MIRNA ZEMAN

LITERARISCHE MODEN. EIN BESTIMMUNGSVERSUCH

Mit was für Phänomenen haben wir es bei literarischen Moden und Nachahmungswellen zu tun? Was haben die historischen Simpliziaden, ‚Naseologien' und Robinsonaden mit dem gegenwärtigen Hype um *Twilight* oder mit dem ‚Dan-Brown-Syndrom' gemeinsam? E. T. A. Hoffmanns Geniekünstler Kreisler hat eine Antwort parat: „[W]eißt du denn nicht, daß überhaupt die Verse unserer jungen Dichter die Reproduktionskraft der Eidechsen besitzen, denen die Schwänze munter wiederum hervorschießen, hat man sie auch an der Wurzel weggeschnitten!"[1]

Mein Beitrag versucht, das allgegenwärtige, notorisch verrufene und wissenschaftlich vernachlässigte Phänomen der literarischen Moden durch einen ersten Bestimmungsversuch aus dem toten Winkel der literaturwissenschaftlichen Forschung zu rücken.

1. Contra Titelflut und Modestoffe: Eine epochale Analogie

Wer kennt die gegenwärtige Literaturproduktion besser als Literaturkritikerinnen und -kritiker? Glaubt man einer prominenten Vertreterin der Zunft, Sigrid Löffler, ist der global beschleunigte Büchermarkt der Gegenwart überflutet wie niemals zuvor.[2] Noch nie seien so viele Titel im Umlauf gewesen und noch nie hätten sich die Neuerscheinungen dermaßen geglichen wie in unserem Zeitalter der Konzernierung, das leicht übersetzbare, ‚benutzerfreundliche', womöglich verfilmbare Stoffe für das Massenpublikum rund um den Erdball bevorzugt. Schlecht steht es laut Löffler um die deutschsprachige Gegenwartsliteratur, Masse statt Klasse laute die Devise und ein verderblicher Mechanismus beherrsche das Geschehen: die Mode. Alljährlich im Winter und Frühsommer wiederhole sich landesweit in den Literaturkritikerstuben ein und dasselbe Geschehen: das nervöse Durchblättern der Vorschauen der Verlage auf der Suche nach neuen Trends. Wenn keiner in Sicht ist, so werde er

---

1 E. T. A. Hoffmann, *Lebens-Ansichten des Katers Murr*, *Werke 1820-1821*, in: ders., *Sämtliche Werke*, DKV, Bd. 5, hg. v. Hartmut Steinecke, Frankfurt/M., 1992, S. 98. Vgl. dazu Martin Swales, „Die Reproduktionskraft der Eidexen. Überlegungen zum selbstreflexiven Charakter der *Lebens-Ansichten des Katers Murr*", in: *E. T. A. Hoffmann Jahrbuch*, Bd. 1, 1992-93, S. 48-57.

2 Sigrid Löffler, „Wer bestimmt, was wir lesen? Buchmarkt und literarische Moden unter den Bedingungen globaler Beschleunigung", in: *Juristische Studiengesellschaft*, Jahresband, 2006, S. 75-92.

gemacht: durch Erfindung griffiger Etiketten und Parolen und deren Ausposaunen im Feuilleton. Die Kritikerin zählt sie alle auf, all die kurzatmigen Wellen, all die proklamierten und tatsächlich beobachtbaren Booms auf dem deutschsprachigen Buchmarkt seit 1989: vom Berlin-Roman und der ‚Ostalgie-Welle' über das ‚Fräuleinwunder' bis hin zur Mode der Terrorismus-Romane und dem Dauerrenner „*Ethno-Schick*"[3], den exotisch angehauchten Familiengeschichten, etwa aus der Türkei oder dem Balkan. „Der gleiche Nachahmungstrieb, eine Art ‚Me-Too'-Zwang", schreibt Löffler, beherrsche

> die Romanstoffe und -themen. Jeder Bestseller zieht einen Rattenschwanz von epigonalen Imitationen hinter sich her. Seit *Dan Browns* ‚Da Vinci Code' wimmelt es auf dem Buchmarkt von biblischen und mythischen Verschwörungsschmökern, ein trübes Gebräu aus Templern, Gralsrittern und Illuminaten, vermischt mit häretischen Phantasien über das Liebesleben Christi.[4]

Ihre von unüberhörbarer Empörung durchdrungenen Ausführungen zu literarischen Moden um die letzte Jahrhundertwende bettet Löffler in eine kritische Analyse der Auswirkungen des Spätkapitalismus auf die deutschsprachige Literaturproduktion ein. Eine von kommerziellen Interessen korrumpierte, an der originellen, guten Literatur uninteressierte Bücherindustrie werfe mit hoher Geschwindigkeit Unmengen schlechter, schnell zusammengebastelter Bücher auf den Markt, austauschbare Lesestoffe, die niemand brauche, „gedruckte[] *Hamburger*"[5] für die Masse. Das Abundanz- und Homogenisierungsproblem ruft Selektionsmechanismen auf den Plan, die – und hierin scheint aus der Sicht der Verfasserin das eigentliche Skandalon zu liegen – entweder vollkommen *out of the blue*, unvorhersehbar und hinter dem Rücken der Beteiligten sich herausbilden oder von den Buchmarktstrategen künstlich generiert werden. Im Fall der automatisch entstehenden und sich allmählich herausbildenden Variante spricht Löffler von literarischen Trends. Von diesen setzt sie „offenkundig ‚gemachte'"[6], marktgesteuerte, werbestrategisch designte und inszenierte literarische Moden u. a. nach den Kriterien „Künstlichkeit" und „Kurzlebigkeit" ab. Weder Trends noch Moden verhießen Gutes – weder für den Leser noch für die *Contemporary Literature*.

Löfflers Panorama der literarischen Zustände um das Jahr 2000 löst beim literaturgeschichtlich informierten Leser Déjà-vu-Effekte aus. Es scheint nämlich eine Klage über ‚Titelflut' und ‚Literaturvermodung' sowie Vorschläge zu ihrer Eindämmung zu rekapitulieren, die mindestens so alt sind wie der Buchmarkt selbst. Löffler ist in ihrer Einschätzung nicht allein, vielmehr scheint sich gegenwärtig ein kulturpessimistischer Literaturmodendiskurs zu etablieren[7], der zu historischen Analogien zur Dämmerungsphase der *commercial so-*

---

3 Löffler (2006), Wer bestimmt, was wir lesen, S. 75.
4 Ebd., S. 78.
5 Ebd., S. 79.
6 Ebd., S. 76.
7 Siehe den Aufsatz von David-Christopher Assmann im vorliegenden Band.

ciety und der Literaturmarkt-Ära einlädt. Auch für die Zeit um 1800 ließe sich, wie Gerhard Plumpe feststellt, „gewiß eine systematische Häufung des Modebegriffs in literaturkritischen und ästhetischen Diskursen […] im deutschen Sprachraum“[8] nachweisen.

Etwa seit den 80er Jahren des 18. Jahrhunderts kämpften die Wortführer der Aufklärung mit einem sich „hinter de[m] Rücken“[9] der Alphabetisierungskampagne herausmendelnden, von den anonymen Buchmarktmechanismen zu verantwortenden Problem: dem Überangebot an Lesestoffen und der damit zusammenhängenden Volkskrankheit ‚Lesesucht‘.[10] Albrecht Koschorke zeigt auf, wie der Aufschwung des Buchsektors und die „erstmals massenhaft erfolgende Herstellung ästhetischer Zweitwelten“[11] in Deutschland im letzten Drittel des 18. Jahrhunderts eine Regulierungskampagne auf den Plan rief, die durch phobische Reaktionen auf die ungeregelte Lektüre flüchtiger, marktgängiger Lesestoffe und die massive Kritik daran u. a. den Boden für die „Instauration der deutschen Klassik“ bereitete.[12] Vor dem Hintergrund einer rapiden Zunahme des Schriftverkehrs und der damit zusammenhängenden „Entreglementierung der Kommunikation“[13] warnten aufklärerische Intellektuelle damals vehement vor der Gefahr, dass eine im Hin- und Herschalten zwischen Realität und Fiktion noch ungeübte Leserschaft durch übermäßigen Literaturkonsum von einem Überschuss an Imagination befallen werden könnte. Befürchtet wurde eine Art Selbstverlust in der Semiosis, schlimmstenfalls eine Form der Lebensführung als „umgekehrte Mimesis“[14], *Don Quixoterie* in pandemischen Ausmaßen. Die geradezu hysterischen Ängste der Bildungselite in Deutschland vor einer ‚Lesesuchtepidemie‘ hatten – wie Matt Erlin überzeugend darlegt – nicht nur mit kommunikativ-medialen Umbrüchen, sondern auch mit ökonomischen Transformationsprozessen, der aufkommenden Marktwirtschaft und Konsumgesellschaft zu tun.[15] Die damaligen Reflexionen zur ‚Lesesucht‘ sind im deutschsprachigen Raum nämlich häufig an einen kritischen Diskurs über die frühkapitalistische *commercial society* gekoppelt, der

---

8 Gerhard Plumpe, „Motto und Mode. Anmerkungen zum literaturhistorischen Ort Wilhelm Hauffs“, in: Ernst Osterkamp/Andrea Polaschegg/Erhard Schütz (Hg.), *Wilhelm Hauff oder Die Virtuosität der Einbildungskraft*, Göttingen, 2005, S. 38-52: 41.

