

Dorothea Walzer

Ubiquitäres Publizieren. Zur Theorie und Geschichte des Selbstveröffentlichens

<https://doi.org/10.1515/jlt-2023-2002>

Abstract: The article argues that today publishing is no longer solely an institutionally bound professional practice of so-called gatekeepers. Through self-publishing via digital infrastructures, it has become a format of action for both amateurs and professional authors alike. The widespread possibilities of self-publishing arise, on the one hand, from the establishment of self-publishing platforms such as Kindle Direct Publishing, Lulu or Wattpad, the acceptance of which has increased significantly due to the development and successful marketing of reading apps such as Kindle or iPad. On the other hand, they arise from the omnipresent possibilities of interactive online media, i. e. through self-publishing on social media platforms such as Twitter, Facebook, Instagram, etc. Both forms of self-publishing are part of what has been referred to as the ›appification‹ and ›platformization‹ of knowledge economies. The determination of the relationship between publishing and posting remains a gap in self-publishing research, which this article seeks to address. The article defines ›ubiquitous publishing‹ as the sum of self-publishing practices that are situated within a continuum of publishing and posting and give rise to hybrid publication models. The concept of ubiquitous publishing is to be determined from the coexistence and linkage of everyday and professional self-publishing practices. The goal is to understand ubiquitous publishing as a platform-based modeling of self-publication that competes alongside institutionalized publishing landscapes, shapes them, and questions them. With the multiplication of self-publishing, an intertwining of literary production with its infrastructural conditions, of literature and its mediation, takes place.

In the first section, the text argues that self-publishing is an everyday competency or literacy, and that it is accompanied by new forms of professionalization and legitimization. The historical classification of self-publishing within the service economy is considered in the second section. This reveals a dependence of professional self-publishers on the audience's needs, mediated by the market. New procedures for generating resonance and increasing publication frequency result from this dependence. Analyzing the self-publishing and subscription project *Der Deutsche Merkur* by Christoph Martin Wieland in the second section shows that

Kontaktperson: Dorothea Walzer: Ruhr-Universität Bochum, Germanistisches Institut,
E-Mail: dorothea.walzer@rub.de

these procedures were already essential for self-published journals in the late 18th and early 19th centuries. Through constellation with Rupi Kaur's Instapoesie in the fourth section, common determining aspects of self-publishing emerge despite fundamental media-historical differences between analog and digital self-publishing. These include, above all, the procedures of serialization and (self-) commentary as well as the addressing of the audience. All of these procedures generate feedback between author and audience and allow mediation to become a constitutive component of the literary text. Against this background, self-publishing within digital infrastructures appears as a generally accessible social practice based on the socio-technical mechanisms of filtering and amplification. New procedures and standards for legitimizing literature and the literary are established.

The article concludes that the concept of ubiquitous publishing is a significant aspect of the current state of self-publishing. It demonstrates the intertwining of literary production with its infrastructural conditions and reveals new forms of professionalization and legitimization. And it shows that self-published literature is always literature in mediation. The article contributes to the ongoing debate on the definition and understanding of self-publishing.

Schlagworte: Selbstveröffentlichung, ubiquitäres Publizieren, digitale Infrastrukturen, Professionalisierung, literarische Produktion

Heute erscheint das Publizieren nicht mehr allein als institutionell gebundene professionelle Praxis sogenannter Gatekeeper; in Gestalt des Selbstveröffentlichens mittels digitaler Infrastrukturen ist es zum Handlungsformat von Lai:innen und professionellen Autor:innen geworden. Allumfassende Möglichkeiten der Selbstveröffentlichung ergeben sich einerseits aus der Durchsetzung von Selfpublishingplattformen wie Kindle Direct Publishing, Lulu oder Wattpad, deren Akzeptanz durch die Entwicklung und erfolgreiche Vermarktung von Lese-Apps wie des Kindle oder des iPad sprunghaft wuchs (vgl. Fischer/Vogel 2013). Sie ergeben sich andererseits aus den omnipräsenten Möglichkeiten interaktiver Online-Medien, also durch das Selbstveröffentlichen auf Social-Media-Plattformen wie Twitter, Facebook, Instagram etc. Beide Formen des Selbstveröffentlichens stehen im Kontext dessen, was als »Appification« (vgl. Morris/Murray 2018) und »Platfor-mization« (vgl. Van Dijck 2021; Helmond 2015a; Helmond 2015b) von Wissensökonomien bezeichnet worden ist. Obwohl sich das buchförmige Publizieren und das Content Publishing, wie Michael Bhaskar in seiner Studie *The Content Machine* bemerkt hat, weder analytisch noch praktisch voneinander trennen lassen (vgl. Bhaskar 2013, 26), stellt die Bestimmung des Verhältnisses zwischen Publishing

und Posting bis heute eine Leerstelle der Selfpublishing-Forschung dar, der sich dieser Artikel zuwendet.

Ich möchte das ubiquitäre Publizieren im Folgenden als Summe der Praktiken des Selbstveröffentlichens verstehen, die innerhalb eines Kontinuums von Publishing und Posting angesiedelt sind und hybride Publikationsmodelle entstehen lassen (vgl. Walzer 2023). Aus einer praxistheoretischen Perspektive, die hier mithilfe aktueller Ansätze der Publishing Theory¹ geschärft werden soll und die im Plädoyer für eine funktionale Neubestimmung des Publizierens mündet, ergibt sich die synonyme Verwendung der Begriffe des Selbstveröffentlichens, des Selbstpublizierens und des Selfpublishings.² Heute stellt sich die Selbstpublikation, wie ich in diesem Aufsatz argumentiere, als alltägliche Gebrauchsform literarischer Texte, als sogenannte Literacy dar. Innerhalb digitaler Infrastrukturen wird sie als verallgemeinerte Kompetenz zur sozio-technischen Bedingung literarischen Schaffens.³ Gleichzeitig geht sie, wie zu zeigen sein wird, mit neuen Formen der Professionalisierung einher und wird begleitet von neuen Verfahren der Legitimierung. In diesem Aufsatz wird es folglich darum gehen, das Konzept des ›ubiquitären Publizierens‹ aus der Koexistenz und Verknüpfung alltäglicher und professioneller Praktiken des Selbstveröffentlichens heraus zu bestimmen. Ziel ist es, das ubiquitäre Publizieren als plattformbasierte Modellierung der Selbstpublikation zu begreifen, die heute als Äquivalent einer ›ubiquitären Literatur‹ (Schulze 2020) konkurrierend neben die institutionalisierte Publikationslandschaft tritt, diese überformt und in Frage stellt (vgl. Fischer/Vogel 2013; Amlinger 2021). Dabei gehe ich der These nach, dass sich mit der Vervielfältigung des Selbstveröffentlichens eine Verschränkung der literarischen Produktion mit ihren infrastrukturellen Bedingungen, von Literatur und ihrer Vermittlung vollzieht, die bereits für analoge Selbstpublikationsprojekte

1 Michael Bhaskars Studie *The Content Machine* ist der erste konsequente Versuch, eine Theorie des Publizierens zu entwerfen, die der Transformation von Publikationsmedien und -akten durch die Ausweitung digitaler Infrastrukturen Rechnung trägt. In seiner 2013 erschienenen Studie, auf die ich später zurückkomme, unterstreicht Bhaskar die Notwendigkeit, die Publishing Theory zur Überprüfung literaturtheoretischer Begriffe heranzuziehen: »Literary theory needs publishing theory« (Bhaskar 2013).

2 Durch die hier vorgeschlagene praxistheoretische Perspektive wird die Festlegung des Publikationsbegriffs auf das Medium bzw. das Printerzeugnis oder Digitalmedium ebenso fragwürdig wie die Bindung der Veröffentlichung an die Zustimmung des Urhebers wie sie im deutschen Urheberrecht formuliert wird. In Anlehnung an Georg Stanitzeks und Gesa Frömmings Vorschlag, performanz- und praxistheoretische Ansätze zur Aktualisierung des Öffentlichkeitsbegriffs heranzuziehen und nach der »Herstellung von Öffentlichkeit« (Frömming/Stanzitek 2020) zu fragen, gilt es, die Analyse der »Medien öffentlicher Rede« (Walzer 2020) durch die Frage nach den Praktiken des (Selbst-)Veröffentlichens zu erweitern.

