam geworden. Viele neue Wege sind gefunden, und die Mittel sind stark verfeinert

worden, aber man müßte blind sein, um nicht zu sehen, wieviel sie auch heute noch vermag. Die Einwirkung auf das Denken der Menge ist zum Studium gemacht worden, dessen Ergebnisse sich auf den verschiedensten Wegen erprobt haben. Naturgemäß ist gegen eine Reklame, die das berechtigte Bestreben verfolgt, das Ohr von möglichst vielen zu erreichen, nichts einzuwenden. Ein Fehler ist eher ihre Unterlassung. Anders steht es mit allerlei Praktiken und Kniffen, die gelegentlich auftauchen. Wie es heute Kunsthandlungen gibt, die sich offen berühmen, irgendeinen bildenden Künstler berühmt gemacht zu haben, so gibt es auch Verlage mit ähnlichem Ehrgeiz, die durch eine gewandte Politik Schriftsteller, Kritiker und vor allem Zeitungen in ihren keineswegs immer rein ideellen Interessenkreis ziehen und sie geschickt vor ihren Wagen zu spannen wissen. Es ist auch nichts Seltenes mehr, daß eine einflußreiche Zeitung ihre Spalten nur dem Lob eines von ihr geschätzten Dichters öffnet, dagegen alles unterdrückt, was gegen ihn gesagt wird. Das Publikum steht demgegenüber vielfach auf dem Standpunkt, diese Dinge als harmlose Menschlichkeiten zu betrachten und sich zu sagen, daß doch nun einmal nicht der Verleger, sondern die Muse den Dichter macht und daß eine schlechte Sache durch Reklame nicht gut wird. Hieran ist naturgemäß etwas Richtiges, und zur Unterstützung dieses Standpunktes ließe sich sagen, daß ja die Erfahrung deutlich zeigt, daß nicht alle Reklame erfolgreich ist.

[...]

Auch das bekannte Streben der Literaten nach Verlegern, die „etwas für ihre Bücher tun“, ist doch von einer klugen Einsicht in den Lauf der Dinge bestimmt. Denn die Reklame kann gewiß niemanden in einen Goethe verwandeln. Aber was das Publikum meist übersieht, ist, daß sie doch sehr stark dazu beihelfen kann, gewissen Strömungen des Geschmacks Raum und Gehör zu schaffen, ihnen den Weg zu erleichtern, ihre Bedeutung in den Augen der Urteilslosen zu erhöhen und damit anderen den Weg zu verlegen und sie daran zu hemmen, sich auszuwirken, sowie dadurch, daß sie aufs Piedestal gehoben werden, zur Nacheiferung zu veranlassen. Der Krücken, deren sich die Leistung zu solchen

Zwecken bedienen kann, sind naturgemäß viele und verschiedenartige. Inwiefern die Reise zum Parnaß auf gewisse Strecken zeitweilig sozusagen mit falschem Gelde bezahlt ist, läßt sich nachträglich nicht immer leicht nachprüfen.

[...]

Es geht eben auf diesem Gebiet des öffentlichen Lebens nicht so grundsätzlich anders zu, wie auf anderen. Mit der schlichten Weisheit, daß das Gute sich durchsetzt, mit der sich so viel verkannte Leistung tröstet, ist der wahre Verlauf der Dinge nur sehr unzureichend gekennzeichnet. Dieser Grundsatz erinnert vielmehr an jenen, daß, wo die Not am größten, Gottes Hilfe am nächsten ist, der zur Rückenstärkung in verzweifelten Lagen einen hohen praktischen Wert haben mag, aber dessen logische Gültigkeit recht zweifelhaft ist - trotz aller rührenden Fälle, die sich in alten Schullesebüchern finden. Dem schaffenden Künstler wird der Besitz dieses Glaubens an den Endsieg des Guten von Nutzen sein, dem literarhistorischen und soziologischen Betrachter aber, der sich einschränkungslos zu ihm bekennt, fehlt es an Kritik. Er kann dem Glauben daran, daß das Gute sich durchsetzt, nur zweifelnd entgegenhalten, ob es nicht oft eher umgekehrt ist, d. h. daß das, was sich durchsetzt, hernach als das Gute betrachtet wird.