9 Albrecht Koschorke, *Körperströme und Schriftverkehr. Mediologie des 18. Jahrhunderts*, 2. Aufl., München, 2003, S. 398.

10 Ausführlich dazu vgl. ebd., S. 398-430. Zu Lesesucht-Debatten im 18. Jahrhundert siehe auch Dominik von König, „Lesesucht und Lesewut“, in: Herbert G. Göpfert (Hg.), *Buch und Leser*, Hamburg, 1977, S. 89-124.

11 Koschorke (2003), *Körperströme*, S. 406.

12 Ebd., S. 398.

13 Ebd., S. 401.

14 I.e. reale Handlungen als Nachahmung von Fiktionen. Zit. n. Viktor Žmegač, „Die Realität ahmt die Kunst nach. Zu einer Denkfigur der Jahrhundertwende“, in: ders., *Tradition und Innovation. Studien zur deutschsprachigen Literatur der Jahrhundertwende*, Wien, Köln, Weimar, 1993, S. 45-58: 46.

15 Matt Erlin, „Useless Subjects: Reading and Consumer Culture in Eighteenth-Century Germany“, in: *The German Quarterly* 80, 2 (2007), S. 145-164.

in der deregulierten Teilhabe an der Konsumption unter dem Diktat der Mode eine Angriffsfläche fand. Erlin schreibt dazu:

> If we are to believe contemporary commentators, access to new fashions and exotic foods enables craftsmen's daughters to stroll about like ladies of quality on Sundays and merchants to throw lavish public parties, even if it means that they must starve themselves at home. The key point here is that reflections on fictionality in late eighteenth century Germany treat the fantasy world occupied by the addictive reader and that occupied by the fashion-conscious tradesman as equivalent. In both cases the danger stems from the fact that a particular fiction cannot be maintained, that is, it cannot be integrated into a stable and coherent totality of life practices.[16]

Beide Diskurse – deren Überschneidung und gegenseitige Verstärkung[17] ablesbar sind an Termini wie „Leserei der Modebücher"[18], „Modelektüre"[19], Buch als „Mode-Näscherey"[20] – vermitteln eine Angst der gebildeten Elite vor der drohenden Destabilisierung individueller Subjekte und der staatlich sanktionierten, sozial- und geschlechtsspezifischen Verhaltensmuster durch entfesselte Lektüre- und Konsumpraktiken.[21] In der Gelehrtenrepublik machte sich ein Unbehagen breit angesichts der vagen und schnell wechselnden identitätsstiftenden Adressierungen der Masse durch lesbare wie nicht-lesbare Modewaren und -stoffe, die die Gruppenkonformität ins Schwanken bringen.

Im Zuge der Medienrevolutionen, der erneuten Zunahme „konsumierbarer Bilder und Zeichen"[22] und der Überhandnahme der ‚*visible hand*' des Marktes um die jüngste Jahrhundertwende scheint sich gegenwärtig eine ähnliche Problemstellung zu profilieren. Löffler verwendet zwar nicht die Lesesuchtmeta-

---

16 Ebd., S. 150.

17 Paradigmatisch dafür sind u. a. die Aussagen des modekritischen Lesesuchttherapeuten Johann Rudolph Beyer: „Aber eben darum, weil man doch das Lesen blos als Mittel sich zu vergnügen und zu zerstreuen braucht, und sich neue Bücher aus eben den Gründen anschafft, aus denen man sich neue Meubles, Kleider, Wagen, Etuis etc. anschaft, und weil man bey jenen sich eben so nach der Mode richtet, wie bey diesen, und daher jetzt Sagen der Vorzeit, Rittergeschichten und Scenen aus der alten Welt, wo Menschenblut wie Wasser fließt; zur andern Zeit empfindsame Romane, wo das Tödten einer Fliege Alterationen erregt; sodann wieder Hexen- und Zaubergeschichten, Feenmährchen, Reisebeschreibungen, Briefe über Länder und Sitten ließt, je nachdem es die Mode mit sich bringt; – gerade so, wie man Vasen, Urnen, Meubles, Putz und andre Verzierungen, bald à l´Antique, bald à l´Angloise, oder á la Figaro, Montgolfier &c. verfertigen läßt, – eben darum kann das Bücherlesen gar wohl mit in das Gebiete des Luxus gezogen werden." Johann Rudolph Beyer, „Über das Bücherlesen, in so fern es zum Luxus unsrer Zeiten gehört. Vorgelesen in der churfürstl. mainz. Academie nützlicher Wissenschaften zu Erfurt am 2ten Febr. 1795. Gedruckt zu Erfurt 1796", S. 1-15: 2, zit. n.: http://www.literatur-live.de/salon/beyer.pdf, zuletzt aufgerufen am 21.02.2012.

18 Ernst Brandes, „Über die Leserei der Modebücher und ihre Folgen in einigen Klassen der höheren Stände", in: *Neues Hannöverisches Magazin*, 6–12, 1800, S. 81-176.

19 Dazu reichlich Belege in der Anthologie von Olaf Reinecke (Hg.), *Deutsche Modelektüre um 1800*, Leipzig, 1978.

20 Friedrich Burchard Beneken, „Vielleserey", zit. n. Erlin (2007), Useless Subjects, S. 147.

21 Vgl. Erlin (2007), Useless Subjects, S. 146-147.

22 Koschorke (2003), *Körperströme*, S. 406.

phorik und interessiert sich generell wenig für die Seite der Rezipienten, dennoch klingt in ihrer Charakterisierung eskapistisch veranlagter Leser und der in Internetchatrooms „delirieren[den]“[23] Literaturkonsumenten die einstige Phobie der aufklärerischen Lesetherapeuten nach. Am augenfälligsten wird dies in der Diagnose des langfristigen Eskapismustrends in der deutschsprachigen Literatur der 1990er und 2000er Jahre. Dieser navigiere eine angeblich des Heilsglaubens beraubte und sich nach verbindlichen gemeinsamen Werten sehnende Leserschaft in den Infantilismus der Harry-Potteriaden, in die exotischen Welten „buntscheckiger Volkstümlichkeit“[24] der Ethno-Familienromane und verführe sie zur Realitätsflucht in historisch-abenteuerliche Fiktionen. Der schnelle Wechsel künstlich generierter Moden scheint außerdem ein Fluxus von unterschiedlichsten Werten, Identitäts- und Subjektivierungsmodellen in die Bücherregale der rezipierenden *fadfollower* zu spülen: vom neuen Deutschlandgefühl über die Option Loyalität mit einer globalen Fangemeinschaft bis hin – wie Löffler im Fall der „Mainstreaming- und Homogenisierungs-Agentur“ Pop-Literatur[25] konstatiert – zur Unterwerfung unter die „dominante[] anglo-amerikanische[] Pop-Kultur“[26]; *anything goes*, nicht zum Gefallen der Kritikerin.

Auch der zweite, die Kollektivpsyche der ‚verunsicherten‘ Leserschaft betreffende Argumentationsstrang Löfflers, der die Kausalitäten zwischen der angenommenen Änderung des Leseverhaltens und den grassierenden Moden aufdeckt, hat in den Lesesuchtdebatten der Aufklärung sein Pendant. Im gegenwärtigen Globalisierungsschub sei der einstige „Durchleser“, bemängelt die Kritikerin, zum „gehetzten, ungeduldigen und zerstreuten Gelegenheitsleser“ mutiert.[27] Die visuellmediale Ansprache der flackernden Bilder und der Blinksignale (des Fernsehens und der Reklame) konditionierten den Literaturkonsumenten immer mehr hin zum „Überflieger“, „Häppchen-Leser“, „Bücher-Zapper“.[28] Auch um 1800 wurde die – damals oft dem konkurrierenden Massenmedium Zeitschrift in die Schuhe geschobene – ‚verderbliche‘ Zerstreuung der Aufmerksamkeit der Leser kritisiert. Den Bücher-Zapper nannte man damals Durchblätterer:

> Das ewige Abspringen in dem Lesen der Zeitschriften, von den Abhandlungen über die verschiedensten Gegenstände und von der verschiedensten Behandlungsart, ist schon für gewöhnliche Köpfe […] ein großes Uebel. Dieses stete

---

23 Löffler (2006), Wer bestimmt, was wir lesen, S. 86.

24 Ebd., S. 84.

25 Ebd., S. 82. Pop-Literatur ist nach Löffler ein Beispiel für künstlich generierte Literaturmode, dessen intelligenter Part allerdings „drauf und dran ist, sich zur literarischen Avantgarde zu mausern“ (ebd.,, S. 82). Zum Geflecht zwischen Pop und Avantgarde aus literatur- und kulturwissenschaftlicher Perspektive siehe Moritz Baßler, „Avantgarde in der Popkultur. Figuren des Alterns und Verjüngens“, in: Alexandra Pontzen/Heinz-Peter Preusser (Hg.), *Alternde Avantgarden*, Heidelberg, 2011, S. 63-75.