3 Zum produktiven Charakter des Reproduzierens/Publizierens vgl. Gilbert 2016, 18–20.

maßgeblich ist. Sie gilt es konsequenterweise in den begrifflichen Bestimmungen des Publizierens sowie des Literarischen zu berücksichtigen.⁴

Ausgehend von der im ersten Abschnitt vorgenommenen Definition des Selbstveröffentlichens als einer alltäglichen Kompetenz oder Literacy wird im zweiten Abschnitt die historische Einordnung des Selbstpublizierens innerhalb der Dienstleistungsgesellschaft angestrengt. Dabei wird eine durch den Markt vermittelte Abhängigkeit professioneller Selfpublisher:innen von den Publikumsbedürfnissen sichtbar. Aus ihr resultieren, wie in der darauffolgenden Abhandlung zu zeigen sein wird, neue Verfahren der Resonanzzeugung und die Steigerung der Publikationsfrequenz.⁵ Dass diese Verfahren bereits in der Journalliteratur des späten 18. und frühen 19. Jahrhunderts griffen und bereits für die Selfpublisher:innen der ersten Generation unverzichtbar waren, erweist sich in der Analyse des journalliterarischen Selbstverlags- und Subskriptionsprojekts *Der Teutsche Merkur* von Christoph Martin Wieland. Durch die Konstellation von Wielands journalliterarischem Selbstpublikationsprojekt und dem *instapoetischen* Selbstverlagsprojekt von Rupi Kaur im vierten Abschnitt treten trotz grundlegender medienhistorischer Differenzen zwischen analogem und digitalem Selbstpublizieren beiden gemeinsame bestimmende Aspekte der Selbstveröffentlichung hervor. Dazu gehören vor allem die Verfahren der Serialisierung und der (Selbst-)Kommentierung sowie die Adressierung des Publikums, welche Rückkoppelungen zwischen Autor:in und Publikum erzeugen und die Vermittlung zum konstitutiven Bestandteil des literarischen Textes werden lassen. Während die Frage, wie die genannten Verfahren vom Analogen ins Digitale einwandern, gesonderten Analysen vorbehalten bleiben muss, eröffnet gerade die Fremdheit der beiden Selbstpublikationsszenen⁶ den

4 Die Analyse der Selbstveröffentlichung lässt es geboten erscheinen, die praxistheoretische Perspektive (siehe Anm. 2) um den analytischen Fokus auf Infrastrukturen zu erweitern. Aufzunehmen ist in diesem Zusammenhang Erhart Schüttpelz' These, die Genealogie der digitalen vernetzten Medien sei erst dann historisch plausibel und analytisch stringent formulierbar, »wenn infrastrukturelle Medien und öffentliche Medien gemeinsam historisiert werden« (Schüttpelz 2016, 15).

5 Ein erheblicher Teil der Erzählliteratur des 18. und 19. Jahrhunderts in Deutschland erschien, wie Forschungen zur Journalliteratur belegen, in serialisierter Form (vgl. Kaminski/Ramtko/Zelle 2014). Welch enorme Bedeutung das serialisierte Erscheinen in der australischen und englischen Literatur der 1860er bis 1880er Jahre spielte, erläutern Bode 2012, 34–40, und Brake 2001, 27–51.

6 Mit dem Begriff der Selbstpublikationsszene verbinde ich die Frage nach den Praktiken, Verfahren und Epistemen des Selbstpublizierens. Ich beziehe mich dabei auf Carolin Amlingers Begriff der Publikationsszene. In Anlehnung an Rüdiger Campes Modell der Schreibszenen versteht Amlinger die Publikationsszene als »Ensemble überdeterminierender Faktoren: der Ökonomie der Produktion, den Medien der Vermittlung, dem sozialen System der Institution und den affektiv besetzten persönlichen Bindungen« (Amlinger 2021, 526). Anders als Amlinger, die mit ihrer Literatursoziologischen Interpretation der Schreibszenen den »Einfluss der Publikationsszene auf

Blick auf die beiden Projekten gemeinsame Bedeutung der Vermittlungen für die Literatur und das Literarische.

1 Publizieren als alltägliche ›Literacy Practice‹

Neuere literaturwissenschaftliche Studien über das Selfpublishing unterstreichen die Konsequenzen digitaler Publikationsformate für die Gesamtheit des literarischen Feldes, seine Genres und Schreibweisen, seine Maßstäbe und Begriffe.⁷ Das beginnt bereits mit der Frage, ob ein erweiterter Begriff von Autorschaft und womöglich auch von Literatur notwendig ist, da das Selbstpublizieren in den Alltag der Vielen eindringt und nicht nur von professionellen Autor:innen, sondern auch Lai:innen zur Verfertigung von Texten genutzt wird. So hat Timothy Laquintano in seinem Band mit dem Titel *Mass Authorship and the Rise of Selfpublishing* eindrücklich die Verallgemeinerung von Autorschaft beschrieben, die einsetzt, sobald digitale Infrastrukturen es erlauben, mit den digitalen Werkzeugen des täglichen Gebrauchs, ohne Rücksicht auf Gatekeeper und ohne größere finanzielle Investitionen auf Selfpublishingplattformen ein eigenes Buch zu veröffentlichen. Unter Bezug auf Clay Shirky, der Literacy in seinem Band *Here comes Everybody* als einen »process of mass amateurization« (Shirky 2008, 79) verstanden hatte, spitzt Laquintano das Nachdenken über alltägliche Praktiken des Publizierens auf die Frage nach neuen Formen von Literacy zu, wenn er schreibt:

den Schreibprozess rekonstruieren« will (ebd., 550), möchte ich die Publikationsszene nicht allein als determinierende Produktionsbedingung des Schreibens verstehen, sondern fragen, welche Praktiken, Verfahren und Episteme sich innerhalb des paradoxen Verhältnisses herausbilden, das zwischen der Abhängigkeit von digitalen Infrastrukturen und neu erworbenen Freiheitsgraden von Selfpublisher:innen entsteht.

7 Das Publizieren nicht nur als institutionalisierte Reproduktionsbedingung, sondern als produktive Kapazität von Autor:innen und Leser:innen zu begreifen, ist bis heute unüblich, wie das Fehlen des Publikationsbegriffs in literaturwissenschaftlichen und –historischen Lexika aber auch die weitgehende Ausblendung des Selfpublishings innerhalb der literaturwissenschaftlichen Disziplin belegt. Als infrastrukturelle Bedingung wird das Publizieren in den Bereich der buchwissenschaftlichen Zuständigkeit verwiesen, in buchwissenschaftlichen Lexika und Abhandlungen über die Geschichte des deutschen Buchhandels (Wittmann 2011) behandelt, mitunter auch im Kontext institutionenkritischer Ansätze diskutiert. Ein Wandel vollzieht sich in literaturwissenschaftlichen Studien der jüngeren Zeit wie MarkMc Gurls *Everything and Less. Literature in the Age of Amazon* oder im Rahmen von Carolin Amlingers Überblickstudie *Schreiben* (vgl. McGurl 2021; Amlinger 2021).

I construe *publishing as a literacy practice*, an umbrella that indicates the sociocultural activity that develops under conditions in which ordinary people have the ability to publish their writing using digital infrastructures. In this process, issues formerly relegated to book-culture professionals become infused into everyday experience in mundane (and exceptional) ways. (Laquintano 2016, 9)

Anstatt von der Ubiquität des digitalen Selbstveröffentlichens auf das Verschwinden professioneller Autorschaftspraktiken und -konzepte zu schließen, geht Laquintano der Koexistenz und der Verbindung von alltäglichen und professionellen Publikationspraktiken nach: »publishing as a literacy practice and publishing as a professional field can coexist and have multiple points of contact« (ebd., 12). Laquintano leitet aus dieser Verknüpfung von allgemeiner Kompetenz (Literacy) und professioneller Publikationspraxis die Emergenz konkurrierender und sich komplementierender Modelle des Veröffentlichens ab: »these multiple models force us to consider publishing both as a professional practice and as a literacy practice accessible to everyday people, creating multiple zones of activity that will continue to interact in blended ways with points of symbiosis and antagonism« (ebd., 6, 7).

