

Adam Soboczynski

Wer mit Verlagsmenschen, Literaturkritikern und Autoren über die Literaturkritik spricht, wird zwei Klagen zuverlässig hören. Erstens: Der Platz für Kritiken schrumpfe dramatisch, die Gattung verliere dadurch an Relevanz. Zweitens: Die anspruchsvolle Kritik werde durch andere journalistische Formen wie Porträts oder Interviews zunehmend verdrängt. Die Kritik an der Literaturkritik ist längst kanonisch geworden. Im größten Lexikon unserer Zeit, nämlich auf Wikipedia, wird im Beitrag Literaturkritik behauptet, dass die Blütezeit der Gattung vom "Ende des 19. Jahrhunderts bis in die 70er Jahre" andauerte. Die meisten Printmedien, heißt es weiter, räumten den Literaturrezensionen seither "immer weniger Platz" ein. Wer würde da widersprechen wollen?

Was den Platz anbetrifft, habe ich für meine Zeitung, DIE ZEIT, eine kleine Recherche angestellt. Ich habe mir Ausgaben seit den 50er Jahren angesehen, zwei Ausgaben in einem Jahrzehnt, jeweils die letzte Ausgabe im Oktober.

Werfen wir also einen Blick auf die Blütezeit der Literaturkritik. Das Feuilleton der "Zeit" im Herbst 1951 bringt als Aufmacher einen Aufsatz mit dem Titel "Über die Entstehung von Völkern, Rassen und Physiognomien", die Besprechung einer Ausstellung von Toulouse-Lautrec, und auf einer halben Seite finden wir auch, fast hätten wir sie nicht gefunden, drei Literaturkritiken. Sie sind erstaunlich kurz, aber launig. Die längste hat etwa 80 Zeilen und ist ein Verriss von Wolfgang Koeppens Roman "Tauben im Gras". 1951 war dem Rezensenten der Roman zu düster, zu wenig optimistisch geraten.

Fünf Jahre später gibt es immerhin eine ganze Seite Literaturkritiken in der Zeit, wenngleich bedrängt von einer Anzeige: "Auf die Qualität kommt es an! Darum: Kaffee Hag".

1961 ist das Feuilleton der ZEIT mit einem Mal genau so lang wie heute.

Neun Seiten, davon drei Seiten Literaturkritik, unter anderem ein Artikel von Marcel Reich-Ranicki über Nabokovs Roman "Lushins Verteidigung". Anders als heute sind die Seiten durchgängig mit großen Anzeigen versehen, die übrigens heute teilweise verboten wären. Angepriesen werden die Zigarettenmarke Ernte 23 ("Das Reinste ist immer das Feinste"), der Kupferberg-Sekt, Lufthansa-Flüge und der Opel Kapitän "für 9975 DM einschließlich Frischluftheizung". Verlagswerbungen finden sich interessanterweise gar keine. Erst einige Jahre später ergänzen sie zumindest die Sekt- und Zigarettenwerbung.

1971 schrumpfen die Artikel ein wenig, die Anzeigen werden dafür größer und opulenter: Dry Sack Sherry, Malteserkreuz Aquavit konkurrieren im Feuilleton großflächig mit der Becel Diät-Margarine. 1976 gibt es aus unklaren Gründen nur noch 1,5 Seiten Literatur, trotz oder wegen der Werbung eines schottischen Whiskey-Fabrikanten. In den gesamten 80er Jahren kommt die Literaturkritik zumeist nicht über zwei, drei Seiten hinaus.

Die Blütezeit der Literaturkritik in den Zeitungen beginnt in Wahrheit erst in den 90er Jahren mit einer regelrechten Explosion des Umfangs auf fünf, sechs Seiten. Im Jahre 1999 gibt es sogar auf acht großen, engbedruckten Zeitungsseiten Literaturkritiken. Ein fleißiger Leser der "Zeit" dürfte damals kaum Zeit gefunden haben, noch zum Roman zu greifen. Die Alkohol-, Margarine- und Zigarettenwerbung war da übrigens völlig verschwunden, dafür zierte so gut wie jede Seite eine Buchanzeige. Jede Nostalgie, die Umfänge, die Ausführlichkeit, die Ausgewogenheit der Literaturkritik betreffend, bezieht sich auf diese kurze Periode in den 90er Jahren. Nur von dieser Perspektive aus gesehen haben wir es mit einer Verfallsgeschichte zu tun. Buchanzeigen sind heute so selten wie in den frühen 60er Jahren, leider werden sie aber heute weder von Tabakprodukten noch von Starkalkoholischem kompensiert. Und die Umfänge sind wieder auf das jahrzehntelang Übliche geschrumpft.

Die kurze Blütezeit der Literaturkritik hatte meines Erachtens zwei

Gründe. Sie sind banal und bedeutend: Die Bildungsexpansion (und damit ein erweiterter Leserkreis) sowie die robuste wirtschaftliche Lage der Zeitungen durch Auflage und Anzeigen.

Es gibt auch heute noch eine Bildungsexpansion, aber sie hat ihren Charakter spätestens seit den ökonomisch motivierten Bologna-Reformen an den Universitäten verändert: das Intellektuelle, das Bildungsbürgerliche, das Kontemplative, das Verschrobene, das Tabak- und Alkoholselige hat an kultischem Reiz eingebüßt. Und den Buchverlagen wie den Zeitungen ist durch das Netz eine Medienkonkurrenz erwachsen, die die bisherigen Geschäftsmodelle in Frage stellen. Wir schrumpfen, aber mit etwas historischem Abstand betrachtet muss man doch sagen: auf hohem Niveau.