

Katharina Herrmann

„Literaturkritik“ in der digitalen Kulturmaschine Internet: Zwischen Überproduktion und Rekombination

Die Kriterien für gelungene Kommunikation über Literatur sind nicht unabhängig vom Kommunikationsmedium – dass das Medium die Botschaft ist, wurde ja schon zu McLuhans Lebzeiten eine Binsenweisheit. Das Medium formt die Erwartungshaltung und die Wahrnehmung des Publikums, es bringt vor allem auch sein eigenes Milieu, sein Publikum hervor. Das ließ sich auch schon in den letzten Jahrzehnten an den jeweils spezifischen Formen von Literaturkritik in unterschiedlichen Medien (Print, Radio, Fernsehen) beobachten. Das Internet ist nun, mit Andreas Reckwitz, eine digitale Kulturmaschine, die zur Überproduktion von Kulturformaten bei gleichzeitiger Knappheit der Aufmerksamkeit führt. Die Folge ist ein Wettstreit um Aufmerksamkeit und Valorisierung, der affizierend wirkt: Die Kulturmaschine Internet ist auch eine Affektmaschine, die Folge sind Emotionalisierung und Personalisierung der Inhalte. Die Rollen des Kulturproduzenten und des Kulturrezipienten werden dabei generalisiert, jeder ist also am Hervorbringen und Wahrnehmen von „Kultur“ beteiligt, es kommt damit zu einer Abflachung der Hierarchien, zu einer Egalisierung der Kulturproduktion, zudem zu einer Enthierarchisierung von Kulturformaten. Hinzu tritt eine Verzeitlichung der Kulturformate, ein Ringen um Aktualität und also eine massive Beschleunigung. Zudem ermöglicht das Internet durch die Möglichkeit der Nutzung von Text, Bild, Link, Zitat, Video, Ton, Versatzstücken aus Alltags- und Fachsprache eine Technik der Rekombination. Diese Eigengesetzlichkeiten des Mediums bestimmen einen großen Teil der Kommunikation auf Buchblogs, Bookstagram und Booktube: Die Menschen dahinter sehen sich nicht so sehr als Literaturkritiker, das, was sie tun, rekombiniert lediglich Versatzstücke von Literaturkritik mit Versatzstücken aus Alltagsgespräch und vor allem aus dem Marketing. Wenn hier also oft

inhaltlich verkürzt, emotional aufgeladen und stark personalisiert über Literatur gesprochen wird, ist das kein Fehler, keine fehlerhafte Literaturkritik, sondern eben: keine Literaturkritik sondern eher Werbung für das Lesen; was hier passiert, entspricht schlicht den genuinen Qualitätskriterien für Kommunikation im Medium Internet. Hier geht es um ein niederschwelliges Angebot zum Lesen, um Buchtipps wie vom Buchhändler, die meisten Blogger, Bookstagrammer oder Booktuber sehen sich als „Buchbotschafter“, sie richten sich an ein ganz anderes Publikum, also ein anderes Medienmilieu als klassische Literaturkritik. Bei aller gebotenen Skepsis gegenüber diesen Eigengesetzlichkeiten des Mediums und einer in ihm vielleicht entstehenden marktformigen Zerrform von „Literaturkritik“, die „Kritik“ im schlimmsten Fall stärker an der empirischen Scheinevidenz von Leser- und Verkaufszahlen orientiert wissen will als am Ziel mündigen Denkens, bin ich froh um jeden, der Werbung für das Lesen macht und damit Menschen erreicht. Und also muss die Frage doch sein: Wie kann man die Leute im Internet abholen und für das analytische Lesen, für Textanalyse, für Bildung und also: für Emanzipation gewinnen?

Es gibt keine Textkritik ohne irgendeine Form von Leseerfahrung und umgekehrt, beide lassen sich nicht voneinander trennen, sondern sind Pole eines Spektrums, und dem entsprechend sind auch Buchblogs im Internet ein Spektrum. Neben den eben beschriebenen Buchbotschaftern, die eher Leseerfahrungen wiedergeben, existieren auch zahlreiche Blogs, die analytischer arbeiten und der klassischen Literaturkritik vielleicht näher sind. Einer dieser Blogs ist vielleicht 54books. 54books ist eine Plattform, auf der inzwischen insgesamt neun Personen Texte veröffentlichen, dabei schreiben die meisten von uns auch für „etablierte“ Medien im akademischen und/oder journalistischen Bereich. Einer von uns, Samuel Hamen, nutzt Blogs vor allem zur Zweitverwertung von zuvor in etablierten Medien erschienen Texten, hier lösen sich also auch Grenzen zwischen etablierten und privaten Plattformen auf und es stellt sich die spannende Frage, wie die veröffentlichende Plattform die Wahrnehmung eines Textes verändert.