Hans Robert Jauß

Literaturgeschichte als Provokation der Literaturwissenschaft

[Literaturgeschichte als Provokation, S. 177-183.]

Der so rekonstruierbare Erwartungshorizont eines Werkes ermöglicht es, seinen Kunstcharakter an der Art und dem Grad seiner Wirkung auf ein vorausgesetztes Publikum zu bestimmen. Bezeichnet man den Abstand zwischen dem vorgegebenen Erwartungshorizont und der Erscheinung eines neuen Werkes, dessen Aufnahme durch Negierung vertrauter oder Bewußtmachung erstmalig ausgesprochener Erfahrungen einen „Horizontwandel“ zur Folge haben kann, als ästhetische Distanz, so läßt sich diese am Spektrum der Reaktionen des Publikums und des Urteils der Kritik (spontaner Erfolg, Ablehnung oder Schockierung; vereinzelte Zustimmung, allmähliches oder verspätetes Verständnis) historisch vergegenständlichen.

Die Art und Weise, in der ein literarisches Werk im historischen Augenblick seines Erscheinens die Erwartungen seines ersten Publikums einlöst, übertrifft, enttäuscht oder widerlegt, gibt offensichtlich ein Kriterium für die Bestimmung seines ästhetischen Wertes her. Die Distanz zwischen Erwartungshorizont und Werk, zwischen dem schon Vertrauten der bisherigen ästhetischen Erfahrung und dem mit der Aufnahme des neuen Werkes geforderten „Horizontwandel“, bestimmt rezeptionsästhetisch den Kunstcharakter eines literarischen Werks: in dem Maße wie sich diese Distanz verringert, dem rezipierenden Bewußtsein keine Umwendung auf den Horizont noch unbekannter Erfahrung abverlangt wird, nähert sich das Werk dem Bereich der 'kulinarischen' oder Unterhaltungskunst. Die letztere läßt sich rezeptionsästhetisch dadurch charakterisieren, daß sie keinen Horizontwandel erfordert, sondern Erwartungen, die eine herrschende Geschmacksrichtung vorzeichnet, geradezu erfüllt, indem sie das Verlangen nach der Reproduktion des gewohnten Schönen befriedigt, vertraute Empfindungen bestätigt, Wunschvorstellungen sanktioniert, unalltägliche Erfahrungen als 'Sensation' genießbar macht oder auch moralische Probleme aufwirft, aber

nur, um sie als schon vorentschiedene Fragen im erbaulichen Sinne zu 'lösen'. Wenn umgekehrt der Kunstcharakter eines Werkes an der ästhetischen Distanz zu bemessen ist, in der es der Erwartung seines ersten Publikums entgegentritt, so folgt daraus, daß diese Distanz, die zunächst als neue Sehweise beglückend oder auch befremdlich erfahren wird, für spätere Leser in dem Maße verschwinden kann, wie die ursprüngliche Negativität des Werkes zur Selbstverständlichkeit geworden und selbst als nunmehr vertraute Erwartung in den Horizont künftiger ästhetischer Erfahrung eingegangen ist. Unter diesen zweiten Horizontwandel fällt insbesondere die Klassizität der sogenannten Meisterwerke; ihre selbstverständlich gewordene schöne Form und ihr scheinbar fragloser 'ewiger Sinn' bringen sie rezeptionsästhetisch in die gefährliche Nähe der widerstandslos überzeugenden und genießbaren 'kulinarischen' Kunst, so daß es der besonderen Anstrengung bedarf, sie 'gegen den Strich' der eingewöhnten Erfahrung zu lesen, um ihres Kunstcharakters wieder ansichtig zu werden. Die Beziehung von Literatur und Publikum geht nicht darin auf, daß jedes Werk sein spezifisches, historisch und soziologisch bestimmtes Publikum hat, daß jeder Schriftsteller vom Milieu, dem Anschauungskreis und der Ideologie seines Publikums abhängig ist und daß der literarische Erfolg ein Buch voraussetzt, „das zum Ausdruck bringt, was die Gruppe erwartete, ein Buch, welches der Gruppe ihr eigenes Bild offenbart“. Diese objektivistische Festlegung des literarischen Erfolgs auf die Kongruenz von Absicht des Werkes und Erwartung einer sozialen Gruppe bringt die Literatursoziologie immer dann in Verlegenheit, wenn eine Spät- oder Dauerwirkung zu erklären ist. Darum will R. Escarpit für die „Illusion der Dauerhaftigkeit“ eines Schriftstellers eine kollektive Grundlage im Raum oder in der Zeit“ voraussetzen, was im Falle Molières zu einer erstaunlichen Prognose führt: „Molière ist für den Franzosen des 20. Jahrhunderts noch jung, weil seine Welt noch lebt und uns mit ihm noch ein Kultur-, ein Anschauungs- und ein Sprachkreis verbindet [...]. Aber der Kreis wird immer kleiner, und Molière wird altern und sterben, wenn das stirbt, was unser Kulturtypus noch mit dem Frankreich Molières gemeinsam hat.“ Als ob Molière nur die 'Sitten seiner Zeit' gespiegelt habe und nur durch diese vermeintliche Absicht erfolgreich geblieben sei! Wo die Kongruenz zwischen Werk und sozialer Gruppe

