

► Esders, Michael:

Die enteignete Poesie. Wie Medien, Marketing und PR die Literatur ausbeuten. Bielefeld: Aisthesis, 2011 (Essay 35). – ISBN 978-3-89528-876-0. 118 Seiten, € 14,50

(Beate Rasch, Wiesbaden)

Zugegeben: Das Wort »Brückentechnologie« erscheint auf den ersten Blick recht harmlos. Wer es liest, denkt sich nichts Böses, ganz im Gegenteil: Die unauffällige Metapher suggeriert – positiv besetzt – den Aufbruch zu neuen Ufern, nämlich den fließenden Übergang der Atomenergie in das Zeitalter der erneuerbaren Energien. Doch Vorsicht: In Wirklichkeit handelt es sich um eine »Manipulation« der Leser durch das Politmarketing, das Metaphern als »Trojaner« missbraucht, um die Öffentlichkeit einseitig zu beeinflussen. Nur wer die positiv konnotierte Bildebene verlässt und hinter die Metapher schaut, wird erkennen, dass der Begriff »Brückentechnologie« auf semantischer, psychologischer und neuronaler Ebene eigentlich das schlechterdings Unvereinbare verknüpft. Und dass auf diese Weise mit Wörtern, Metaphern und latent literarischen Wendungen geschickt und gerne Politik gemacht wird (vgl. 23, 24).

Ein einprägsames Beispiel, mit dem Michael Esders im ersten Buchkapitel (»Top-Spin«) seine These untermauert, die ihren Niederschlag auch im Titel seines Werks *Die enteignete Poesie. Wie Medien, Marketing und PR die Literatur ausbeuten* gefunden hat. Der promovierte Autor weiß, wovon er spricht: Esders arbeitet als Journalist und in der Unternehmenskommunikation und hat sich vor allem mit literaturwissenschaftlichen, literarischen und essayistischen Veröffentlichungen unter anderem über das Grenzgebiet zwischen PR und Poesie einen Namen gemacht.

Konzernchefs, Politiker, Werbeexperten und Medienschaffende nehmen, so die Ergebnisse von Esders Untersuchungen, literarische Formen in ihren Dienst, um ihre eigene Macht zu festigen und die öffentliche Meinung einseitig – da zu ihren Gunsten – zu beeinflussen. Die Produktion von Metaphern, Mythen und Geschichten läuft auf Hochtouren, und das mit einer Intensität, wie es der Literatur nicht gefallen kann: »Indem sie Literarisches in den Dienst ihrer Sache nehmen, für ihre Zwecke einspannen und als Produktivkraft nutzen, verletzen die Instanzen des Eigentlichen die Autonomie des Ästhetischen. Diese Kolonialisierung vollzieht sich weitgehend lautlos und unbemerkt.« (12–13)

Was den vorliegenden Essay so lesenswert macht, sind die zahlreichen Fallbeispiele, die dem Leser – ebenso wie der Exkurs über die »Brückentechnologie« – buchstäblich die Augen öffnen und ihn dadurch befähigen, in Zukunft achtsamer mit Texten, wie sie unter anderem in Werbung, Marketing und PR präsentiert werden, umzugehen. So weist der Autor zum Beispiel auf das Prinzip der Personalisierung, ein gattungsübergreifendes literarisches Muster, hin und be-

merkt: »Journalisten und PR-Strategen wissen, dass nur darstellbar, vermittelbar ist, was sich an Personen ›festmachen‹ lässt.« (14)

Das zweite Kapitel (»Storytelling oder die Enteignung des Erzählens«) beginnt mit Esders Feststellung, nicht nur der Boulevardjournalismus, sondern die gesamte mediale Öffentlichkeit giere nach Storys. Deshalb sei das Erzählen mittlerweile zum Betätigungsfeld von Meinungsmachern und Marketingstrategen, Spin Doctors und Imagedesignern geworden (vgl. 26). Eindrucksvoll lässt sich das am Beispiel der Daily Soaps und Telenovelas belegen, deren Handlungsstränge von Storylinern, einer typischen Erscheinung der heutigen Erzählkultur, entworfen und formuliert werden. Diese Soap-Macher seien, so Esders, »eher Geschichten-Ingenieure als Autoren in einem traditionellen Sinn« (29). »Gleichzeitig greifen sie jedoch, bewusst oder unbewusst, auf älteste literarische Erzähltraditionen und narrative Muster zurück. Wie die Scheherazade sind die Täglichsereien auf eine unendliche Fortsetzung hin angelegt.« (29)

Doch die Enteignung der Poesie betrifft laut Esders nicht nur das Erzählen. Sie greift, wie er im dritten Kapitel (»Helden müssen fallen oder die mediale Konjunktur des Tragischen«) beschreibt, auf nahezu alle Gattungen der Literatur über. »Neben narrativen Formen nutzen Meinungsmacher und Medienschaffende auch dramatische und dramaturgische Elemente als Formatvorlagen.« (47) Vor allem die obersten Repräsentanten in Politik und Wirtschaft würden buchstäblich in Szene gesetzt und als »Entscheider« und »Macher« inszeniert. Doch »wer weit aufsteigt, kann umso tiefer, tragischer fallen« (53), warnt Esders und ergänzt: »Im Medienzeitalter haben die Verfehlungen, die zum Sturz des Helden führen, meist die Form eines Skandals. Der Skandal führt zum Umschlag, zur Peripetie und letztlich zur Katastrophe. Er hat nicht nur eine wichtige dramaturgische Funktion, er ist auch Affekt-Katalysator und zählt somit zu den entscheidenden Ingredienzien der Empörungskommunikation« (53) – man denke nur an den Aufstieg und Fall des ehemaligen Vorstandsvorsitzenden der Deutschen Post, Klaus Zumwinkel.