26 Löffler (2006), Wer bestimmt, was wir lesen, S. 82.

27 Ebd., S. 79.

28 Ebd.

> Vorgaukeln der magischen Laterne erlaubt der größern Anzahl der Leser nicht einen Gedanken zu ergreifen und ihn fest zu halten. Kaum hat der mittelmäßige Kopf angefangen, ein Interesse zu fassen, so ist der Aufsatz zu Ende und nun geht es zur Lesung eines andern, der mit diesem in gar keinem Zusammenhange steht. So dauert das Schattenspiel fort und jedes Bild verschwindet ohne Eindruck zu lassen.[29]

Die analoge Symptomatik – zerstreute Leser, Flut der Moden, destabilisierte Subjekte – ruft analoge Gegenmittel auf den Plan. Dem zerstreuten Massenlesen der Modebücher stellten die Lesesuchtkritiker der Aufklärung die intensive Wiederholungslektüre gegenüber und die damalige Kur des Abundanzproblems setzte sich als eine bis heute wirksame Technik der Komplexitätsreduktion durch: die Kanonisierung einer begrenzten Anzahl als mustergültig angesehener Texte.[30] „Gelesen werden soll, worauf sich eine kleine Gruppe von Bildungsautoritäten verständigt. Am Ende der Lesesuchtdebatte […] steht ein neues ‚ideelles Reglement': ‚die Kanonisierung deutscher Klassiker'".[31] Dies heißt allerdings nicht, dass sich die Auswahl mustergültiger Texte mit einer gezielten, auf Anhieb erfolgreich durchgesetzten Aussortierung qua Verordnung oder Direktive vollzog. Vielmehr ist Kanonbildung ein allmählicher, schrittweise verlaufender Prozess[32], mit dem eine Heilungskur gegen Modestoffe einhergeht, die ihre Form in der aktuellen Gegenarbeit am Archiv findet. Der aufklärerische Lesesuchtkritiker Johann Rudolph Beyer schlägt 1796 ein Prozedere für die Entwertung der literarischen Moden vor, das – in umgekehrter Logik – die Thesen Bierwirths zur Wertstabilisierung qua Relevanzerzeugung bestätigt.[33] Der von Beyer propagierte Dammbau gegen Modestoffe besteht nämlich in der gezielten Verweigerung von Referenzen auf sie, d. h. in der konsequenten Bestätigung ihrer Irrelevanz qua Ignorieren – alles Maßnahmen für das Vergessen im Archiv:

> Aber wie soll man nun dem Publikum die schlechten Lesereyen aus den Händen winden, und dafür etwas besseres unterschieben? Durch Befehle: das sollt ihr lesen, und jenes sollt ihr nicht lesen; oder durch einen Machtspruch über den Werth und Unwerth eines Buchs, läßt sich das, wie schon gesagt, *nicht thun*, sondern das muß auf eine Art geschehen, die der Natur der Sache gemäs ist, und wobey die Leute unvermerkt zu dem Ziele geführt werden, ohne selbst zu wissen, daß man sich dieses Ziel vorgesezt habe. […] Die Lesewelt erkennt weder bekannte noch unbekannte Obern; sie kennt keinen andern Zweck, als sich selbst, und die Befriedigung ihrer individuellen Bedürfnisse. Aber sie hat darum doch ihre Obern, durch die sie indirekte geleitet und gegängelt wird, ohne sich

---

29 Brandes (1800), Über die Leserei der Modebücher, S. 121-122.

30 Vgl. Koschorke (2003), *Körperströme*, S. 400-412.

31 Ebd., S. 399.

32 Zur Kanonisierung siehe u. a. Renate von Heydebrand (Hg.), *Kanon. Macht. Kultur*, Stuttgart, 1998; Matthias Beilein, „Kanonisierung und ‚invisible Hand'", in: Maik Bierwirth/Oliver Leistert/Renate Wieser (Hg.), *Ungeplante Strukturen. Tausch und Zirkulation*, München, 2010, S. 221-235.

33 Siehe den Beitrag von Maik Bierwirth im vorliegenden Band.

> durch irgend etwas dazu verpflichtet zu haben. Ein Buch kömmt selten unmittelbar aus der Presse oder dem Meßkatalog zur Kenntnis des ungelehrten und des gemeinen Mannes, wenn er nicht durch die Gelehrten und durch die öffentlichen Nachrichten von dem Daseyn desselben unterrichtet wird. Man dürfte also nur dergleichen Schriften, die zur Lektüre des grosen Publikums nicht taugen, *ignoriren*, weder in gelehrten Zeitungen, noch in gemischten Gesellschaften groß Aufhebens davon machen, so würde von hundert Leselustigen kaum Einer wissen, daß es da sey, und dieser Eine würde es vielleicht auch übersehen, und keinen Drang es zu lesen fühlen, wenn er nicht durch die öffentliche Sensation darauf aufmerksam gemacht wird. […] Die *Gelehrten*, die *Recensenten* und *Redakteurs gelehrter Nachrichten* müssen sichs also nur zum Grundsatze machen, schlechte Produkte zu *ignoriren*, wo (*sic!*)werden sie ungelesen bleiben, und so wird in der Folge auch manches ungeschrieben bleiben, indem die schlechten Schriftsteller nur so lange ihr Handwerk treiben können, als sie Abgang finden und gelesen werden.[34]

Auch Löffler propagiert die bewährten Normalisierungsmaßnahmen „Ignorieren“ und „Kanonisieren“, die sie ganz im Sinne Beyers rhetorisch als ein dem inneren Antrieb, dem Eigenbedürfnis der Leserschaft und der Gesellschaft überhaupt zugeschnittenes Heilungsmittel gegen den Selbstverlust tarnt. Der deutsche Leser habe das Bedürfnis nach einem „haltbaren literarischen Bildungsfundus“[35], das Publikum verlange nach „autoritativen Bücherlisten“[36], weil es wissen möchte, was es nicht lesen müsse. Die Leserschaft wünsche sich eine Instanz, die „die Bücherwelt verlässlich und glaubhaft vorsortiert“[37] und für Bildung als die Voraussetzung für das „Fortkommen des Einzelnen“ und „für den kulturellen Zusammenhalt einer Gesellschaft“[38] sorgt. Neben der Bildung gehört auch die Kreativität – ein autonomieästhetisches Mantra, das längst zur Rationalität der neoliberalen Gouvernementalität geworden ist[39] – zu den erstrebenswerten Tugenden des Löffler’schen Ideallesers. So wird dem ‚Bücher-Zappen‘ und dem geistigen Ungehorsam der Modelektüre das Lesen „im Sinne lustvollen und kreativen Selber-Entdeckens“[40] – vor allem der Texte, die sich durch „ewige Gegenwart“[41] auszeichnen – als wünschenswert gegenübergestellt.

Das Fazit des Löffler’schen Lamentos über die Moden verknüpft die alte Rezeptur Beyers mit dem gegenwärtig in verschiedensten Bereichen – darunter vornehmlich in der Werbung – grassierenden Appell an das Subjekt, zum

---

34 Beyer (1796), Über das Bücherlesen, S. 11-12. [Herv. i. O.]
35 Löffler (2006), Wer bestimmt, was wir lesen, S. 85.
36 Ebd., S. 86.
37 Ebd., S. 84.
38 Ebd., S. 88.
39 Vgl. Ulrich Bröckling, *Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform*, Frankfurt/M., 2000.
40 Löffler (2006), Wer bestimmt, was wir lesen, S. 87.
41 Ebd., S. 88.