Um die ubiquitären Selbstveröffentlichungspraktiken in den Blick zu nehmen, die den von digitalen Infrastrukturen geprägten Alltag der Massen durchziehen, ist die Genealogie des Literacy-Konzepts, insbesondere seine Festlegung auf den Gebrauchsaspekt und seine soziale Dimension weiterführend. Verdienst der in den 1980er Jahren begründeten New Literacy Studies war es, die soziale Dimension einer allgemeinen Lese- und Schreibqualifikation hervorgekehrt zu haben, die seit Richard Hoggarts einschlägiger Studie über die »Uses of Literacy« (Hoggart 1957) als Kompetenz Einzelner interpretiert worden war (vgl. Barton/Hamilton 2000, 13). In Abgrenzung zu kognitiven Ansätzen wurde Literacy nunmehr als ein nicht nur mentales, sondern soziokulturelles Phänomen begriffen, welches aus den Kontexten und Praktiken des alltäglichen Lebens heraus zu verstehen war: aus dem Gebrauch der Sprache, dem Handeln und der Interaktion, aus dem Wissen, der Bewertung und dem Glauben sowie dem Gebrauch von Werkzeugen und Technologien heraus (vgl. Gee 2015, 35, 36). Mit »literacy practices« waren von nun an alltägliche Gebrauchsformen von Text und Literatur gemeint – »the ways in which people use written language in their everyday lives« (Edwards 2012, 1–10) –, die zugleich soziale Prozesse der Interaktion darstellten: »literacy is best understood as a set of social practices; these are observable in events which are mediated by written texts« (Barton/Hamilton 2000, 7). Diese Argumentation lief darauf hinaus, den Wert von Literatur aus ihrem Gebrauchswert innerhalb des alltäglichen Lebens abzuleiten und dem Gebrauch einen sozialen Index zu verleihen. »In this framework the book has no value except when understood in the systems

of human activity that give it meaning«, erklärt Laquintano und verweist auf die unscheinbaren und profanen Gesten und Handlungen, »the incredibly minute and mundane interactions« (Laquintano 2016, 13), die den Umgang von Leser:innen und Autor:innen mit dem Text ausmachen. Erklärtes Ziel ist es, zu verstehen, »how and why people engage in publishing as a literate practice that provides meaning in their lives« (ebd., 14). Die so definierten »literacy practices« gehörten unterschiedlichen gesellschaftlichen Sphären oder »discourse communities« an, sogenannten »activity systems«⁸ von Arbeitsplatz, Universität, Zuhause, Schule etc., und ließen sich primär im Rahmen von »everyday literacy events«, bspw. der Lesung, objektivieren (vgl. ebd., 11; Street 1993a, 83). Ihnen waren, wie insbesondere Brian Vincent Street herausgearbeitet hat, Werte, Haltungen, Gefühle und soziale Beziehungen inhärent (Street 1993b, 12).⁹ In spezifisch historischen sozialen und kulturellen Kontexten angesiedelt, waren solche Praktiken so umstritten wie ideologisch durchdrungen (Street 1993a, 82).

Im Zuge der Digitalisierung wurde die Frage nach *Literacy* in diejenige nach *Literacies* konvertiert: Die New Literacies Studies begannen um die Jahrtausendwende Typen von Literacy zu analysieren, die über die Druck-Literacy hinaus insbesondere digitale Literacies und im Rahmen der Populärkultur entstandene Literacies umfassten. Es ging also um den Gebrauch von »digital tools within different sorts of sociocultural practices« (Gee 2015, 44). Die bereits Ende der 1990er Jahre formulierte These, derzufolge Akte des Lesens und Schreibens nicht die einzigen Möglichkeiten darstellen, Texten Bedeutung zuzuschreiben (Barton/Hamilton 2000, 13), wurde nun durch die Analyse visueller, oraler, dynamischer und interaktiver Medien der Wissenserzeugung innerhalb digitaler Netzwerke greifbar (vgl. Barton/Hamilton 1998; McPherson 2009, 120). Die Vielzahl hybrider digitaler Publikationsformate als »literacy practices« zu verstehen, erforderte dabei, von der Analyse klar abgegrenzter, disziplinär gebundener Diskursgemeinschaften zur Frage nach

8 Um zu verstehen, welchen Status die von Laquintano so bezeichneten »Aktivitätszonen« haben, ist Paul Priors Begriff der »literate activity« weiterführend, der eine widersprüchliche soziale Handlungsweise beschreibt – »mediated, situated, and dispersed, fundamentally dialogic and heterochronic« (Prior 2015, 189). Prior zufolge ist diese Aktivität nicht auf das Lesen und Schreiben beschränkt. Sie meint die kulturelle Aneignung von Textualität, also den Umgang oder Gebrauch von Text und Literatur, der zielgerichtet, verkörpert und distribuiert in sich überlappenden »activity systems« (Prior 1998, 3–13) operiert und sich aus unterschiedlichen Medien (Bildschirme, Bücher, Papier), Genres, Kommunikationsmodi (mündlich, schriftlich, visuell, gestisch etc.), Akteuren (menschlich, nichtmenschlich), Technologien und Materialien zusammensetzt.

9 Dies impliziert auch, dass der Wert des Textes kontextsensitiv und situiert ist: Er hängt von der sozial ausgehandelten Bedeutung ab, die ihm innerhalb bestimmter Communities von Lesern und Schreibern und der darin etablierten kommunikativen Maßstäbe zugemessen wird, so variabel und umkämpft diese auch sein mögen (vgl. Street 1993b, 16).

wechselnden, in Aushandlung befindlichen, umkämpften und hybriden sozialen Identitäten und Positionierungen zu kommen (vgl. Gee 2015, 45).¹⁰

Mit seinen Überlegungen zum »publishing as literacy practice« erweitert Laquintano die Thesen der New Literacies Studies entscheidend, indem er einen epistemischen Wandel von einer »reading-based literacy« hin zu einer »writing-based literacy« konstatiert, »in which more people orient to the world as writers and develop work-related writing competencies« (Laquintano 2016, 34). Seit seiner Prägung war das Konzept der Literacy, wie Deborah Brandt in *The Rise of Writing. Redefining Mass Literacy* beschrieben hatte, als Lesekompetenz interpretiert worden. Hintergrund war die Jahrhunderte währende Dominanz des Lesens über das Schreiben, die aus dem Umstand resultierte, dass dem Lesen als einer in Kirche und Schule eingeübten Disziplinartechnologie eine sozialisierende und integrative Funktion in der bürgerlichen Gesellschaft zukam (Brandt 2014, 163). Das zeitgleich in den Bereich der Arbeit, der Produktion und des Praktischen verbannte Schreiben erfuhr jedoch, wie Brandt argumentiert, im Zuge von Informatisierung und Digitalisierung eine Aufwertung, wenngleich es, regulatorisch auf die schlecht geschützte zivilrechtliche Sphäre festgelegt, auf einem prekären Fundament beruhte: »When people write for pay, they write at the will and under the control of the employer, and their skills and experience as writers belong among the assets of their organizations. That so much writing literacy is trained on these endeavors gives mass writing a weak civic tradition« (ebd.). Massenautorschaft, die sich dieser Darstellung nach zunächst als Kompetenzanforderung im Rahmen einer zunehmend von Wissensarbeit geprägten Produktionsweise durchsetzt, erweitert die Lese- um eine Schreibfunktion: Medientechnisches Äquivalent der neuen writing-basierten Literacy ist die Überformung des »read-only« Mediums Buch durch digitale »read-write-media« (Laquintano 2016, 20). Allgemein zugänglich, verwandeln diese Lese-Schreib-Medien potenziell jeden Leseakt durch Kommentierungs- und Sharing-funktionen, durch Laienrezensionen und Chat-Diskussionen in einen Schreib- und Publikationsakt.

Ihren Einsatz haben die Literacy Studies, wie oben bereits ausgeführt, in der Auseinandersetzung mit den Gebrauchsformen von Literatur, die als soziales Vermögen bestimmt werden. Der damit verbundene Vorschlag, den Wert von Literatur aus ihrem Gebrauchswert innerhalb des alltäglichen Lebens abzuleiten, legt die Frage nach einem erweiterten Literaturbegriff nah: Liefße sich hieraus eine Definition von Literatur gewinnen, die Literatur als Gebrauchsform von Texten aller

¹⁰ Es liefße sich fragen, ob die von Moritz Baßler in Anlehnung an Jochen Venus als »Stilgemeinschaften« kritisierten Fan- oder Bezugsgruppen, die sogenannten »Bubbles«, als solchermaßen hybride Aktivitätszonen gelten können (vgl. Baßler 2021, 136; Venus 2013, 67)

Art bezeichnet, und sich durch spezifische Vermittlungsweisen auszeichnet?¹¹ Ob und inwiefern eine definitorische Ausweitung solcher Art sinnvoll ist, wird sich durch die in den folgenden Abschnitten diskutierte Frage klären lassen, wie sich auf der Grundlage einer Verallgemeinerung alltäglicher Praktiken des Postens und Publizierens (*literacy practices*) professionelle Praktiken des Selbstveröffentlichens (*literary practices*) herausbilden können.

2 Selfpublishing als ›Service and Leisure‹

In seinem aktuellen Band *Everything and Less. The Novel in the Age of Amazon* (2021) hat sich Mark McGurl mit der Transformation der Literatur und des Literarischen befasst, die sich aus der wachsenden Bedeutung von Selfpublishing-Plattformen innerhalb des Literaturbetriebs ergibt. Indem McGurl das vom Plattformbetreiber Amazon dominierte Selfpublishingsegment aus den kommunikativen Dynamiken des Informations- und Dienstleistungsbetriebs heraus erklärt, weist er einen Weg, um sich jenen Verfahren anzunähern, die den Nexus zwischen alltäglichen und professionellen Praktiken des Selbstveröffentlichens herstellen und konsolidieren.