Weitere vier Kapitel folgen (»Kampf der Pointen oder der Aphorismus im politischen Marketing«, »Bilderbuch der Gemeinplätze oder die Inflation des Emblematischen«, »Es werde TWINGO oder die Enteignung des schöpferischen Wortes« und »Mythen-Management oder Marketing als regressive Partikularpoesie«), bevor Esders im achten und letzten Kapitel (»Die Wiederaneignung der Poesie oder die uninformierte Erfahrung«) auf die Frage eingeht, welche Chance die Literatur eigentlich hat, sich gegen die Enteignung ihrer ästhetischen Mittel zu wehren und verlorenes Terrain zurückzuerobern. Esders merkt an, dass eine Antwort hier nur angedeutet werden könne. Notwendig sei, so der Autor, sich »auf das Eigenste, auf den Eigensinn der Poesie« (111) zu besinnen und sich auf die Suche zu begeben nach einem »Erzählen abseits von Geschichtenindustrie und Storytelling, das Sinnerwartungen unterläuft, anstatt ihnen in vorauseilendem Gehorsam zu entsprechen. Erst dort, wo sie die ›Frames‹ und Sinnschablonen

aufbricht und unterläuft, kann Literatur zur Stimme einer unformatierten Erfahrung werden.« (111)

Exemplarisch lasse sich das am Film zeigen: »Auch das Kino kann den Hunger nach Storys nur dort stillen, wo das Genre Film bewusst unter seinen narrativen Möglichkeiten bleibt. Unter den Möglichkeiten, die etwa *Citizen Kane* (1941) von Orson Welles auslötet.« (113) Dieser Film, erklärt Esders, unterwerfe das Format Biographie einer radikalen Kontextualisierung und berühre sich darin mit den Tendenzen des Romans der klassischen Moderne. Diese narrative Mehrdeutigkeit empfinde das Publikum jedoch als Zumutung, deshalb sei *Citizen Kane* zu seiner Zeit auch ein kommerzieller Flop gewesen. »Die Menschen verlangten und verlangen nach konsumierbaren Storys. Konventionelle Erzählformen fungieren als Kitt, sie halten zusammen, was nicht zusammenpasst.« (113–114) Und genau in der Verweigerung dieser Konventionalität liegen die Chancen der Literatur begründet.

- Ewert, Michael; Riedner, Renate; Schiedermair, Simone (Hrsg.): **Deutsch als Fremdsprache und Literaturwissenschaft. Zugriffe, Themenfelder, Perspektiven.** München: iudicium, 2011. – ISBN 987-3-86205-093-2. 193 Seiten, € 40,00

(Miriam Houska, Wien)

Die Frage, welche Rolle Literatur(-wissenschaft) in Deutsch als Fremdsprache spielt, gehört – unabhängig von der jeweils vertretenen Position – zu den Klassikern des Faches. Aber auch (oder gerade) Klassiker müssen sich unter veränderten Umständen bewähren oder gar neu erfinden. So macht vor dem Hintergrund von Migrationsbewegungen, Globalisierung, Standardisierung und Kompetenzorientierung, aber auch von Defiziten innerhalb und zwischen den Disziplinen eine Bestandsaufnahme gegenwärtig Sinn, um von ihr ausgehend neue Zugriffe, Themenfelder und Perspektiven zu erschließen – so geschehen im vorliegenden Sammelband, der die Beiträge zur gleichnamigen Tagung in München vom 25. bis 27. Februar 2011 dokumentiert. Ziel der HerausgeberInnen ist die »Wiederaufnahme einer auf theoretische Innovationen zielenden Diskussion über die Rolle der Literatur(-wissenschaft) im Fach Deutsch als Fremdsprache« (7).

Heterogenität erweist sich als ein Qualitätskriterium dieses Tagungsbandes – der Bogen spannt sich von theoretischen Reflexionen bis hin zu konkreten didaktischen Konzepten und berücksichtigt auch – ausgehend von einem erweiterten Textbegriff – den Aspekt der Medialität. Wie verschieden die einzelnen Beiträge auch sein mögen: Ein zweites Qualitätskriterium ist deren Homogenität. Als roter Faden bewähren sich die in der Einführung genannten Leitbegriffe Literarizität, Diskursivität und Medialität auf der Basis eines nicht-essentialistischen Kulturbegriffs.