Die Textformate auf 54books sind heterogen, aber die meisten von uns nutzen aber die Freiheiten, die das Medium bietet gerade gegen seine oben genannten Eigengesetzlichkeiten: Die meisten unserer Texte sind sehr lang und eher analytisch, das Internet hat Platz dafür, es gibt ja keine Begrenzung der Zeichenzahl. Wir schreiben also im Medium gewissermaßen gegen das Medium. Daher lösen wir mit unseren Texten bisweilen Irritationen aus, viele Leser sind Teil des Internet-Milieus und erwarten sprachlich sowie inhaltlich etwas anderes von einem Buchblog als sie es bei uns finden. Aber auch gegen das Medium zu schreiben ist natürlich eine Form der Abhängigkeit vom Medium. Wir können Nischenthemen wie ausführlichere theoretische Reflexionen, auch über ästhetische Kategorien, bedienen, weil bei uns kein Redakteur im Hintergrund fragt, wer sowas lesen will – das bedeutet wiederum aber auch, dass es keine Redaktion gibt, das hat auch Nachteile. Typischerweise für das Medium Internet sind wir mit unseren Lesern vernetzter als das im Printfeuilleton überhaupt möglich wäre – Bloggen ist damit in der Regel auch stärker personalisiert als die etablierte Literaturkritik, auch das ist typisch Internet. Auch wir entziehen uns also den Kriterien für Kommunikation im Internet nicht vollständig, aber manches machen wir eben etwas anders.

Die meisten von uns teilen ganz herkömmliche Kriterien für Literaturkritik: Wir legen Wert auf genaue Lektüre und Textarbeit, close reading ist insbesondere mir ein großes Anliegen. Im Vordergrund steht auch bei uns erst einmal eine immanente Kritik, Bücher müssen zunächst an ihren eigenen Maßstäben gemessen werden. Dies gilt auch für die ästhetischen Aspekte, die natürlich auch für uns eine Rolle spielen: Sprache, Dramaturgie, Figurenkonzeption etc., also ästhetische und textstrukturelle Merkmale sowie ihre Wirkungen müssen im Buch funktionieren und stimmig sein. Das bedeutet aber nicht, dass sie nicht zusätzlich auch darauf befragt werden können, ob sie auch in einem zeitgeschichtlichen Kontext angemessen sind. Viele von uns verorten Bücher eher in Diskursen oder motivgeschichtlichen Kontexten als literaturhistorisch, vielleicht hängt auch das mit dem Medium zusammen. Die Kriterien der Bewertung müssen transparent gemacht und am

Text begründet werden, das ist bei uns vielleicht sogar deswegen besonders einfach möglich, weil wir Platz genug für ausführlichere Begründungen haben.

Viele unserer Kriterien sind also eigentlich die der etablierten Literaturkritik. Sie werden aber im Medium Internet vielleicht anders artikuliert. Oder auch nur anders wahrgenommen.

Wenn mir eine abschließende und etwas abseits vom Thema liegende Anmerkung gestattet ist, so wird Literaturkritik im klassischen Sinne weiterhin hoffentlich professionell im Feuilleton im Print-, Audio-,TV- wie Digitalformat stattfinden, nicht so sehr auf privaten Blogs – nicht, dass das je ernsthaft zur Debatte gestanden hätte. Dies wäre unbedingt wünschenswert, denn zum einen sind private Blogs bislang nicht professionalisiert, was zu Schwankungen in der Textqualität führt, zum anderen verdient kein Buchblogger mit seinem Blog nennenswert Geld. Würde professionelle Literaturkritik verschwinden und die Auseinandersetzung mit Literatur vollständig auf Blogs und YouTube abwandern, wäre das vor allem auch eine scharfe Prekarisierung der Literaturkritik, die nur zu Lasten ihrer Qualität gehen kann, auf alle dies hat kürzlich Ekkehard Knörer hingewiesen. Das kann in niemandes Interesse sein. Sollte es also einen Relevanzverlust der feuilletonistischen Literaturkritik geben, sind private Blogs selbstverständlich keine Alternative – aber vielleicht können sie ein Experimentierfeld dafür sein, wie auch etablierte Literaturkritik das Medium Internet für sich nutzen könnte.