nicht oder nicht mehr existiert, wie z. B. bei der Rezeption eines Werkes in einem fremden Sprachkreis, weiß sich Escarpit dadurch zu helfen, daß er einen „Mythus“ dazwischenschaltet: „Mythen, die von einer Nachwelt erfunden wurden, der die Wirklichkeit, an deren Stelle sie getreten sind, fremd geworden ist.“ Als ob alle Rezeption über das erste, sozial bestimmte Publikum eines Werkes hinaus nur „entstellter Wiederhall“, nur eine Folge „subjektiver Mythen“ sei und nicht selbst wieder im rezipierten Werk ihr objektives a priori als Grenze und Möglichkeit des späteren Verstehens habe! Die Soziologie der Literatur sieht ihren Gegenstand nicht dialektisch genug, wenn sie den Kreis von Schriftsteller, Werk und Publikum so einseitig determiniert. Die Determination ist umkehrbar: es gibt Werke, die im Augenblick ihres Erscheinens noch auf kein spezifisches Publikum zu beziehen sind, sondern den vertrauten Horizont literarischer Erwartungen so völlig durchbrechen, daß sich ein Publikum für sie erst allmählich heranbilden kann. Wenn dann der neue Erwartungshorizont allgemeinere Geltung erlangt hat, kann sich die Macht der veränderten ästhetischen Norm daran erweisen, daß das Publikum bisherige Erfolgswerke als veraltet empfindet und ihnen seine Gunst entzieht. Erst im Blick auf solche Horizontwandel gelangt die Analyse der literarischen Wirkung in die Dimension einer Literaturgeschichte des Lesers, und vermitteln die statistischen Kurven der Bestseller historische Kenntnis.

Dafür kann als Beispiel eine literarische Sensation des Jahres 1857 dienen. Neben der inzwischen weltberühmten *Madame Bovary* Flauberts erschien die heute vergessene *Fanny* seines Freundes Feydeau. Obschon Flauberts Roman einen Prozeß wegen Verletzung der öffentlichen Moral nach sich zog, wurde *Madame Bovary* durch Feydeaus Roman zunächst in den Schatten gestellt: *Fanny* erreichte in einem Jahr 13 Auflagen und damit einen Erfolg, wie ihn Paris seit Chateaubriands *Atala* nicht mehr erlebt hatte. Von der Thematik her kamen beide Romane der Erwartung eines neuen Publikums entgegen, das – nach Baudelaires Analyse – aller Romantik abgeschworen hatte und das Große wie das Naive in den Leidenschaften gleichermaßen verachtete: sie behandelten ein triviales Sujet – den Ehebruch in einem bürgerlichen und provinziellen Milieu. Beide Autoren verstanden es, dem konventionell erstarrten Dreiecksver-