An der Geschichte des Informationsdienstleisters Amazon zeigt McGurl auf, wie ein schier unglaublicher Innovationsdruck, der durch die Monopolisierung und damit einhergehende Kapitalakkumulation ungekannten Ausmaßes möglich wird, die Produktionsbedingungen und mit ihnen die Regeln und Wertungen des literarischen Feldes infrage stellt (vgl. McGurl 2021, 33–74; vgl. auch Fischer/Vogel 2013; Richter 2016). Mit dem Aufbau der Online-Verkaufsplattform für Bücher Amazon im Jahr 1995, die ihr Gründer und CEO Jeff Bezos als »Earth's Biggest Bookstore« und später als »Everything Store« bewirbt, und mit der sukzessiven Übernahme der Gebrauchtbuchplattformen Abebooks und ZVAB beginnt die Geschichte des Publishing-Dienstleisters Amazon. Doch erst mit der Einführung des Kindle E-Readers und seiner bald marktführenden Selbstpublikationsplattform Kindle Direct Publishing (KDP), die mit der Print-on-Demand-Plattform CreateSpace gekoppelt ist, wird das Unternehmen Amazon den Rahmen eines neuen Publikationsregimes setzen, das es durch den Erwerb von Social-Media-Plattformen wie Goodreads oder Audible.com und die Gründung von sechzehn mehr oder weniger konventionellen Publishing Imprints ausbauen wird (vgl. McGurl 2021, 37). Im Zentrum der von Amazon ausgehenden Transformation des Publikationswesens steht demnach ein Selfpublishingsegment, das dem Dienstleistungsethos des Amazon-Gründers

¹¹ Dank an Hanna Engelmeier für diesen weiterführenden Gedanken zu einem erweiterten Literaturbegriff. Vgl. dazu auch Gilbert 2018, 28.

gemäß von der Arbeit an Gefühlen und Bedürfnissen getrieben ist. Die Bedürfnisse des Publikums abzufragen und auf sie einzugehen, ist für Selfpublisher:innen deswegen so zentral, weil sie als »Unternehmer ihrer Selbst« das gesamte Risiko ihres Unternehmens tragen (vgl. Bröckling/Krasmann/Lemke 2000). Praktisch bedeutet dies, dass Selfpublisher:innen als unabhängige Agent:innen alle Kompetenzen auf sich vereinen, die sich vorher auf Autor:in und Verlagshaus aufteilten. Sie konzipieren und schreiben ihre Romane, müssen sie gleichzeitig jedoch lektorieren, designen, vermitteln, promoten und vertreiben, weil sie Autor:in und Herausgeber:in in ein und demselben Zuge sind. Für Erfolg oder Misserfolg ihres Projekts übernehmen sie die alleinige Verantwortung. Autor:innen sind hier zu »*Autorpreneur[en]*« (Amlinger 2021, 304) geworden, die mit jeder ästhetischen Entscheidung immer auch eine marktstrategische Entscheidung zu treffen haben. Den Autoren als Dienern und Dienstleistern (McGurl 2021, 44) stehen dabei Konsumenten gegenüber, die sich als Kunden lesend und schreibend der Beziehungspflege und der Selbstverwirklichung verpflichten und die Banalität ubiquitären Publizierens, das in ihrem Arbeitsleben nur ein ungeliebter Job ist, im Sinne des Kindle Direct Publishing-Ideals in »mass self-expression« und »quality time« umdeuten (ebd., 60, 61).

Amazons Betriebsmodell ist die Befriedigung von Konsumentenbedürfnissen, die vermessen und stimuliert werden müssen. Zwei grundlegende Mechanismen stehen dafür zu Verfügung: Erstens die von McGurl in den Mittelpunkt seiner Überlegungen gestellte Herausbildung von Genreliteraturen, die nicht mehr der regelpoetischen Normierung des Schreibens, sondern der Segmentierung des Markts und der Differenzierung der Produktpalette dienen: »it implies the existence of an audience ready to be pleased again and again within the terms of an implicit contract« (ebd., 52).¹² Zweitens die in diesem Artikel diskutierte Erhöhung der Publikationsfrequenz, der McGurl keine Bedeutung schenkt. Während der Genrespezifik gewissermaßen die Funktion der Voreinstellung zukommt, arbeitet die fortlaufende Adressierung des Publikums, die Aufmerksamkeit steigert und Feedback

12 Der Roman ist, wie McGurl es formuliert, ein »existential scaling device« oder »sorting mechanism«, welcher der Ausdifferenzierung immer weiterer Subspezies wie des Highschool-zentrierten Vampir-Romans oder der Billionärs-Romanze dient (McGurl 2021, XVII; 193). Je wiedererkennbarer und typisierter Motive, Plots und Figuren sind, je ähnlicher ein Roman seinem Prototyp ist, je mehr er sich dem erfolgreichen Modellen des entsprechenden Genres angleicht, desto mehr kann er die Lektüreerwartung einer spezifischen Community treffen und die gemeinsame Verständigung über den Gegenstand befördern: »Success, and even a highly qualified version of originality, in this system are the results of effective variation and permutation within established generic structures« (ebd., 52). In diesem Sinne muss auch die literary fiction, »the genre that likes to think of itself as non-generic«, letztlich als eine Teilmenge der Genrefiction verstanden werden: literary fiction ist dann nicht mehr und nicht weniger »as one genre among others« (ebd., XIX), wie McGurl es provokativ formuliert: ein, wenn man so will, bildungsbürgerliches Vergnügungsprojekt.

erzeugt, der Feinstimmung des Verhältnisses von Autor:innen und Leser:innen, von Dienstleister:innen und Kund:innen zu. Serialisierung ist, wie Nick Levy mit der Bezeichnung des Selfpublishings als »post-press literature« (Levy 2016) argumentiert hat, der zentrale Mechanismus einer solchen Resonanzsteigerung im Bereich des digitalen Selbstveröffentlichens. Denn Serialisierung schafft eine enge Rückkoppelung in der Kommunikation zwischen Autor:innen und Publikum. Bereits das Zeitschriftenwesen des späten 18. und frühen 19. Jahrhunderts hatte mit dreibändigen Formaten, Zeitschriften-Serien und der monatlichen Veröffentlichung von Romankapiteln zur Erschließung neuer Käuferschichten Serialisierungsformate hervorgebracht (vgl. ebd., 11). Im Selfpublishingsegment lebt die Praxis der Herausgabe kürzerer Arbeiten und Romanausschnitte, die in regulären Abständen zum kleinen Preis veröffentlicht werden, Levys Darstellung zufolge wieder auf: »Many post-press novels are fulllength works in the range of 200–300 pages. But plenty of these are also first released in shorter, serialized chunks. For example, Weir’s *The Martian*, a sizeable 387 pages, was originally released chapter by chapter on the author’s website and serialized on Amazon before being collected in one volume« (ebd., 11). Serielle Publikationszyklen sind für das Selfpublishing in dreifacher Hinsicht entscheidend. Erstens, weil sie das Interesse des Publikums anregen und befriedigen, ohne das Begehren nach Neuem zum Abschluss kommen zu lassen. In Teilen veröffentlicht und mit funktionierenden Short Story Plots oder Cliffhangern versehen, wird der Roman »something more like a regularly updated feed, a series, or indeed series of series« (McGurl 2021, 88). Zweitens erzeugt die häppchenweise Herausgabe eines Romans im Prozess des Schreibens »immediate feedback« (ebd., 13) von Seiten des Publikums und ermöglicht es den Selfpublisher:innen, mit den gewonnenen Daten zu arbeiten, Erwartungen zu mobilisieren, sie zu bestätigen oder zu enttäuschen, den Text an die Leser:innenbedürfnisse anzupassen oder auch nicht. Hinzu kommt drittens, dass das serielle Veröffentlichen eine Preisgestaltung ermöglicht, die einen Kaufanreiz für Leser:innen schafft. Dies bedeutet, dass sich der Wert selbstpublizierter Literatur, ganz nach dem Motto »the best 99 cents I’ve ever spent«, nicht zuletzt über den finanziellen Anreiz bemisst. Auf Seiten der Autor:innen verschärft eine solche Preisgestaltung paradoxerweise den Druck zur Verkleinerung und Serialisierung nochmals, gilt es doch, jenes Einkommen zu maximieren, das unter den Bedingungen des Selfpublishings immer schwieriger zu erwirtschaften ist: »Fast Writers and Smart Shoppers« (Levy 2016, 7) sind zwei Seiten eines von Kompetitivität und monetärem Druck geprägten Literaturbetriebs. Wie erfolgreich Autoren das Publikumsinteresse stimulieren und aufrechterhalten, es dazu bringen, die eigenen Inhalte zu liken, zu kommentieren oder zu teilen, entscheidet letztlich auch über die algorithmisch gesteuerte Zumesung von Aufmerksamkeit auf der jeweiligen Plattform, womit Vielschreiberei zum *status quo* des Selfpublishing wird: »By all accounts, in order to take full advantage

of KDP's promotional algorithms, the ideal pace at which an author should publish a whole new novel is about once every three months« (ebd., 88).