Unternehmer seiner selbst zu werden[42]. Ihre Empfehlung an den Leser – eine Reklame für Literaturmoden-Ignoranz als Teil eines Entrepreneurship an dem Selbst –, lautet: „Ignorieren sie bitte alle literarische Moden. Lesen Sie doch bitte, was sie *wollen*, lesen Sie das, was *Sie* wollen.“[43]

Doch es geht den ‚Modekritikern‘ nicht nur um das Wohl des Lesers und um die Verteuflung der Bücherkonzerne. Vor dem Hintergrund der sich zunehmend vermehrenden Vorsortierungsinstanzen, die für sich die Macht der Kanonbildung beanspruchen – Kanon-, Lese- und Bestsellerlisten sind selbst zur Mode geworden – wird gegenwärtig wiederum eine Strategie verfolgt, an der sich auch die Modeschelte der Aufklärer orientierte. Wieder einmal geht es um die „Restituierung eines verlorenen Machtmonopols“.[44] Angesichts des wachsenden Segments literarischer Verkaufsschlager, die heutzutage ganz ohne Vermittlung der Literaturkritik Absatz und massenweise Leser finden, stärkt die Modeschelte gerade der Betätigungsdomäne der Literaturkritik den Rücken. Zusätzlich wird durch die Behauptung einer Ohnmacht, ja der regelrechten Kapitulation der Germanistik und der Literaturwissenschaft vor der Kanonisierungsaufgabe (Leselisten der Schulen und Hochschulen sind laut Löffler bildungspolitisch-ideologisch suspekt) die Wichtigkeit der Aussortierungsinstanz Literaturkritik unterstrichen. Ob sich Germanistik und Literaturwissenschaft tatsächlich der Bereitschaft zur Kanonbildung entledigt haben, sei dahingestellt. Wenn sich diese beiden Disziplinen überhaupt „insgeheim“ für etwas „für unzuständig erklärt haben“[45], um ein allerletztes Mal Löffler zu zitieren – dann allerdings für literarische Moden. An literatur- und kulturwissenschaftlichen Arbeiten zum Phänomen ‚Mode‘ fehlt es zwar nicht, unter ‚Mode‘ versteht man aber auch hier in der Regel die Art sich zu kleiden und den Körper zur Schau zu stellen. Beispielsweise befasst sich die kultur- bzw. literaturwissenschaftliche Modeforschung mit den geschlechtlichen Codierungen der Kleidermode, etwa im Spiegel literarischer Texte.[46] Im Unterschied dazu sind literarische Moden, die strukturelle Gemeinsamkeiten mit den Phänomenen aufweisen, die in den Sozial- und Wirtschaftswissenschaften unter den Begriffen Trends oder Hypes firmieren[47], bisher fast ausschließlich eine

---

[42] Vgl. dazu Bröckling (2000), *Das unternehmerische Selbst*; Christian Janecke, „Active Ingredient: You. Annäherungsversuch an die Annäherungsversuche neuer Werbung“, in: *Zeitschrift für Ästhetik und allgemeine Kunstwissenschaft* 52, 2 (2007), S. 207-219.

[43] Löffler (2006), Wer bestimmt, was wir lesen, S. 92. [Herv. i. O.]

[44] Koschorke (2003), *Körperströme*, S. 399.

[45] Löffler (2006), Wer bestimmt, was wir lesen, S. 91.

[46] Vgl. u. a. Julia Bertschik, *Mode und Moderne. Kleidung als Spiegel des Zeitgeistes in der deutschsprachigen Literatur (1770-1945)*, Köln (u. a.), 2005; Gertrud Lehnert (Hg.), *Mode, Weiblichkeit und Modernität*, Dortmund, 1998; Mode und Literatur, *Der Deutschunterricht* 60, 4 (2004); Barbara Vinken, *Mode nach der Mode. Geist und Kleid am Ende des 20. Jahrhunderts*, Frankfurt/M., 1993.

[47] Der Begriff „Hype“ hat Konjunktur und dennoch ist anscheinend vollkommen unklar, was „Hype“ eigentlich ist. Kaum zufrieden stellen kann der Definitionsversuch des Informatikers Klemens Polatschek, der den „Hype“ als „den fahrlässig oder zwangsläufig extrarationalen Umgang mit unvollständiger Information in nicht-linearen Entscheidungslagen betreff neuer

Sache der Praxis gewesen.[48] Literatur-, Kultur- und Medienwissenschaftler haben sich der Spielart dieses Phänomens in ihren jeweiligen Zuständigkeitsbereichen bislang äußerst selten und wenn dann ausschließlich in Form von deskriptiven Analysen von Fallbeispielen gewidmet.[49] Umso mehr lohnt es sich, das Phänomen einmal genauer und jenseits aller Wertungen unter die Lupe zu nehmen. Dies ist allerdings mit bestimmten Herausforderungen für die Literaturwissenschaft selbst verbunden.

2. Literaturmodeforschung – eine Herausforderung für die Literaturwissenschaft

Unter dem Terminus ‚literarische Moden' möchte ich sogenannte Nachahmungswellen, die die Literaturgeschichte und Publizistik mit den Suffixen -aden, -ismen, -manien kennzeichnen, verstanden wissen. Die Begriffe „Simpliziaden", „*Sterne-ism*", „Ossianomanie" oder „Twilightmania" sind Beispiele dafür. Die Entscheidung einer Vielzahl der Praktiker des Literaturbetriebs, literarische Nachahmungswellen in Analogie zu den vestimentären Imitationen als ‚Moden' zu bezeichnen, hat gute Gründe. Literatur- und Kleidermoden folgen dem Gesetz des Wechsels und dem Prinzip der Wiederholung, beide lassen sich durch die Kriterien „Synchronität" und „Aktualität" bestimmen. Beiden Phänomenen wohnt das Potenzial zur zyklischen Wiederkehr in der Diachronie inne. Ein deutliches Beispiel hierfür ist die wiederkehrende literarische ‚Vampiromode', die den vestimentären Retrophänomenen in vielerlei

---

Phänomene, der in einer mangelhaft operablen Analysegestalt mündet und die Akteure somit zu suboptimalen Verhaltensstrategien führt" bezeichnet. Als richtig, auch aus der Sicht der kulturwissenschaftlichen Forschung, erweist sich Polatscheks Behauptung, „Hype" befinde sich im Buchmarkt eher in Geiselhaft populärer Sachtitel und Marketingstudien. (Ein Beispiel dafür wäre Piroschka Dossis Sachbuch *Hype! Kunst und Geld*, München, 2007.) Aus dem unternehmerischen Bereich stammt der offenbar einzige Versuch, wenigstens die Kategorisierung eines hypeähnlichen Phänomens auf die Beine zu stellen: *The EPM Fad Study* aus dem Jahre 1998 behandelt aus kommerzieller Beratungssicht „*fads*" i. e. Moden, die aus Produkten entstehen oder aus denen Produkte abgeleitet werden (zum Beispiel Hula-Hoop-Reifen, Rubik-Würfel, Lambada). Vgl. Clemens Polatschek, „When Newspapers Go Electric. Bausteine zu einer Chronologie des Hypes", online unter: http://subs.emis.de/LNI/Proceedings/Proceedings35/GI-Proceedings.35-19.pdf, zuletzt aufgerufen am 25.02.2012. Siehe auch Karen Raugust, *The EPM Fad Study*, New York, NY, 1998.

48 Dementsprechend stammt die Literatur zu den Moden vorwiegend aus den Kreisen der Praktiker des Literaturbetriebs. Paradigmatisch dafür Friedrich Michael, „Literarische Moden. Schick und Schicksal", in: ders., *Der Leser als Entdecker*, *Betrachtungen, Aufsätze und Erinnerungen eines Verlegers*, Sigmaringen, 1983, S. 7-20.

49 Vgl. etwa Andrea Wicke, „Literarische Moden um 1700. Zum historischen Wandel populärer Lesestoffe", in: Franz M. Eybl/Irmgard M. Wirtz (Hg.), *Delectatio. Unterhaltung und Vergnügen zwischen Grimmelshausen und Schnabel*, Bern, 2009, S. 27-50.

Hinsicht entspricht.[50] Außerdem haben literarische Nachahmungswellen mit Kleidermoden die relativ kurze Dauer und eine breite Streuung gemein. Wenn man die Parallelen hervorhebt, sollte man allerdings auch die Unterschiede – etwa die Materialiät betreffend – nicht außer Acht lassen. In der Kleidermode ist das Material der Mode visuell „wahrnehmungsevident"[51]: ohne körperliche und stoffliche Materialität ist keine Bedeutungszuweisung und keine Mode denkbar. Die Kleidermode ist, so die Kulturanthropologen, ein besonders offenkundiges Beispiel für die „Materialität der Kommunikation"[52]. Will man den Begriff „Mode" auf das Phänomen der literarischen Nachahmungswellen beziehen, so wird man klären müssen, was im literarischen System das Material der Mode sein könnte.

Eine naheliegende Antwort lautet: theoretisch alles. Denn prinzipiell kann alles, was das literarische System zu bieten hat, in einem zeitlich begrenzten Intervall exzessiv nachgeahmt, variiert, wiederholt und dadurch zum Material der Mode werden: Themen, Stoffe, Motive, Formen, Verfahren, Texte, Genres, Autoren, Titel und Titelillustrationen, Buchcover, verschiedene Praktiken und Institutionen, Bestseller und Bestsellerlisten, selbst Modekritik und Modeschelte können modisch werden. Bereits daraus wird ersichtlich, dass literarische Moden in die „Sphäre des Symbolischen" eingreifen und zugleich die Ebene der Materialitäten und Praktiken ihrer tendenziell allumfassenden Schirmherrschaft unterwerfen.[53] Wenn die Mode die symbolische Sphäre des literarischen Textes ihren Zwängen unterwirft, hinterlässt sie eine Spur im „bibliographical code".[54] Literarische Moden sind nie gänzlich unabhängig von den „Regimes der Äußerlichkeit" ihres Trägers, der Schrift und der „konkreten Drucksache".[55] Eine ‚Vermodung' der Literatur macht sich zum Beispiel auch an der Häufung ähnlicher Buchcover in den Schaufenstern der Buchhandlungen visuell bemerkbar.