hältnis über die erwartbaren Details der erotischen Szenen hinaus eine sensationelle Wendung zu geben. Sie brachten das abgegriffene Thema der Eifersucht in eine neue Beleuchtung, indem sie das zu erwartende Verhältnis der drei klassischen Rollen umkehrten: Feydeau läßt den jugendlichen Liebhaber der *femme de trente ans*, obschon am Ziel seiner Wünsche, auf den Ehemann seiner Geliebten eifersüchtig werden und an dieser qualvollen Situation zugrunde gehen; Flaubert gibt den Ehebrüchen der Arztfrau in der Provinz, die Baudelaire als eine sublimen Form des *dandysme* auslegt, den überraschenden Ausgang, daß gerade die lächerliche Figur des betrogenen Charles Bovary am Ende erhabene Züge annimmt. In der offiziellen zeitgenössischen Kritik finden sich Stimmen, die *Fanny* wie *Madame Bovary* als Produkt der neuen Schule des *réalisme* aburteilen, der sie vorwerfen, daß sie alle Ideale verleugne und die Ideen angreife, auf denen die Ordnung der Gesellschaft im zweiten Kaiserreich gegründet sei. Der hier nur mit wenigen Strichen skizzierte Erwartungshorizont des Publikums von 1857, das sich nach dem Tode Balzacs vom Roman nichts Großes mehr versprach, erklärt den unterschiedlichen Erfolg der beiden Romane aber erst, wenn auch die Frage nach der Wirkung ihrer Erzählform gestellt wird. Flauberts formale Neuerung, sein Prinzip des >unpersönlichen Erzählens< (*impassibilité*), das Barbey d'Aurevilly mit dem Vergleich angriff, wenn man eine Erzählmaschine aus englischem Stahl schmieden könnte, würde sie nicht anders als Monsieur Flaubert funktionieren, mußte dasselbe Publikum schockieren, das den erregenden Inhalt der *Fanny* im eingängigen Ton eines Bekenntnisromans dargeboten bekam. Auch konnte es in Feydeaus Beschreibungen modische Ideale und versagte Lebenswünsche einer tonangebenden Gesellschaftsschicht verkörpert finden und sich an der lasziven Gipfelszene, in der *Fanny* (ohne zu ahnen, daß ihr Liebhaber vom Balkon aus zuschaut) ihren Ehemann verführt, ungehemmt delectieren – denn die moralische Entrüstung war ihm durch die Reaktion des unglücklichen Zeugen schon abgenommen. Als dann aber die erste, nur von einem kleinen Kreis von Kennern verstandene und als Wendepunkt in der Geschichte des Romans gewürdigte *Madame Bovary* zum Welterfolg wurde, sanktionierte das an ihr gebildete Publikum von Romanlesern den neuen Kanon von Erwartungen, der die Schwächen Feydeaus: seinen blu-

migen Stil, seine modischen Effekte, seine lyrisch-bekennnishaften Klischees unerträglich werden und *Fanny* zum Bestseller von gestern vergilben ließ.

Mit freundlicher Genehmigung des Suhrkamp Verlags

Pierre Bourdieu
Die Regeln der Kunst
Genese und Struktur des literarischen Feldes

[Frankfurt am Main, Suhrkamp Verlag, 1999, S. 227-279.]

3. Der Markt der symbolischen Güter

[...]

Die Geschichte, deren entscheidende Phasen ich anhand einer Serie von synchronen Schnitten wiederzugeben versucht habe, führt zur Etablierung jener besonderen Welt, nämlich des künstlerischen wie des literarischen Feldes, so wie wir es heute kennen. Dieses relativ autonome Universum (das heißt natürlich auch: dieses relativ abhängige Universum, abhängig vor allem vom ökonomischen und politischen Feld) räumt einer umgekehrten Ökonomie Platz ein, die in ihrer spezifischen Logik auf der besonderen Beschaffenheit der symbolischen Güter gründet: Realitäten mit zwei Seiten, Ware und Bedeutung, deren genuin symbolischer Wert und deren Warenwert relativ unabhängig voneinander bleiben. Am Ende dieses Spezialisierungsprozesses, der zur Entstehung einer eigens für den Markt arbeitenden Kulturproduktion und zum anderen – und teilweise in Reaktion darauf – zur Produktion „reiner“ und zur symbolischen Aneignung bestimmter Werke führt, steht, sehr allgemein gesehen, die Organisation der Felder der Kulturproduktion in ihrer heutigen Verfassung; ihr liegt ein Differenzierungsprinzip zugrunde, das sich als objektive und subjektive Distanz der Unternehmungen der Kulturproduktion zum Markt und zu der ausdrücklichen oder verschwiegenen Nachfrage formulieren läßt, wobei die Strategien der Produzenten sich zwischen zwei Grenzen bewegen, die faktisch nie erreicht werden: der totalen und zynischen Unterordnung unter die Nachfrage und der absoluten Unabhängigkeit vom Markt und seinen Ansprüchen.