Ein alternatives Modell der Selbstpublikation, das den ökonomischen Druck für Autor:innen teilweise reduziert, dabei aber ebenfalls auf Serialisierung und der konstanten Kommunikation mit dem Publikum basiert, sind subskriptionsbasierte Newsletter. Plattformen wie die 2013 gegründete Website Patreon oder der 2017 ins Leben gerufene Substack Newsletter schaffen dafür die Infrastruktur.¹³ Der Substack Newsletter bietet Publishing-, Zahlungs-, Analyse- und Design-Infrastruktur und wird überwiegend von unabhängigen Journalisten, von Medienunternehmen, Experten und Privatpersonen genutzt. Auf der Basis eines Subskriptionsmodells verspricht er, einen direkten Kommunikationskanal zwischen unabhängigen Autoren oder Podcastern und dem Publikum zu etablieren. Durch ein Abonnementsystem wird den Autor:innen somit unter Umgehung der traditionellen Zeitschriften und Verlage eine stabile finanzielle Basis gesichert. Hiermit entspricht der Substack Newsletter eher dem Modell jener frühen Selbstpublikationen, die anhand von Wielands journalliterarischem Selbstverlagsprojekt in dem nun folgenden Abschnitt behandelt werden.

3 Publikumskommunikation in Wielands Selbstverlagsprojekt *Der Teutsche Merkur*

Die Subskriptionsprojekte von Autoren wie Lessing, Klopstock oder Wieland eröffneten die »erste Blütezeit des *Selbstverlages*« (Wittmann 2011, 162; Berg 1966, 1389–1390) in Deutschland. Sie zeigen auf, dass der Wille, sich selbst zu verlegen, sein Werk zu vermitteln und in direktem Kontakt mit dem Publikum zu stehen, hohe Attraktivität besitzt, seit Autor:innen erstmals als freie Schriftsteller auf dem Markt in Erscheinung treten.¹⁴ Die Unabhängigkeit der Selbstverleger:innen war Ausdruck einer »Schriftstelleremanzipation« (vgl. Ungern-Sternberg 1974, 1252), die darauf zielte, das Verlagswesen als Mittler auszuschalten und vermeintlich unmittelbar mit dem Publikum zu kommunizieren. Dabei ging es den Autor:innen primär um eine durch Individualisierungsprozesse getriebene Autonomieforderung und den Willen, sowohl im ökonomischen als auch im juristischen Sinne über

¹³ Vgl. <https://substack.com/> (04.01.2023).

¹⁴ Lee Erickson hat in diesem Sinne argumentiert, dass Lesen und Schreiben in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts weniger ästhetisch autonom als vielmehr marktförmig sind: »materially and economically embedded in the reality of the publishing marketplace« (Erickson 1996, 8).

das eigene Werk zu verfügen.¹⁵ Zu diesem Zweck galt es, potentielle Leser anzusprechen, ihr Interesse zu wecken und ihr Vertrauen zu gewinnen. Denn sie waren es, die das Projekt zunächst per Subskription vorzufinanzieren und es nach der Veröffentlichung weiter zu befördern, für seine Zirkulation und Verbreitung zu sorgen hatten; sie ähnelten also den Abonnenten und Followern der Jetztzeit.

Mit dem Publikum Kontakt aufzunehmen, gelang einigen Autor:innen weniger gut als anderen, wie die Gegenüberstellung des Selfpublishings bei Klopstock und Wieland zeigt. Klopstock hatte es mit Bravour vermocht, die Erwartungen der Zuschauer zur Finanzierung seiner *Deutschen Gelehrtenrepublik* (1774) zu mobilisieren. Indem er einen beachtlichen Kreis von Beförderern, Kollekteuren und Subskribenten aufbaute, konnte er seinen Band unter Umgehung des regulären Buchhandels veröffentlichen. Mit dem schwer verständlichen Werk enttäuschte er das Publikum dann aber so herb, dass seine Selbstpublikation zum abschreckenden Beispiel für nachfolgende Generationen von Autor:innen wurde (vgl. Pape 1970; Ungern-Sternberg 1974; Wittmann 2011, 151–155). Wieland hingegen, wusste den Kardinalfehler Klopstocks zu vermeiden, der in der mangelnden Rückbindung seines Vorhabens an das Publikumsinteresse gelegen hatte. Seinerseits resigniert von dem scheiternden Versuch eines monografischen Selbstverlags- und Pränumerationsprojekts, des *Agathon* (vgl. Ungern-Sternberg 1974, 1435–1451), konnte er seine selbstveröffentlichte Zeitschrift *Der Teutsche Merkur* zwischen 1773 und 1810 zeitweise zu einem der auflagenstärksten und einflussreichsten Blätter machen. Der Erfolg seines journalliterarischen Selbstpublikationsprojekts erklärt sich aus dem Umstand, dass es Wieland im Gegensatz Klopstock gelang, eine Reihe von Kommunikationskanälen zum Publikum herzustellen. Wieland, der als Redakteur und Autor, als Kritiker, Selbstkommentator und Verleger in Personalunion auftrat, erkannte, dass sein »mercurialische[s] Fabrikwesen« (Wieland an Gleim 1776, 546) auf Vermittlung angewiesen war. Er nutzte seine Fähigkeit, durch eine Vielzahl unterschiedlicher Vermittlungsformate mit dem Publikum ins Gespräch zu kommen oder solch ein Gespräch, wo nicht vorhanden, zu fingieren. Um dieses Gespräch nicht abbrechen zu lassen, verpflichtete er sich selbst einer Vielschreiberei, die er im Kontext der damaligen Diskussion über »die Ursachen der ietzigen Vielschreiberei in Deutschland« (vgl. Wittmann 2011, 173) in aller Schärfe – am Ende dieses Absatzes komme ich darauf zurück.

15 Tatsächlich trug die erste Welle von Selbstverlagsprojekten im späten 18. und frühen 19. Jahrhundert zu einer deutlichen Erhöhung der Honorarsätze bei und beförderte die Kodifizierung des Urheberrechts: Baden sicherte dem Autor 1806 und 1810 den lebenslangen Schutz vor Nachdruck zu, bevor im Bayrischen Gesetzbuch von 1813 erstmals »Rechten des Urhebers« die Rede war (vgl. Wittmann 2011, 173).

Das Zeitschriftenformat kam dem Selbstherausgeber Wieland in vertrieblicher und kommunikativer Hinsicht entgegen, wie Siegfried Seifert in seinem Aufsatz über ›Die Anfänge des *Teutschen Merkur* und Wielands Selbstverlagsidee‹ (Seifert 2003) erläutert hat. Seine Publikationstätigkeit konzentriert redaktionell zu konzipieren und zu steuern, war ihm durch die »längerfristige, in der Regel mindestens ein Jahr andauernde Bindung der Leser per Abonnement« (ebd., 42) möglich, die das Geschäft kalkulierbar machte. Wieland knüpfte an seine bestehenden Kontakte an, um ein Netz von *Collocteurs* und *Hauptcomptoirs*, also persönlicher Partner vor Ort aufzubauen. Mittels dieser Partner konnte er die Vertriebsformen des Verlagsbuchhandels weitestgehend ausschalten und den Vertrieb organisieren. Den Nachteil, der sich alsbald aus dem überwältigenden redaktionellen Aufwand innerhalb eines so schwerfälligen wie störanfälligen Netzes von Kollekteuren ergab, beklagte Wieland zwar. So führten die säumigen Korrespondenzen der *Collecteurs* und die Beantwortung ihrer Fragen zu verspäteten Zustellungen und auch die Besuche der Partner im heimischen Weimar waren zu bewältigen. Zu verzeichnen war andererseits der positive Effekt, dass Wieland über diese Mittler »wichtige Informationen über die Resonanz im Publikum« (ebd., 43) unmittelbar zurückgespiegelt bekam und sie bei der Weiterführung des Projekts berücksichtigen konnte.