Um das semantisch-materielle Doppelwesen der literarischen Moden beschreiben zu können, wird man sich der Bedeutungsebene der Literatur und *zugleich* der handfesten Materialität der Texte und Bücher analytisch nähern

---

[50] Zum Retromechanismus in den Bereichen „Fashion" und „Popular Culture" und insbesondere in der Popmusik der Gegenwart siehe das aktuelle Buch von Simon Reynolds, *Retromania. Pop Culture's Addiction to Its Own Past*, New York, NY, 2011.

[51] Zur Wahrnehmungsevidenz verschiedener Medien des Populären vgl. Eric Baudner/Gero Brümmer/Martin Heinrich, „Die Popularitär der Literatur", in: Roger Lüdeke (Hg.), *Kommunikation im Populären*, Bielefeld, 2011, S. 67-89: 75.

[52] Daniel Devoucoux, *Mode im Film. Zur Kulturanthropologie zweier Medien*, Bielefeld, 2007, S. 29. Zum Konzept der „Materialität der Kommunikation" siehe den gleichnamigen Sammelband hg. v. Hans Ulrich Gumbrecht und Ludwig Pfeiffer, Frankfurt/M., 1988.

[53] Zur Abgrenzung der beiden Sphären in den Performativitätstheorien siehe Hartmut Winkler, „How to do things with words, signs, machines. Performativität, Medien, Praxen, Computer", in Sybille Krämer (Hg.), *Performativität und Medialität*, München, 2004, S. 97-111.

[54] Vgl. Jerome J. McGann, *The Textual Condition,* Princeton, NJ, 1991, S. 58-68.

[55] Christoph Windgätter, „Vom ‚Blattwerk der Signifikanz', oder: Auf dem Weg zu einer Epistemologie der Buchgestaltung", in: ders. (Hg.), *Zur Epistemologie der modernen Buchgestaltung*, Wiesbaden, 2010, S. 6-52.

und den publizistischen Praktiken, die in ihre Produktion einfließen, Aufmerksamkeit schenken müssen. Eine Literaturwissenschaft, die sich für literarische Moden interessiert, muss das praktische *doing literature* im Zusammenspiel verschiedener Akteure, Medien und Kommunikationsformen, Praktiken und Materialitäten in den Blick nehmen und die ökonomischen und medientechnischen Kontexte der literarischen Moden berücksichtigen. Da literarische Moden nicht nur von Text- und Buchkörpern getragen werden, sondern auch von ganz anderen konkreten Dingen, wird man ihre Spur darüber hinaus in einem umfassenderen Bereich der materiellen Kultur[56] verfolgen müssen. Materiell sind literarische Moden auch insofern, als sie sich in die Dinge – Konsumwaren, Fanobjekte, Alltagsgegenstände – einschreiben und ihnen anhaften.

Mit dem Modephänomen ist eine weitere Herausforderung für die Literaturwissenschaft verbunden: Literarische Moden schaffen ihre eigenen „Wertordnung[en] auf Zeit"[57]; sie gehorchen nicht den etablierten literaturwissenschaftlichen Werthierarchien. Unter der Schirmherrschaft der Mode verflüchtigen sich nicht nur die Oppositionen Ding/Zeichen, Material/Bedeutung, Text/Buch, sondern auch die Trennungen von Trivial- und Hochliteratur, Kunst- und Popliteratur.

Moritz Baßler hat für ein Kunstwerk, „dessen Wirkung sich nicht in der Zeit entfaltet, im epidemiologischen Prozess einer langsamen geographischen und kulturellen Ausbreitung, sondern das mehr oder weniger im Moment seines Erscheinens global präsent ist"[58] die Bezeichnung „synchrones Pop-Kunstwerk"[59] vorgeschlagen. Von diesem zu unterscheiden sei in Anlehnung an Joshua Clover das „alte, diachrone Kunstwerk: ‚*the pill that dissolves over centuries*'".[60] Das letztere, so Baßler, „musste schwierig sein. Man musste lange daran heruminterpretieren können, damit es wirkt."[61] Im Reich der literarischen Modebegründer trifft man jedoch sogar solche Werke an, die *ex post* gesehen sowohl in die eine als auch in die andere Kategorie fallen: Einst synchrone Pop-Kunstwerke, die sich in der Diachronie als haltbare, interpretationsbedürftige, avantgardistische Kunstwerke bewährt haben. Ein realistisch erzählter Text mit einem einfachen Plot und einer eindimensionalen Figurenzeichnung ist *an sich* nicht weniger anfällig für Mode als ein formintensiver, ‚avantgardistischer' Text, etwa einer, der durch einen „Bruch mit dem Ge-

---

56 Zum Konzept der Dingwelt und der materiellen Kultur siehe u. a. Hans Peter Hahn, *Materielle Kultur. Eine Einführung*, Berlin, 2005; Gisela Ecker, *‚Giftige' Gaben. Über Tauschprozesse in der Literatur*, München, 2008; dies./Susanne Scholz (Hg.), *Umordnung der Dinge*, Königstein/Taunus, 2000; Zu *Material Culture Studies* vgl. u. a. Philip Bracher/Florain Hertweck/Stefan Schröder (Hg.), *Materialität auf Reisen. Zur kulturellen Transformation der Dinge*, Berlin, 2006.

57 Boris Groys, *Über das Neue. Versuch einer Kulturökonomie*, München, 1992, S. 46.

58 Baßler (2011), Avantgarde in der Popkultur, S. 68.

59 Ebd.

60 Vgl. dazu im Baßler-Interview im vorliegenden Band das Zitat von Joshua Clover.

61 Vgl. dazu ebenfalls das Baßler-Interview im vorliegenden Band.

wohnten zur Reflexion auf die Mittel zwingt"[62]. Ein Beispiel dafür sind die Romane *Tristram Shandy* und *Sentimental Journey* von Laurence Sterne, die im späten 18. und frühen 19. Jahrhundert verschiedene literarische Moden – darunter die Mode der empfindsamen Reisen, die Nasen- und die Dosenmode – auslösten.[63] Sternes *Tristram Shandy*, ein synchrones Mode- bzw. Pop-Kunstwerk *par excellence*, mauserte sich – u. a. durch ‚heruminterpretierendes' Zuarbeiten der russischen Formalisten – zum haltbaren, diachronen Avantgarde-Kunstwerk. Es ist durchaus interessant zu prüfen, welche Rolle die Moden und die ‚Rattenschwänze von Epigonen' bei diesem Umschlag der Synchronie in die Diachronie spielten. Der knappe Vergleich zwischen Sterne-Moden und dem Hype um *Twilight* macht es deutlich: Literarische Moden sind nicht von der Qualität der Texte abhängig. Über die Mehrfachverwertung durch Nachahmer und Fans entscheidet – neben dem Kriterium der Neuheit – auch die ‚Verpackung der Ware', zu der u.a . die Publikations- und Vermarktungsstrategien, das bild- und textgebende Verfahren des Layouts etc. zählen.

3. Bestimmungsversuch thematischer Literaturmoden

Abschließend möchte ich eine erste Bestimmung jener Moden im literarischen System versuchen, die sich an der Häufung ähnlicher Inhalte, Themen und Stoffe erkennbar machen. Vorläufig bestimme ich diese ‚thematischen Moden' in Anlehnung an Luhmann als „unerwartbare Kumulationen"[64] im literarischen System. Diese Kumulationen sind auf mehreren zusammenspielenden Ebenen beobachtbar. Heuristisch ist es sinnvoll, diese Ebenen zunächst voneinander zu trennen. Entsprechend lässt sich mein Konzept der literarischen Moden mit folgenden, den verschiedenen Ebenen zugeordneten Thesen umreißen:

Ebene der Rezeption:

– Literarische Moden sind als unberechenbar aufkommende und sich relativ rasch auflösende Häufungen von reproduktiven und produktiven Rezeptionsereignissen um einen literarischen Text erkennbar.

---

62 Baßler (2011), Avantgarde in der Popkultur, S. 63.

63 Zu den Sterne-Moden vgl. u. a. Peter de Voogd/John Neubauer (Hg.), *The Reception of Laurence Sterne in Europe,* New York, NY, 2004; Gerhard Sauder, „Sternes Sentimental Journey und die empfindsamen Reisen in Deutschland", in: Wolfgang Griep/Hans Wolf Jäger (Hg.), *Reisen und soziale Realität am Ende des 18. Jahrhunderts*, Heidelberg, S. 302-319. Zur Nasen-Mode siehe Mirna Zeman, „Literaturmoden und weltliterarische Verflechtungen: Gusla-Hypes und Nasen-Moden", in: Erhard Schüttpelz/Schamma Schahadat/Annette Werberger (Hg.), *Weltliteratur in der Longue Durée*, München, 2012 (in Vorbereitung).