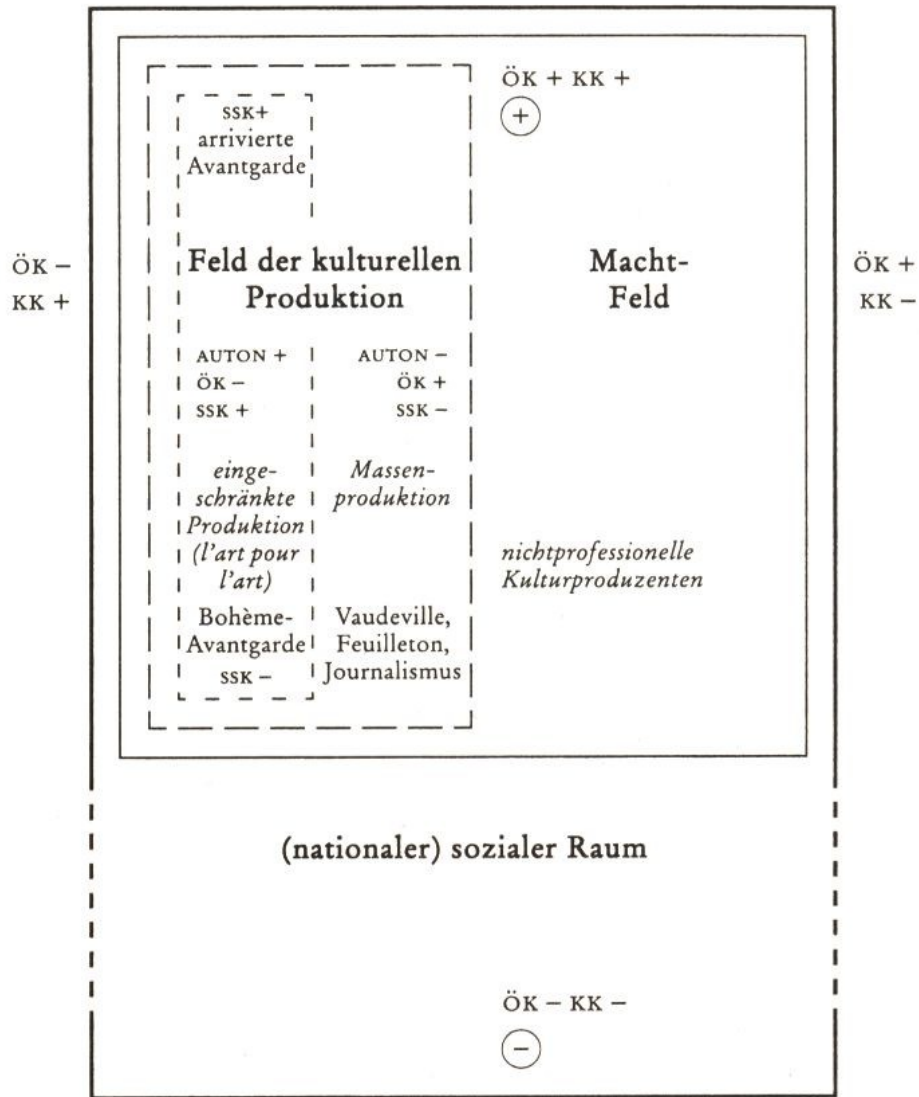
Zwei ökonomische Logiken

In den uns interessierenden Feldern kommt es zur antagonistischen Koexistenz zweier Produktions- und Zirkulationsweisen, die entgegengesetzten Logiken gehorchen. An dem einen Pol finden wir die anti-„ökonomische“ Ökonomie der reinen Kunst, die, auf der obligaten Anerkennung der Werte der Uneigennützigkeit und Interessellosigkeit sowie der Verleugnung der „Ökonomie“ (des „Kommerziellen“) und des (kurzfristigen) „ökonomischen“ Profits basierend, die aus einer autonomen Geschichte erwachsene spezifische Produktion und deren eigentümliche Ansprüche privilegiert. Diese Produktion, die keine andere Nachfrage anerkennen kann als jene, die von ihr selbst – freilich nur langfristig – produziert werden kann, orientiert sich an der Akkumulation symbolischen Kapitals als eines zwar verleugneten, aber anerkannten, also legitimen „ökonomischen“ Kapitals, eines regelrechten Kredits, der in der Lage ist, unter bestimmten Voraussetzungen und langfristig „ökonomische“ Profite abzuwerfen. Am anderen Pol herrscht die „ökonomische“ Logik der literarisch-künstlerischen Industrien, die aus dem Handel mit Kulturgütern einen Handel wie jeden anderen machen, vorrangig auf den Vertrieb, den sofortigen und temporären Erfolg, gemessen zum Beispiel an der Auflage, setzen und sich damit begnügen, sich der vorgängigen Nachfrage der Kundschaft anzupassen (allerdings ist die Zugehörigkeit auch derartiger Betriebe zum Feld daran ersichtlich, daß sie die ökonomischen Gewinne aus den intellektuellen Unternehmungen nur kumulieren können, wenn sie grobschlächtige Formen von Merkantilismus abweisen und es sich versagen, ihre nutzengeleiteten Ziele in ihrer Gänze offenzulegen).

Ein Unternehmen steht dem „kommerziellen“ Pol um so näher, je direkter oder umfassender seine Produkte einer *vorher und in vorgegebenen Formen bestehenden Nachfrage* entsprechen. Woraus folgt, daß einer der besten Gradmesser für die Stellung eines Unternehmens der Kulturproduktion im Feld sicherlich die Länge des Produktionszyklus darstellt. Wir haben so, auf der einen Seite, Unternehmen *mit kurzem Produktionszyklus*, die die Risiken durch vorweggenommene Anpassung an die erforschbare Nachfrage zu minimieren trachten und über Kommerzialisierungsnetze und Verfahren der Verkaufsförderung (Werbung, Öffentlichkeitsarbeit usw.) verfügen, mit denen der beschleunigte Ein-