Doch in der vertriebsseitig hergestellten Bindung an das Publikum erschöpfte sich Wielands Kontaktaufnahme mit den Leser:innen nicht. Um mit dem Publikum ins Gespräch zu kommen, setzte er eine Reihe paratextueller Vermittlungsstrategien ein, die Seifert nur in Ansätzen behandelt und auf die hier genauer einzugehen ist. In seiner im Aprilheft 1773 veröffentlichten Nachricht »Der Herausgeber an das Teutsche Publicum« (Wieland 1773, XII) gab Wieland an, »alles was er künftig schreiben und des Drucks nicht unwürdig halten wird, in den *Merkur* einzurücken« (ebd.). Die damit gefallene Entscheidung, »das weitere Schicksal des Journals über Jahre an [seiner] Reputation im Publikum« (Seifert 2003, 44) zu ketten, sich selbst gewissermaßen zum Markenkern des Blattes zu machen, war in unternehmerischer Hinsicht äußerst ertragreich. Jenseits des Umstands, dass der Gewinn des selbstfinanzierten Unternehmens die finanzielle Existenz seiner wachsenden Familie sicherte und somit einen unmittelbar ökonomischen Wert für ihn hatte, diente der mithilfe des *Merkurs* betriebene Ausbau der Marke Wieland der Selbstpromotion des Autors sowie der Popularisierung seines Werks. Die Subskribenten vertrauten dem Namen des Autors Wieland und dem von ihm ausgehenden Qualitätsversprechen und spekulierten darauf, die im *Merkur* seriell abgedruckten Neuerscheinungen Wielands aus erster Hand lesen zu können (vgl. ebd., 39, 44).

Wieland gelang es ganz praktisch, seine Herausgeber- und Autorenfunktion auf eine produktive Weise zu verzahnen. Er war der fleißigste Beiträger des *Teutschen Merkur*. In den ersten zwölf Jahren, füllte er, wie Andrea Heinz errechnet hat, 4777 Seiten mit eigenen Beiträgen, was 34 % der Zeitschrift entsprach (vgl. Heinz 2003,

28). Als Herausgeber war er einerseits mit der Einwerbung und Anordnung der Beiträge befasst und trat damit, gewissermaßen kuratierend, als impliziter Kommentator auf.¹⁶ Andererseits kommentierte er die veröffentlichten Texte anderer direkt, indem er »Kleinformen« (ebd., 30) wie Anmerkungen, Fußnoten, Miszellen, Vorreden oder Versepen, seltener auch Briefe, hinzufügte und auch den Anzeigen und Rezensionen anderer immer mehr Platz einräumte. Im Verhältnis zu seinen Abhandlungen und Romanausschnitten nahmen diese Kleinformen, wie Heinz anhand eines Diagramms zeigt, einen überproportional großen Raum ein:

Wenn man die [...] Kleinformen zusammenfaßt, dann ergibt sich nach Seitenumfang ein Anteil von 5 % für Rezensionen /Anzeigen und 13 % für die kommentierenden bzw. dialogisierenden Formen wie Anmerkungen und Vorreden, nach Anzahl der Beiträge ergibt sich sogar ein Anteil von 16 % und 29 %. Das ist ein erstaunlich hoher Prozentsatz und stellt wahrscheinlich – vergleichende Untersuchungen fehlen leider – ein typisches Charakteristikum der Wielandschen Unternehmung dar. (ebd., 31)

Andrea Heinz hat in Anlehnung an Wilmont Haacke die vereinheitlichende Funktion von Wielands Rückgriff auf Kleinformen betont. Indem Wieland die eingehenden Manuskripte anderer »im gleichsam wielandischen *Teutschen Merkur*-Ton« (Haacke 1961, 93) redigierte, kommentierte und umrahmte, gelang es ihm demnach, die mannigfachen Fächer und Themen sowie Gattungen, die alle Bereiche des menschlichen Wissens umfassten, zu einem einheitlichen Ganzen zusammenzuführen, das als solches Werkcharakter annahm. Dem Kleinen kam damit die große Leistung zu, »die Zeitschrift zu seinem Werk und zu einem einheitlichen Werk trotz der Fächervielfalt« (Heinz 2003, 30) zu machen. Obwohl die Kleinformen vom Seitenumfang deutlich weniger Platz einnahmen als Abhandlungen und Romane, schafften sie »ein verbindendes Glied in der Zeitschrift, eine ständige Kommentierung«, welche »die einheitliche, auktoriale Herausgeberposition« Wielands hervortreten ließ (ebd., 30).

Was hinsichtlich der hier diskutierten Selbstpublikationsthematik besonders interessiert, ist neben der von Heinz hervorgehobenen, vereinheitlichenden Funktion der kleinen Textformen auch deren kommunikative Bedeutung. Sowohl die Rezensionen, Anzeigen und Miszellen anderer als auch die von Wieland selbst verfassten Anmerkungen para- und epitextueller Art, seine fingierten Briefe¹⁷ und

¹⁶ Zur Konvergenz kuratorischer und publizistischer Praktiken vgl. Kuusela 2016; Springer 2016.

¹⁷ Wieland forderte seine Leser:innen auf, kritische Beiträge und Gegendarstellungen einzusenden und veröffentlichte Fragen, zu denen er Stellungnahmen erbat. Und er scheute auch nicht davor zurück, fingierte Briefe an den Herausgeber abzdrukken, die er bei seinem Mitarbeiter Merck in Auftrag gegeben hatte (vgl. Heinz 2003, 32).

literarischen Dialoge¹⁸, dienten dazu, den öffentlichen Diskurs zu mobilisieren, Resonanz zu erzeugen und die Popularität des Blattes zu steigern. Darin entsprach Wielands Publikumskommunikation der im nächsten Abschnitt diskutierten Logik der Kommentierung im Bereich digitalen Selbstpublizierens. Anders als diese produzierten Wielands Anmerkungen den öffentlichen Diskurs jedoch nicht nur, sondern ließen ihn reflexiv werden, indem sie dessen Reproduktionsbedingungen offenlegten (vgl. Walzer 2022).

Mitunter waren Wielands Anmerkungen als Diskussionsbeitrag oder Hinweis des Herausgebers direkt an das Publikum adressiert. In anderen Fällen markierten sie die Gegenposition innerhalb eines Diskussionszusammenhangs und forderten somit indirekt das selbstständige Urteil der Leser:innen heraus. Mit den gelehrten, oft ironischen Fußnoten, die Wieland in die ihm zugesandten Manuskripte einfügte, kennzeichnete er die Streitbarkeit von unstrittig oder evident dargestellten Annahmen oder Begriffen und gab dem Publikum somit Anlass zu einer weiterführenden Auseinandersetzung (vgl. ebd.). Aus Wielands Fußnoten entstanden mitunter eigene Abhandlungen. Seine Noten zu Schmidts Aufsatz ›Über den gegenwärtigen Zustand des deutschen Parnasses‹ nahmen schließlich mehr Platz ein als der Aufsatz selbst. Autoren wie Herder und Goethe waren über Wielands von ihnen unautorisierte Fußnotenpolitik entsetzt und forderten ihn zur Zurückhaltung auf. Andere Einsender wie Boie oder Wezel erbaten Wielands kritische Anmerkungen sogar und erkannten damit ihren produktiven und verstärkenden Charakter an (vgl. Heinz 2003, 32, 33). Ihnen war bewusst, dass auch der negative Kommentar Aufmerksamkeit erzeugte – ein Umstand, der sich in den Sozialen Medien der Jetztzeit bestätigt findet (vgl. Werber 2020).

Dem doppelten Anspruch von Aktivierung und Verbreitung, Aufklärung und Popularisierung, der sich in Wielands Kommentierungen niederschlägt, kam auch die oben erwähnte Technik der Serialisierung entgegen. Romane, Abhandlungen und Briefe, mitunter sogar die Rezensionen wurden in Teilen abgedruckt, so dass es »kaum einen Monat ohne Fortsetzung« (ebd., 35) gab. Da Wielands Texte oft nur im monats- oder sogar jahresübergreifenden Zusammenhang zu verstehen waren, entwickelte sich ein Netz von Verweisen und Referenzen durch unterschiedlichste Ausgaben, Gattungen und Textsorten hindurch und ließ den *Teutschen Merkur* zu einem Referenzsystem werden, das in seiner Geschlossenheit die Totalität eines öffentlichen Diskurses abbildete und simulierte (vgl. Walzer 2022).