64 Niklas Luhmann, *Gesellschaft und Semantik*, Bd. 3., Frankfurt/M., 1980, S. 225.

- Besonderheit eines literarischen Textes, der eine Mode begründet, ist die, dass er nicht nur von den gewöhnlichen Leserschichten rezipiert, sondern auch von anderen Autoren fortgesetzt, nachgeahmt, adaptiert oder in ein anderes Medium transponiert wird. Durch das Kriterium „Adressierung der Autoren" unterscheidet sich eine literarische Mode vom systemtheoretischen Konzept der „Populärkommunikation". Die letztere zeichnet sich, wie Elena Esposito betont, dadurch aus, „dass der Adressat ‚keinen Anlass findet, auf Kommunikation durch Kommunikation zu antworten' und nicht einmal daran interessiert ist."[65]

Soziokulturelle Dimension/ Ebene der Material Culture:

- In den literarischen Moden wird die gesellschaftliche Funktion der Literatur im Jauß'schen Sinne manifest, denn bei literarischen -aden, -ismen und -manien tritt häufig die „literarische Erfahrung des Lesers in den Erwartungshorizont seiner Lebenspraxis ein."[66]
- Literarische Moden sind performativ insofern, als sie das Ausgreifen des Literarischen in die lebensweltliche Realität begünstigen. Damit ist nicht nur die Verlängerung des Literarischen in die Konsumgüterwelt und *Material Culture* durch *spin-offs* und *merchandising* gemeint, sondern auch verschiedene Formen des lebenspraktischen Vollzugs von Literatur, die die Theorien des Populären in den Kategorien des *fandoms* oder des Kults beschreiben.[67]
- Auch aus produktionsästhetischer Sicht haben wir es bei literarischen Moden mit Formen vorübergehender Kollektivbildungen zu tun. Autoren

---

[65] Elena Esposito, „Popularität", in: Roger Lüdeke (Hg.), *Kommunikation im Populären*, Bielefeld, 2011, S. 14-41: 16.

[66] Hans Robert Jauß, „Literaturgeschichte als Provokation der Literaturwissenschaft", in: R. Warning (Hg.), *Rezeptionsästhetik*, 4. Aufl., München, 1994, S. 126-162: 148.

[67] Siehe u. a. Lisa A. Lewis (Hg.), *The Adoring Audience*, London, 1992; Rudolf Freiburg/Markus May/Roland Spiller (Hg.), *Kultbücher*, Würzburg, 2004. Auch hierfür sind Sterne-Moden ein gutes Beispiel. „When the London edition of volumes 1 and 2 of T[ristram] S[handy] first appeared early in 1760", schreibt W. G. Day, „it was rapidly recognized that Sterne's text was ideal for the generation of what today would be called spin-off material. […] The *Gentleman's Magazine* […] published a T[ristram] S[handy] soup recipe […] while *The Grad Magazine* […] produced a most complicated set of rules for TRISTAM SHANDY: a New game at CARDS.'" (W. G. Day, „Sternean Material Culutre: Lorenzo's Snuff-box and his graves", in: Peter de Voogd/John Neubauer (Hg.), *The Reception of Laurence Sterne in Europe*, S. 247-259: 247.) Es folgten bildliche Darstellungen der Episoden und Charaktere aus Sternes Romanen, die bald verschiedene Alltagsgegenstände, darunter „menu-holders, pins, clasps and cut-steel shoe buckles" (ebd., S. 248.) zierten. Bald verbreitete sich der *Sterne-ism* europaweit und auch in Deutschland. Der Düsseldorfer Schriftsteller J. G. Jacobi gründete den Lorenzo-Orden, eine Fangruppe, die in öffentlichen Bekenntnissen die Gefühlskultur und empfindsame Männerfreundschaft pflegte und das Motiv der Schnupftabakdose aus Sternes Roman zum Zeichen der Ordensmitgliedschaft wählte. Die Lorenzo-Dose, die sich bald im Blech reproduzierte, wurde zum beliebten Geschenkartikel. Am Beispiel dieses „Dosen-Ordens" wird die gemeinschaftsstiftende Funktion literarischer Moden deutlich.

und deren Nachahmer, Verleger, Kritiker, Buchhändler, Literaturwissenschaftler, Leser, Fans usw. bilden vorübergehende „*communities of practice*“[68], die den Lebenszyklus eines literarischen Modeprodukts bestimmen.

Produktseite: Text- und Buchebene

- Die Mode ist kein den literarischen Produkten äußerlich bleibender Prozess, vielmehr greift sie in die Struktur der Texte und in das Erscheinungsbild der Bücher ein.
- Im Textmaterial sind literarische Moden an der Häufung ähnlicher Stoffe, Themen, Motive, Verfahren usw. zu erkennen. Als Zeichen für literarische Moden gelten auch Kumulationen intertextueller Bezugnahmen auf einen Trendsetter-Text. Rasch auftretende und sich relativ rasch auflösende Häufungen der Rezeptionsereignisse um einen literarischen Text schreiben sich als selektive Wiederholungen seiner Inhalte und Formen in das nachfolgende Material ein, wobei Reihen von gleichartigen Texten bzw. Produkten entstehen.
- Moden generieren literarische Reihen, die ich im Sinne der formalistischen Theorie als übergreifende Verweiszusammenhänge verstehe, innerhalb derer sich ein literarischer Text (bei Moden: auch mehrere Texte) zum einen diachron auf seine Vorgänger (im Fall der Moden: auf einen Trendsetter-Text oder eine Vorgängerreihe) und zum anderen synchron auf andere Reihen, wie sie zum Beispiel von anderen Künsten und Medien gebildet werden, bezieht.[69]
- Die Reihenbildung lässt sich auch auf der Ebene der typografischen Produktion beobachten. Für literarische Moden gilt: „Die Gestaltung des Buches erweist sich als Gestaltung von Büchern. […] Wo ein Buch Form annimmt, da gibt es bald auch ein zweites Buch, das anders angezogen daherkommt und mit dem ersten ein Gespräch oder einen Streit anfängt.“[70] Nachahmungen eines Modebegründers signalisieren durch ihre Materialität, ihre „Schriftbildlichkeit“[71] und ihre „Peritexte“[72] (etwa all-

---

68 Geoffrey C. Bowker/Susan Leigh Star, *Sorting Things Out. Classification and Its Consequences*, Cambridge, MA, London, 1999.

69 Jurij Tynjanov, „Über die literarische Evolution“, in: Jurij Striedter (Hg.), *Texte der russischen Formalisten*, Bd. 1, München, 1969, S. 432-461.

70 Michael Cahn, „Vom Buch zu Büchern. Wissenschaftliche Verlagsserien im 19. Jahrhundert“, in: Christoph Windgätter (Hg.), *Wissen im Druck. Zur Epistemologie der modernen Buchgestaltung*, Wiesbaden, 2010, S. 140-164: 145.

71 Hier meint der Begriff „ideographische Potenziale der Schrift“ im Sinne einer „Sichtbarmachung von Inhaltsaspekten“. Wolfgang Raible/Sybille Krämer zit. n. Christoph Windgätter, „Vom ‚Blattwerk der Signifikanz‘, oder: Auf dem Weg zu einer Epistemologie der Buchgestaltung“, in: ders., *Wissen im Druck. Zur Epistemologie der modernen Buchgestaltung*, Wiesbaden, 2010, S. 6-52: 28.

gemeine Gestaltung des Buchcovers, Gebrauch von Motti, Titelwahl, Ikonografie der Titelillustrationen, Platzierung des Autornamens) die Zugehörigkeit zur jeweiligen Nachahmungswelle. Wir haben es hierbei mit einer Reihe von Büchern zu tun, die wie Michael Cahn feststellt, „bewusst das gleiche Kleid tragen."[73]

Ebene der Aussagen/ Modediskurse:

- Literarische Moden sind an der zeitnahen Häufung von Relevanz erzeugenden Aussagen über einen literarischen Text und/oder Bezugnahmen auf ihn sowie an der Kumulation der Paratexte, die aus einem literarischen Text ein Diskurs- und Medienereignis werden lässt, zu erkennen. Dementsprechend kommt eine Beschäftigung mit dem Phänomen literarischer Moden ohne eine Berücksichtigung des popularisierenden ‚Beiwerks' (Pressetexte, Interviews und andere Formen des literaturjournalistischen Beiwerks) sowie der aufmerksamkeitslenkenden Frames, Formate und Inszenierungspraktiken in den Massenmedien und im Bereich des literarischen Kulturmarketings (Stichwort: Lesungen) nicht aus.[74]
- Abgrenzungsversuche gegenüber einer angenommenen Sphäre der Ökonomie haben eine lange Tradition in der ästhetischen Theoriebildung und auch das Modische musste herhalten, wenn es um die Behauptung der Autonomie einer ästhetisch wertvollen Literatur ging.[75] Modekritik und Lesewutdiskurse stehen nicht nur mit der symbolischen Terrainsicherung des künstlerischen Autonomieprinzips in Verbindung, sie spiegeln auch den Wandel der Eigentumsverhältnisse am Text wider. Die Geschichte der literarischen Moden ist mit der Geschichte der literarischen Entwertung und dem Paradigma des geistigen Eigentums verwoben.[76]

---

72 Vgl. Gérard Genette, *Paratexte. Das Buch vom Beiwerk des Buches*, Frankfurt/M., 2001; zur Wichtigkeit der peritextuellen Materialität für die Populärliteratur siehe Christian Huck, „Was ist Populärliteratur", in: Roger Lüdeke (Hg.), *Kommunikation im Populären*, Bielefeld, 2011, S. 42-66: 48.

