

Lothar Müller

Es gilt das gedruckte Wort

Formate der Kritik in den Printmedien

1. Worte im Druck, Worte unter Druck. Ein historisches Medaillon.

Die Liaison von Worten und Druck war eine heiße Affäre. Sie ließ das Sprechen und Schreiben über Literatur nicht unberührt. Leseerfahrungen hatte es schon lange gegeben, und die Textkritik auch, die Philologen waren große Streithähne, aber die Printmedien, von denen ich hier spreche, waren jünger als der Buchdruck, sie waren neue Medien, ihre Gesetze waren die der periodischen Presse, und sie setzten die Bücher einer Atmosphäre aus, in der sie nicht mehr nur mit der Zeit als Dauer, sondern auch mit der Aktualität in Berührung kamen. Die Printmedien in Gestalt von Zeitungen und Zeitschriften wurden zum Ursprungsmedium der modernen Kritik, als Zeitungen begannen, sich Beilagen mit der Rubrik „Das Neueste aus dem Reich des Witzes“ zuzulegen. Es war kein Zufall, daß dabei auf Formeln wie „Niemand wird leugnen, daß ...“ Jemand mit dem Satz reagierte „Ich bin dieser Niemand“. Das Ich in diesem Satz ist keine Privatperson, es will über sich hinauswachsen. In den Printmedien, zumal in der periodischen Presse, steckt das Prinzip Öffentlichkeit. Die öffentliche Kritik tritt immer im Plural auf, der einzelne Kritiker ist darin nie mit sich selbst allein. Sie ist ein Ensemble, es kann in ihr keinen Literaturpapst geben. Der Niemand ist ein Singular, das Ich kann zur Massenbewegung werden. Zur Öffentlichkeit aber kommt ein zweites Element, das die Formate der Kritik in den Printmedien bestimmt. Wenn viele Ichs sich über ihre Leseerfahrungen austauschen, gleichviel ob historisch in Gespräch oder Brief oder aktuell über die sozialen Medien, dann sind im Sprechen oder Schreiben über Texte Geschmacksurteile enthalten. Es heißt, über Geschmack ließe sich nicht streiten. Das mag sein, über Geschmacksurteile aber sehr wohl. Nicht der Kunstrichter, der letztinstanzlich urteilt, steht am Ursprung der

modernen Kritik, sondern die Überführung der Rivalität konkurrierender Geschmacksurteile in die öffentliche Arena, in den öffentlichen Diskurs. Sie werden sagen, das beschreibt nicht und beschrieb nie die Wirklichkeit, aber die kollektive Selbstaufklärung von Geschmacksurteilen war eine ungemein produktive Fiktion. Die Leseerfahrung kann gut ohne die Textkritik existieren, die Textkritik nicht ohne die Leseerfahrung, aber zu dieser Asymmetrie gehört die Aufladung mit diskursiver Energie, wobei ich hier unter Textkritik nicht die philologische Textkritik verstehe, sondern den Blick auf Texte als Artefakte. Die Leseerfahrung, um ein historisches Beispiel zu wählen, kann im Blick auf Schillers „Maria Stuart“ subtil beschreiben, wie die Konfrontation der Titelheldin mit der Königin Elisabeth auf sie wirkte. Zum Artefakt wird die dramatische Spannung durch die Frage: „Was tut Friedrich Schiller, um uns Maria Stuart sympathisch zu machen?“ Die Leseerfahrung sagt: „Dieses endlose Kinderwindeln, Kinder von irgendwo abholen und im Haushalt Rumwerkeln geht mir bei Knausgård ungeheuer auf die Nerven.“ Zum Artefakt wird die Erzählstrategie Knausgård durch die Frage: „Was tut er, um den Anschein der unmittelbaren Anwesenheit des Lebens im Text, die Aura der Abwesenheit von Fiktion zu erzeugen?“ Die Kritik kann witzig und pointiert, umständlich und langatmig, albern oder polemisch sein, aber wenn sie das Element des Diskursiven nicht enthält, ist sie nicht Kritik. Die Printmedien sind der Ort, an dem diese Koppelung von Öffentlichkeit und Kritik als diskursiver Selbstbehauptung rivalisierender Geschmacksurteile entstand. Im Wort Print steckt das Prinzip Öffentlichkeit, in der periodischen Presse die Fokussierung auf Gegenwart, die Privilegierung des Neuen und in der Zeitungsseite das materielle a priori für die Entfaltung der Formate. Eine Zeitungsseite ist weniger elastisch und setzt engere Grenzen für Textlängen als ein Blog