Was Wieland mit der Vervielfältigung seiner kritischen Kommentare und der Serialisierung von Materialien und Texten bezweckte, war, um es zusammen-

¹⁸ Mit seinen literarischen Streitgesprächen wie den *Elysiums- und Göttergesprächen*, seinen Unterredungen oder Gesprächen unter vier Augen bildete Wieland Diskurszusammenhänge und widersprüchliche Meinungen ab und ließ sie reflexiv werden (vgl. Walzer 2022).

zufassen, die Steigerung der Publikumsresonanz, die seinem Anspruch entsprach, unterhaltsam zu sein und ein größtmögliches Publikum anzusprechen und damit seinen ökonomischen Zwecken ebenso entgegenkam wie seiner aufklärerischen Programmatik, die der Mobilisierung, dem Reflexivwerden und der Kritik der literarischen und politischen Öffentlichkeit galt (ebd.). Für Wieland stellte es keinen Widerspruch dar, als Vielschreiber aufzutreten, sich aber gleichzeitig über die Vermassung der sogenannten »Enterprises« auszulassen und sich damit in den bereits erwähnten Diskurs über Vielschreiberei einzureihen, innerhalb dessen sich Abhandlungen und Satiren mit dem »Fabrikautor« und dem »allzeitfertigen Schriftsteller« befassten (vgl. Wittmann 2011, 173). In seiner Frage »Wenn jedermann schreibt, wer soll lesen? Und wenn beinahe jedermann elend schreibt, wer kann Journalisten zumuten zu loben und dem Publika zu kaufen?« (ebd.), klingt trotz aller von Wieland proklamierten Bemühung um die Resonanz und das Urteilsvermögen des Publikums der Vorbehalt gegen das schreibende Publikum an, dessen Entstehung Wieland mit seinen Publikumsansprüchen doch so fleißig beförderte. Wieland wollte das ubiquitäre Schreiben und Publizieren der Bärtigen und Unbärtigen, der Gelehrten und Ungelehrten, der Meister, Gesellen und Lehrlingen, das in seinen Augen »nichts mehr als Kompilation oder Sudelkocherei« (ebd.) war, von seiner eigenen professionellen Praxis des Selbstveröffentlichens unterschieden wissen.

4 Instapoesie als Literatur in Vermittlung

Heute sind Postings zu einem wichtigen Medium der Selbstkommentierung von Autor:innen geworden. Vielfach dienen sie der Vermittlung des eigenen Werks und der eigenen Autorpersona. Sie stehen im Dienste der Popularisierung von buchförmigen Publikationen, sind also als klassische Werbung im Rahmen einer neuen »culture of (self-)promotion« (Gilbert 2016, 23) dechiffrierbar. Gleichzeitig werden sie immer konstitutiver für das literarische Schreiben selbst. Gerade seriell produzierte, auf Plattformen und Social-Media-Accounts in Teilen vorveröffentlichte Romane, bei denen die Kommunikation mit den Lesern unmittelbar in den Produktionsprozess eingeht, verdeutlichen, dass die Frage nicht leicht zu klären ist, wo das Posting aufhört und das Publizieren beginnt. Das gilt sowohl für Werke der sogenannten Hochkultur wie Rainald Goetz' in Form eines Internet-Tagebuchs vorpublizierten Roman *Abfall für alle* (1999) als auch für zahlreiche Werke der selbstpublizierten Genreliteratur, die den Leser:innen oft schon im Vorfeld häppchenweise vorgelegt wird, um Feedback einzuholen und es gegebenenfalls bei der Entwicklung der Figuren oder der Narration zu berücksichtigen. Insbesondere das populäre und neuerdings von literatur- und medienwissenschaftlicher Seite

violdiskutierte Genre der »Instapoese« (vgl. Penke 2019; Penke 2021; Baßler 2021) fällt durch eine konsequente wechselseitige Durchdringung von zweierlei Selbstveröffentlichung, von Publishing und Posting auf. Im Bereich der Instapoese wird deutlich, wie die Selbstvermittlung von Selfpublisher:innen von einem werbenden »öffentlichen Epitext« (Genette 2014, 328), den Gérard Genette definatorisch im Jenseits des Buches angesiedelt hatte, zum elementaren Bestandteil eines hybriden literarischen Unternehmens wird.

Wie die folgende Auseinandersetzung mit Rupi Kaur Instapoese verdeutlicht, bietet es sich an, die von Paul Soulellis getroffene Unterscheidung von Posting (im Sinne von *making public*) und Publishing (im Sinne von *making a public*) aufzunehmen und als Kriterium gelungener Popularisierung und Umschlagpunkt vom Posting in Poesie anzusetzen (vgl. Soulellis 2015, 23). Konsequenterweise können Postings, ihrer Funktionsweise und ihrem Wirkungsgrad entsprechend, als Bestandteil komplexer Publikationsakte gelten, die im Übergang von digitalem und analogem, von buchförmigem und nicht-buchförmigem Publizieren zustande kommen. Wie nun zu zeigen sein wird, impliziert dies keineswegs, dass die Differenzen zwischen unterschiedlichen Medien des Publizierens und den mit ihnen verbundenen Wertungen und Legitimationsfunktionen gänzlich obsolet werden. Eine Entgrenzung zwischen Autonomie und Heteronomie, dem Werk und seiner Vermittlung findet dennoch statt. Und es ist, wie ich hier argumentieren möchte, das Verfahren der Kommentierung, welches unterschiedliche Medien und Schreibweisen ineinander konvertierbar macht.

Mit derzeit 4,5 Millionen Followern auf Instagram und über 10 Millionen verkauften Lyrikbänden, die in mehr als 42 Sprachen übersetzt wurden, führt die Instapoetin Rupi Kaur das Popularitätsranking der Instapoeten an. Kaur Lyrik entwickelt sich innerhalb eines Spektrums, das von Instagram-Posts ihrer Verse über die buchförmige Selbstpublikation von Lyrikbänden im E-Pub-Format bis hin zu deren Veröffentlichung in einem etablierten Verlagshaus reicht (vgl. Walzer 2023). In Kaur Selbstdarstellung ist die Identifikation als Selfpublisherin, die ihre unabhängige Position durch den atemberaubenden Publikumserfolg bestätigt sieht, ebenso zentral wie der Hinweis auf die Publikumsnähe und »accessability« (Mzezewa 2017) der instapoetischen Schreibweise. Die für den Status der Selbstverlegerin so entscheidende Resonanz ergibt sich aus dem Umstand, dass Kaur Instapoese eine Literatur in Vermittlung ist. Sie entsteht aus der fortwährenden Engführung ihrer kurzen, meist illustrierten Verse mit auktorialen Selbstkommentierungen textueller und (audio-)visueller Art. Im instantanen Strom von Mitteilungen sind die Verse der Autorin auf demselben Display angesiedelt wie unterschiedlichste Formate auktorialer Selbstdarstellung, der Werkpräsentation und -vermittlung. Letztere reichen von den Fotoportraits der Autorin über die Ankündigung von Neuerscheinungen mittels Video, Aufzeichnungen von Interviews, von Live-Per-

formances und Lesungen u. a. bis hin zu kommentierenden Feeds. Seit der Selbstveröffentlichung ihres ersten Insta-Verses am 18. November 2013 hat Kaur das schachbrettartige Alternieren von illustrierten Kurzgedichten und (audio-)visuellem Material zu ihrer unverwechselbaren Instagram-Handschrift gemacht. Die von Nils Penke beobachtete Unterordnung unter eine vom Medium Instagram diktierete »displaytaugliche[] Schreibweise« (Penke 2019, 462) macht Kaur's Verse anschlussfähig, indem sie sie dem alltäglichen Gebrauch zuführt. Aufgrund ihrer Kürze und ihrer Bildhaftigkeit eignen sich Kaur's Verse in besonderer Weise dazu, auf Instagram geteilt zu werden. Zudem werden sie von Kaur als Merchandisingprodukte verbreitet und vertrieben: Auf Postern, auf T-Shirts und Hoodies, auf Schmuckkästchen und als temporäre Tattoos können sie in den Alltag der Leser:innen integriert werden und somit Selbstverständigung und der Identifikation mit der Autor:in und ihrer Community dienen.

Über den Aspekt einer durch Visualisierungsstrategien gesteigerten Zugänglichkeit hinaus, geht Kaur's Schreibweise, wie ich hier argumentieren möchte, mit einem Kommentar-Werden des Visuellen einher. Maßgeblich für den Erfolg von Kaur's Selfpublishingprojekt ist nämlich, dass die Autorin sich und ihr Werk mittels Online-Medien ständig selbst kommentiert. So entsteht ein Kontinuum von literarischen Bilderschriften und den oben erwähnten vermittelnden Hilfs- oder »Epitexten«. Das heißt, Selbstpositionierung und gezielte Imagepflege, die den literarischen Text Genette zufolge als vermittelndes »Beiwerk« (ebd., 10) in Gestalt von Interviews oder Autobiographien begleiten und somit außerhalb des Buches »anywhere out of the book« (ebd., 328) zirkulieren, sind auf Kaur's Instagram-Seite unmittelbar mit dem lyrischen Text verschränkt: Wer Kaur's Lyrik online liest, muss auch die mitgelieferten Epitexte zur Kenntnis nehmen.