73 Cahn (2010), Vom Buch zu Büchern, S. 148. „Und damit lassen sich", so Cahn weiter, „Einstellungen und Zugangsweisen korrelieren, die den Umgang des Käufers, des Lesers und des erkennenden Subjekts mit dem Buch beschreiben. Zu berücksichtigen sind hier Zutrauen, Erkennbarkeit, Wiedererkennung, Bekanntschaft, eine positive Reduktion von Komplexität in einem stets unübersichtlichen Buchangebot und die ganz neue Herausforderung des Käufers, der die Serie ins Zentrum seiner Kaufentscheidung rückt."

74 Vgl. dazu die Beiträge von Gerhard Kaiser und Doris Moser in diesem Band; siehe auch Marc Reichwein, „Diesseits und jenseits des Skandals. Literaturvermittlung als zunehmende Inszenierung von Paratexten", in: Stefan Neuhaus/Johann Holzner (Hg.), Literatur als Skandal, Göttingen, 2007, S. 89-99. Zur Lesung siehe den Johannsen-Beitrag im vorliegenden Band.

75 Dazu im Überblick Rainer Leschke, „Negative Repräsentation. Zur Funktion der Metaphern des Ökonomischen in der Ästhetik," in: Thomas Wegmann (Hg.), *Markt. Literarisch*, Bern (u. a.), 2005, S. 21-42.

76 Vgl. dazu Philipp Theisohn, *Plagiat. Eine unoriginelle Literaturgeschichte*, Stuttgart, 2009.

Ebene des Marktes:

- Aus literaturökonomischer Sicht betrachtet häufen sich im Falle der literarischen Mode Bücher, die an den Markterfolg anderer Bücher anknüpfen.
- Literarische Moden gehorchen dem Nützlichkeitskalkül und zumeist den Prinzipen der Kommerzialität und der Profitmaximierung.
- Auf dem vom Überangebot an Büchern beherrschten Markt folgt die literarische Mode der Logik der Differenzökonomie: Sie strebt eine Differenz – die Alleinstellung – einer Bücherreihe gegenüber der ihr synchronen Büchermengen an und tendiert dabei selbst zur Angleichung der Buchprodukte.
- Moden sind eng mit Praktiken und Strukturen des Literaturbetriebs verwoben; häufig ist Mode ein strategisches Werkzeug des Marketings. In diesem Sinne kommt bei der Beschäftigung mit literarischen Moden den ökonomischen Voraussetzungen der Produktion, Rezeption und Vermittlung von Literatur eine wichtige Rolle zu. Eine Theorie und Geschichte literarischer Moden interessiert sich daher auch für Praktiken, Medien, Instanzen, Institutionen und Akteure, die sich am Handel mit Büchern beteiligen und fragt nach Zusammenhängen zwischen Literaturmoden und Vertriebsstrategien, Distributionswegen und -formen auf dem Büchermarkt im Rahmen historischer und gegenwärtiger Literaturbetriebe.

Mediale Aspekte:

- Aus medienhistorischer Perspektive betrachtet sind literarische Moden ein „child of technology“[77] des Buchdrucks. Die mündliche Kommunikationsform kennt modeähnliche Phänomene – etwa Gerüchte oder Legendenbildungen –, die auf Ähnlichkeiten und Unterschiede mit den modernen Moden, die ihre Abhängigkeit von den Medien Schrift und Bild sowie den massenmediale Kommunikationsformen kennzeichnet, zu prüfen sind.
- Die noch zu schreibende Theorie literarischer Moden kommt der Theorie der literarischen Verwertung, deren Ansatzpunkte Knut Hickethier am Beispiel der Robinsonaden herausgearbeitet hat, insofern nahe, als beide Verwertungsformen der Fortsetzung, Nachahmung, Adaptation – sowohl im Sinne einer gattungsverändernden Bearbeitung als auch im Sinne der Transponierung eines Werks in ein anderes Medium – fokussieren und nach den Funktionszusammenhängen fragen, in die das Werk bzw. die daran anknüpfenden anderen Werke gestellt werden.[78] Im Fall der litera-

[77] Huck (2011), Was ist Populärliteratur, S. 45.

[78] Knut Hickethier, „Robinson und Robinsonaden in den literarischen Medien – Nachahmung, Adaption, literarische Verwertung“, in: ders./Friedrich Knilli/Wolf D. Lützen (Hg.), *Literatur in den Massenmedien - Demontage von Dichtung?*, München, 1976, S. 61-88.

rischen Moden treten die Verwertungsprozesse in Medienverbünden in einer kurzen Zeitspanne geballt auf. Die Frage des Funktionszusammenhangs stellt sich hier vor allem in der Dimension der Synchronie.

Die Aufgabe zukünftiger Untersuchungen wird es sein, diese Beschreibungsebenen aufeinander zu beziehen und die Wechselwirkungen zwischen den verschiedenen Orten, Dimensionen und Medien, in denen die Mechanismen der literarischen Mode zum Tragen kommen, zu analysieren.

Literatur

Baßler, Moritz, „Avantgarde in der Popkultur. Figuren des Alterns und Verjüngens“, in: Alexandra Pontzen/Heinz-Peter Preusser (Hg.), *Alternde Avantgarden*, Heidelberg, 2011, S. 63-75.

Baudner, Eric/Brümmer, Gero/Heinrich, Martin, „Die Popularitär der Literatur“, in: Roger Lüdeke (Hg.), *Kommunikation im Populären*, Bielefeld, 2011, S. 67-89.

Bourdieu, Pierre, *Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes*, Frankfurt/M., 1999.

Bovenschen, Silvia (Hg.), *Die Listen der Moden*, Franfurt/M., 1986.

Beilein, Matthias, „Kanonisierung und ‚invisible Hand‘“, in: Maik Bierwirth/Oliver Leistert/Renate Wieser (Hg.), *Ungeplante Strukturen. Tausch und Zirkulation*, München, 2010, S. 221-235.

Bertschik, Julia, *Mode und Moderne. Kleidung als Spiegel des Zeitgeistes in der deutschsprachigen Literatur (1770-1945)*, Köln (u. a.), 2005.

Beyer, Johann Rudolph, „Über das Bücherlesen, in so fern es zum Luxus unsrer Zeiten gehört. Vorgelesen in der churfürstl. mainz. Academie nützlicher Wissenschaften zu Erfurt am 2ten Febr. 1795. Gedruckt zu Erfurt 1796“, S. 1-15, online unter: http://www.literatur-live.de/salon/beyer.pdf, zuletzt aufgerufen am 21.02.2012.

Bowker, Geoffrey C./Leigh Star, Susan, *Sorting Things Out. Classification and Its Consequences,* Cambridge, MA, London, 1999.

Bracher, Philip/Hertweck, Florian/Schröder, Stefan (Hg.), *Materialität auf Reisen. Zur kulturellen Transformation der Dinge*, Berlin, 2006.

Brandes, Ernst, „Über die Leserei der Modebücher und ihre Folgen in einigen Klassen der höheren Stände“, in: *Neues Hannöverisches Magazin*, 6–12, 1800, S. 81-176.

Bröckling, Ulrich, *Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform*, Frankfurt/M., 2000.

Cahn, Michael, „Vom Buch zu Büchern. Wissenschaftliche Verlagsserien im 19. Jahrhundert“, in: Christoph Windgätter (Hg.), *Wissen im Druck. Zur Epistemologie der modernen Buchgestaltung*, Wiesbaden, 2010, S. 140-164.

Day, W. G., „Sternean Material Culutre: Lorenzo’s Snuff-box and His Graves“, in: Peter de Voogd/John Neubauer (Hg.), *The Reception of Laurence Sterne in Europe*, New York, NY, 2004, S. 247-259.

de Voogd, Peter/Neubauer, John (Hg.), *The Reception of Laurence Sterne in Europe*, New York, NY, 2004.