2. Kritik und Salon

Die Epoche, in der die Kritik in den Printmedien ihre Formate auszuprägen begann, im Blick auf Theater, Literatur, Kunst und Musik vor allem, war zugleich die Epoche der Verbürgerlichung der aristokratischen Salonkultur. Womöglich haben Sie, als ich eben andeutete, die moderne Kritik lebe von der Fiktion diskursiver Öffentlichkeit, an Jürgen Habermas gedacht. Ich meinte aber eher den offenen Horizont des angelsächsischen Begriffes von criticism. Vor diesem Horizont hat das Spektrum der Formate der Kritik in den Printmedien zwei Pole, die Rezension und die Charakteristik. Sie stehen sich nicht feindlich gegenüber, sind eher als Brennpunkte in einer Ellipse aufzufassen, die insgesamt „Kritik“ heißt. Die Charakteristik stellt einen Text so vor, wie man im Salon einen Abwesenden oder Neuling vorstellt, um ihn den Anwesenden lebendig vor Augen zu stellen. Sie verwandelt eine lebensweltliche Praxis in ein Printformat literarischer Kritik, so wie die Rezension die briefliche oder mündliche Äußerung von Geschmacksurteilen in ein Druckformat verwandelt, sie also in den Horizont des Diskursiven stellt. Keine Rezension kommt ohne begriffliche Subsumtionen aus, aber sie kann nur dann anschaulich sein, wenn sie zugleich Charakteristik ist. Die Charakteristik wiederum bleibt Paraphrase, wenn sie nicht auf Kategorien hin transparent ist. Um diese beiden Pole gruppieren sich die Formate der Printmedien. Interview und Autorenporträt sind eher auf den Charakteristik-Pol bezogen, Glosse und Kommentar als Formen der Kritik von Ereignissen, Personen, Juryentscheidungen etc. eher auf den rezensorischen Pol. Von den Printmedien hat sich diese Polarität inzwischen abgelöst, sie ist aber kein „Content“, der unberührt durch das Medienspektrum wandern könnte.

3. Das gedruckte und das ungedruckte Wort

Die Printmedien sind schon längst nicht mehr nur Printmedien. Sie sind hybride Gebilde aus analogen und digitalen Zeichenträgern, die eine

gedruckte Zeitung nur noch als eines von mehreren Endprodukten auf den Markt bringen. Für die Tageszeitungen gilt, daß Auflagen der Printausgaben sinken und die ökonomische Stabilität entscheidend vom Wachstum der digital-only-Abos abhängt. Die Ursprungsmedien öffentlicher Kritik befinden sich derzeit in einer Übergangsphase, die von grundlegenden Paradoxien geprägt ist. Noch immer zehren sie von dem symbolischen Gehalt, der kulturell mit „Print“ verbunden war. Nie war der Druck nur ein neutraler Zeichenträger, er war stets auch Behauptung von Autorität, das mediale Äquivalent bürgerlicher Öffentlichkeit, von Wahrheitsansprüchen umgeben, die auf die Verwurzelung der frühen Zeitungen in der Kultur des Faktischen zurückgingen. Sich gedruckt zu sehen, gehörte zu den Antriebsenergien während der Herausbildung der Figur des modernen Autors, die Figuren der Kritik waren auch dann an das Medium des gedruckten Wortes gebunden, wenn sie das Bündnis mit anderen Medien, vor allem dem Radio, suchten. Was Katharina Herrmann als Eigenlogik des Sprechens und Schreibens über Literatur in Blogs, bei Bookstagramern und Booktubern beschrieben hat, lässt sich in das klassische Gegenüber des gedruckten und des ungedruckten Wortes eintragen. Gedruckte Formate der Kritik sind seit je von Fluten mündlicher und schriftlicher Kommunikation über ihre Gegenstände umgeben. Nur ein Bruchteil dieser Fluten ist überliefert. Die bürgerliche Briefkultur tendierte, wie heute die sozialen Medien, zur Abundanz, zur grenzenlosen Ausweitung und Rückkoppelung der Kommunikation. „All the news that’s fit to print“ entstand als defensives Programm der Verknappung. Die berühmte Gatekeeper-Funktion der Printmedien war gerade kein Zeichen souveräner Herrschaft, sondern eine Reaktion auf die Herausforderungen durch die Yellow Press. Unverlangt eingesandte Manuskripte, darunter auch Rezensionen, gibt es bei den Printmedien immer noch. Und längst hat der nicht mehr nur kleine Grenzverkehr zwischen sozialen Medien und Printmedien begonnen. Aber es ist kein Zufall, daß im Rasonnement über die digitalen Medien so oft von „Community“ die Rede ist, während die Printmedien, obwohl ihrerseits ein eher minoritäres Milieu, nach wie

vor der klassischen Öffentlichkeit zugeordnet werden. Die Blogger, Bookstagrammer und Booktuber erscheinen als Patchwork sich überlagernder Communities, die unverlangt eingesandten Manuskripte sind an den Typ von Öffentlichkeit adressiert, der sich gerade auflöst. Den Typus von Öffentlichkeit, in den die Printmedien und die digitalen Communities derzeit übergehen, hat, soweit ich sehe, noch niemand exakt beschrieben, aber es ist erkennbar, daß eine Strategie rein digitaler Zeitungs- und Zeitschriftenprodukte darin bestehen kann, Formate zu übernehmen, die aus der Printära stammen, obwohl dies technisch nicht zwingend notwendig ist. Sie können die Polarität von Rezension und Charakteristik und das Prinzip der diskursiven Transformierung von Geschmacksurteilen in ihre Formate übernehmen. Denn es gilt zwar, daß keine Message von dem Medium unberührt bleibt, in dem sie zirkuliert, aber ein Mediendeterminismus folgt daraus nicht. Was in den angelsächsischen Ländern „highbrow“, „middlebrow“ und „lowbrow“ heißt, sind Optionen sowohl für digital only wie für Print wie für die Mischformen. Ein close reading im digitalen Blog 54books ist einem close reading in Printmedien näher als den Regionen der digitalen Kommunikation, in denen das Ungedruckte als Affektmaschine funktioniert.