gang der Profite durch eine rasche Zirkulation von zu rascher Veralterung verurteilten Produkten gewährleistet werden soll; und auf der anderen Seite Unternehmen *mit langen Produktionszyklen*, die auf die Akzeptanz der kulturellen Investitionen immanenten Risiken und vor allem auf die Befolgung der spezifischen Gesetze des Kunsthandels gegründet sind: Mangels eines Marktes in der Gegenwart ist diese gänzlich der Zukunft zugewandte Produktion darauf bedacht, sich einen Lagerbestand an Produkten anzuschaffen, die freilich immer der Gefahr ausgesetzt sind, in den Stand stofflich-materieller Gegenstände zurückzufallen (und als solche, etwa nach Papiergewicht, taxiert zu werden).

Die verschiedenen Verlagshäuser lassen sich also zum einen danach charakterisieren, welchen Anteil sie einerseits den riskanten langfristigen Investitionen, andererseits den kurzfristigen sicheren Investitionen einräumen; zum anderen danach, welches Verhältnis bei ihren Autoren zwischen Langzeit-Schriftstellern und Kurzzeit-Schriftstellern besteht: das heißt Journalisten, die ihre gewöhnliche Tätigkeit in Schriften zu „aktuellen Themen“ fortsetzen, „bekannte Persönlichkeiten“, die in Essays oder autobiographischen Erzählungen und Berichten „Zeugnis“ ablegen, professionelle Schreiber schließlich, die sich dem Regelkanon einer erprobten Ästhetik beugen („preisverdächtige“ Literatur, Erfolgsromane, Bestseller usw.).



- | | | | |
|-----------|--|--------|-----------------------------------|
| ————— | sozialer Raum | ÖK | ökonomisches Kapital |
| ————— | Macht-Feld | KK | kulturelles Kapital |
| - - - - - | Feld der kulturellen Produktion | SSK | spezifisches symbolisches Kapital |
| - - - - - | Subfeld der eingeschränkten Produktion | AUTON+ | hoher Autonomiegrad |
| | | AUTON- | niedriger Autonomiegrad |

Mit freundlicher Genehmigung des Suhrkamp Verlags