Devoucoux, Daniel, *Mode im Film. Zur Kulturanthropologie zweier Medien*, Bielefeld, 2007.
Dossi, Piroschka, *Hype! Kunst und Geld*, München, 2007.
Ecker, Gisela, *‚Giftige' Gaben. Über Tauschprozesse in der Literatur*, München, 2008.
Dies./Scholz, Susanne (Hg.), *Umordnung der Dinge*, Königstein/Taunus, 2000.
Erlin, Matt, „Useless Subjects: Reading and Consumer Culture in Eighteenth-Century Germany", in: *The German Quarterly* 2, 80 (2007), S. 145-164.
Erlich, Victor, *Russischer Formalismus*, Frankfurt/M., 1987.
Esposito, Elena, *Die Verbindlichkeit des Vorübergehenden: Paradoxien der Mode*, Frankfurt/M., 2004.
Dies., „Popularität", in: Roger Lüdeke (Hg.), *Kommunikation im Populären*, Bielefeld, 2011, S. 14-41.
Eybl, Franz M./Wirtz, Irmgard M. (Hg.), *Delectatio. Unterhaltung und Vergnügen zwischen Grimmelshausen und Schnabel*, Bern, 2009.
Genette, Gérard, *Paratexte. Das Buch vom Beiwerk des Buches*, Frankfurt/M., 2001.
Fleig, Anne/Nübel, Birgit (Hg.), Mode und Literatur, *Der Deutschunterricht* 4, 60 (2004).
Freiburg, Rudolf/May, Markus/Spiller, Roland (Hg.), *Kultbücher*, Würzburg, 2004.
Groys, Boris, *Über das Neue. Versuch einer Kulturökonomie*, München, 1992.
Gumbrecht, Hans Ulrich/Pfeiffer, Ludwig (Hg.), *Materialität der Kommunikation*, Frankfurt/M., 1988.
Hahn, Hans Peter, *Materielle Kultur. Eine Einführung*, Berlin, 2005.
Heydebrand, Renate von (Hg.), *Kanon. Macht. Kultur*, Stuttgart, 1998.
Dies./Winko, Simone, *Einführung in die Wertung von Literatur*, Paderborn (u. a.), 1996.
Hickethier, Knut, „Robinson und Robinsonaden in den literarischen Medien – Nachahmung, Adaption, literarische Verwertung", in: ders./Friedrich Knilli/Wolf D. Lützen (Hg.), *Literatur in den Massenmedien – Demontage von Dichtung?*, München, 1976, S. 61-88.
Hoffmann, E. T. A., *Lebens-Ansichten des Katers Murr*, *Werke 1820-1821*, in: ders., *Sämtliche Werke*, DKV, Bd. 5, hg. v. Hartmut Steinecke, Frankfurt/M., 1992.
Huck, Christian, „Was ist Populärliteratur", in: Roger Lüdeke (Hg.), *Kommunikation im Populären*, Bielefeld, 2011, S. 42-66.
Janecke, Christian, „Active Ingredient: You. Annäherungsversuch an die Annäherungsversuche neuer Werbung", in: *Zeitschrift für Ästhetik und allgemeine Kunstwissenschaft* 2, 52 (2007), S. 207-219.
Jauß, Hans Robert, „Literaturgeschichte als Provokation der Literaturwissenschaft", in: R. Warning (Hg.), *Rezeptionsästhetik*, 4. Aufl., München, 1994, S. 126-162.
König, Dominik von, „Lesesucht und Lesewut", in: Herbert G. Göpfert (Hg.), *Buch und Leser*, Hamburg, 1977, S. 89-124.
Koschorke, Albrecht, *Körperströme und Schriftverkehr. Mediologie des 18. Jahrhunderts*, 2. Aufl., München, 2003.
Lehnert, Gertrud (Hg.), *Mode, Weiblichkeit und Modernität*, Dortmund, 1998.
Leschke, Rainer, „Negative Repräsentation. Zur Funktion der Metaphern des Ökonomischen in der Ästhetik", in: Thomas Wegmann (Hg.), *Markt. Literarisch*, Bern (u. a.), 2005, S. 21-42.
Lewis, Lisa A. (Hg.), *The Adoring Audience*, London, 1992.
Löffler, Sigrid, „Wer bestimmt, was wir lesen? Buchmarkt und literarische Moden unter den Bedingungen globaler Beschleunigung",in: *Juristische Studiengesellschaft*, Jahresband, 2006, S. 75-92.

Lüdeke, Roger (Hg.), *Kommunikation im Populären*, Bielefeld, 2011.
Luhmann, Niklas, *Gesellschaft und Semantik*, Bd. 3., Frankfurt/M., 1980.
McGann, Jerome J., *The Textual Condition*, Princeton, NJ, 1991.
Michael, Friedrich, „Literarische Moden. Schick und Schicksal", in: ders., *Der Leser als Entdecker*, *Betrachtungen, Aufsätze und Erinnerungen eines Verlegers*, Sigmaringen, 1983, S. 7-20.
Michelsen, Peter, *Laurence Sterne und der deutsche Roman des achtzehnten Jahrhunderts*, Göttingen, 1972.
Plumpe, Gerhard, „Motto und Mode. Anmerkungen zum literaturhistorischen Ort Wilhelm Hauffs", in: Ernst Osterkamp/Andrea Polaschegg/Erhard Schütz (Hg.), *Wilhelm Hauff oder Die Virtuosität der Einbildungskraft*, Göttingen, 2005, S. 38-52.
Polatschek, Clemens, „When Newspapers Go Electric. Bausteine zu einer Chronologie des Hypes", online unter: http://subs.emis.de/LNI/Proceedings/Proceedings35/GI-Proceedings.35-19.pdf, zuletzt aufgerufen am 25.02.2012.
Raugust, Karen, *The EPM Fad Study*, New York, NY, 1998.
Reichwein, Marc, „Diesseits und jenseits des Skandals. Literaturvermittlung als zunehmende Inszenierung von Paratexten", in: Stefan Neuhaus/Johann Holzner (Hg.), *Literatur als Skandal*, Göttingen, 2007, S. 89-99.
Reinecke, Olaf (Hg.), *Deutsche Modelektüre um 1800*, Leipzig, 1978.
Reynolds, Simon, *Retromania. Pop Culture's Addiction to Its Own Past*, New York, NY, 2011.
Sauder, Gerhard, „Sternes Sentimental Journey und die empfindsamen Reisen in Deutschland", in: Wolfgang Griep/Hans Wolf Jäger (Hg.), *Reisen und soziale Realität am Ende des 18. Jahrhunderts*, Heidelberg, S. 302-319.
Swales, Martin, „Die Reproduktionskraft der Eidexen. Überlegungen zum selbstreflexiven Charakter der *Lebens-Ansichten des Katers Murr*", in: *E.T.A. Hoffmann Jahrbuch*, Bd. 1, 1992-93, S. 48-57.
Theisohn, Philipp, *Plagiat. Eine unoriginelle Literaturgeschichte*, Stuttgart, 2009.
Tynjanov, Jurij, „Über die literarische Evolution", in: Jurij Striedter (Hg.), *Texte der russischen Formalisten*, Bd. 1, München, 1969, S. 432-461.
Vinken, Barbara, *Mode nach der Mode. Geist und Kleid am Ende des 20. Jahrhunderts*, Frankfurt/M., 1993.
Wegmann, Thomas (Hg.), *Markt. Literarisch*, Bern (u. a.), 2005.
Ders. (Hg.), *Dichtung und Warenzeichen. Reklame im literarischen Feld 1850-2000*, Göttingen, 2011.
Wicke, Andrea, „Literarische Moden um 1700. Zum historischen Wandel populärer Lesestoffe", in: Franz M. Eybl/Irmgard M. Wirtz (Hg.), *Delectatio. Unterhaltung und Vergnügen zwischen Grimmelshausen und Schnabel*, Bern, 2009, S. 27-50.
Winkler, Hartmut, „How to do things with words, signs, machines. Performativität, Medien, Praxen, Computer", in Sybille Krämer (Hg.), *Performativität und Medialität*, München, 2004, S. 97-111.
Windgätter, Christoph (Hg.), *Wissen im Druck. Zur Epistemologie der modernen Buchgestaltung*, Wiesbaden, 2010.
Ders., „Vom ‚Blattwerk der Signifikanz', oder: Auf dem Weg zu einer Epistemologie der Buchgestaltung", in: ders., *Wissen im Druck. Zur Epistemologie der modernen Buchgestaltung*, Wiesbaden, 2010, S. 6-52.
Zeman, Mirna, „Literaturmoden und weltliterarische Verflechtungen: Gusla-Hypes und Nasen-Moden", in: Erhard Schüttpelz/Schamma Schahadat/Annette Werberger (Hg.), *Weltliteratur in der Longue Durée*, München, 2012 (in Vorbereitung).

Žmegač, Viktor, „Die Realität ahmt die Kunst nach. Zu einer Denkfigur der Jahrhundertwende“, in: ders., *Tradition und Innovation. Studien zur deutschsprachigen Literatur der Jahrhundertwende*, Wien, Köln, Weimar, 1993, S. 45-58.