Der Kommentar ist das Verfahren, das die diese unterschiedlichen Medien und Darstellungsformen miteinander verbindet; der Kommentar ist die Dramaturgie, die eine Form in die andere konvertiert. Am deutlichsten wird das bei dem Versuch, den Weg des Verses zu verfolgen. Zunächst erscheinen Kaur's Verse als Post auf ihrem Instagram-Account: Jeder einzelne Vers ist eine Konstellation aus Text und Bild, die einander kommentieren. Gerahmt sind Kaur's Verse von fotografischen Selbstportraits und Selbstkommentaren der Autorin, die wiederum von ihr selbst oder von ihren Fans in der Kommentarleiste kommentiert werden. Wenn Kaur ihre ursprünglich auf Instagram erschienenen Verse neu gruppiert und in einen Lyrikband überträgt, ordnet sie die Verse in einen neuen, autobiografisch überformten Erzählausammenhang ein (vgl. Penke 2019, 468). Ihre erste Anthologie *Milk and Honey* (Selfpub. 2014) erzählt in vier Kapiteln von dem Entwicklungsprozess der Autorin. Mit den Stationen »the hurting« (Kap. 1), »the loving« (Kap. 2), »the breaking« (Kap. 3) und »the healing« (Kap. 4) läuft diese Entwicklung auf ein Konversationsereignis hinaus und lässt damit eine Art »Selbsterzählung in Gedichtform«

(Görbert 2018) entstehen. Wenn Kaur ihre gedruckten Anthologien in einem Akt der »remediation« (Bolter 2001; Gunkel 2018, insbes. 213) wiederum auf Instagram einspeist, zeigt sich, wie sie ihre Verse in einen weiteren Kommentierungszusammenhang überführt. So etwa, wenn sie Verse und Skizzen aus ihrem Band *home body* (2020) abfotografiert, ihnen ein Foto aus Kindertagen kommentierend zur Seite stellt und letzteres in der Kommentarleiste wiederum mit einer autobiographischen Selbstdeutung versieht. Hier werden Werk und Beiwerk, Haupttexte und Subtexte ineinander konvertiert. Durch solcherlei wechselseitige Umformatierung der Haupt- in Nebentexte und der Neben- in Haupttexte setzt Kaur die Literatur und ihre Vermittlung als Elemente ihrer Selbst- und Werkwerdung ein. Das bedeutet, die lyrische Kurzform ist bei Kaur durch Reihenbildung, durch Konstellierung und Kommentierung in eine Langform eingebunden. Dies verbindet sie mit den von Wieland verwendeten kleinen Formen und Techniken der Serialisierung. Über die Frage, wann Publizieren von einer literarischen Gebrauchsform (Literacy) in eine literarische Praxis übergeht, lässt sich insofern nur befinden, wenn die Funktion epitextueller Vermittlungsformate für die Konstruktion des Werkganzen mitgedacht wird. Aus den omnipräsenten Möglichkeiten des Sich-Selbst-Kommentierens und -Veröffentlichens auf Social Media erwächst eine Literatur, in der das gedruckte Buch nicht mehr im Zentrum des Werks steht, sondern als ein Publikationsmodell unter anderen fungiert.

Hintergrund der hier konstatierten Hybridisierung ist somit das Kommentieren unterschiedlicher Medien und Textsorten, das aus der Überformung des analogen »reading«-Interfaces Buch in die von Lori Emerson sogenannten digitalen »Reading Writing Interfaces« (vgl. Emerson 2014) resultiert. Auch das Buchmedium, einst als Lesemedium *sui generis* bestimmt, muss im Zuge der anfangs diskutierten Durchsetzung schreibbasierter digitaler Literacies als Medium des »readingwriting« reinterpretiert werden.¹⁹ Denn Plattformen prozessieren Lori Emerson zufolge eine Lese-Schreib-Kompetenz, die anthropologisch nicht ausreichend bestimmbar ist: »readingwriting – the practice of writing through the network, which as it tracks, indexes, and algorithmizes every dick and every bit of text we enter into the network is itself constantly reading our writing and writing our reading« (Emerson 2014, xiv). Mit anderen Worten: Wo das Lesen mittels

¹⁹ Roland Barthes hatte die Operation ›lesen, schreiben‹ ganz in diesem Sinne mit dem Kommentieren gleichgesetzt und das Begehren, vom Lesen zum Schreiben zu kommen, als »Wahrheit des Textes« begriffen, den Kommentar dabei aber von dem Buch selbst getrennt und dem mit dem Sprechen assoziiert. In seinem Band *Kritik und Wahrheit* heißt es: »So kreist das Sprechen um das Buch: lesen, schreiben, von dem einen Begehren zum anderen geht jede Literatur. [...] Die Kritik ist nur ein Moment dieser Geschichte, in die wir eintreten und die uns zur Einheit führt – zur Wahrheit der Schrift« (Barthes 2006, 231).

interaktiver Online-Medien durch einen Schreib- und Publikationsakt überformt wird, kann Literacy nicht länger als eine genuin menschliche Kompetenz gedacht werden. Gerade das Selfpublishingsegment verweist darauf, dass digitale Literacies innerhalb sozio-technischer Netzwerke entstehen. Texte, Bilder und Videos zu veröffentlichen, sie zu teilen, zu kommentieren und in Diskurs zu überführen, bedeutet immer auch, sich in einer von Netzwerkeffekten geprägten Sphäre sozialer Medien zu bewegen, innerhalb derer das technische Auslesen der Lese- und Schreibaktivitäten aller Plattformnutzer wiederum ins Netzwerk eingespeist wird.

Um die oben getroffene Unterscheidung zwischen Posting (im Sinne von *making public*) und Publishing (im Sinne von *making a public*) nachvollziehbar zu machen, müssen die von Netzwerkeffekten getriebenen Popularitätseffekte von Kaur's Lyrik mitberücksichtigt werden. Erst wenn der gepostete Vers auch ein Publikum produziert, kann das Posting zu Poesie werden, zu etwas, dem der Status des Veröffentlichten zukommt, *weil* es eine Öffentlichkeit hat. Folglich überschreitet dasjenige, was eine Öffentlichkeit hat, die Instapoese, die Formatdifferenz von Posting und Publishing sowie die mediale Grenze zwischen digitalem und analogem Publizieren. Das sprunghafte Ansteigen von Kaur's Follower-Zahlen auf Instagram, das sie durch einen auf Instagram und Facebook platzierten Skandal um ein von ihr gepostetes Menstruationsblutfoto befeuerte (Faust 2017, 164), und der millionenfache Absatz ihres selbstveröffentlichten Erstlingswerks, der sich durch die Platzierung des Bandes auf der Bestsellerliste der New York Times und seine darauffolgende Übernahme durch das Publikationshaus Andrews McMeel noch multiplizierte, stimulierten und stabilisierten sich gegenseitig: instantanes Selbstpublizieren auf Instagram, Selfpublishing im E-Book-Format und analoge Buchveröffentlichung, die dem Werk den Status des *being published*²⁰ verlieh und es damit satisfaktionsfähig machte, sind Funktionselemente eines hybriden Publikationsmodells, aus dem Kaur's Werk hervorgeht.²¹

²⁰ Laquintano zeigt anhand von Interviews mit Selbstverlegern auf, wie sehr der Status des »being published« auch im Selfpublishingsegment als Merkmal der professionellen Identität von Autor:innen fungiert (vgl. Laquintano 2016, 55–60).

²¹ In Modifikation eines von Christiane Frohmann geprägten Begriffs des »Selfie-Publishing« stelle ich in dem Artikel »Self(ie)-Publishing. Rupi Kaur's Instapoese als hybrides Publikationsmodell« (Walzer 2023) den Begriff des »Self(ie)-Publishings« als Ausdruck eines neuen hybriden Publikationsmodells vor. Statt das instantane »Selfie-Publishing« wie Frohmann aus dem Gegensatz zum buchförmigen Publizieren zu bestimmen, analysiere ich unter dem Begriff des »Self(ie)-Publishing« die strukturellen Kontinuitäten zwischen Publishing und Posting und ihrer praktischen Durchdringung. Hannes Bajohr hat den Status von Print-on-Demand-Literatur in seinem Artikel »Experimental Writing in ist Moment of Digital Technization« als gleichzeitig analog und digital bestimmt (vgl. Bajohr 2016, 102).

Für die eingangs diskutierte Konzeption von Literacy bringt die beschriebene Durchdringung von Posting und Publishing ebenso Konsequenzen mit sich wie für den Status literarischer Autor:innenschaft und den Literaturbegriff. Denn sobald sich die Selbstpublikation zu einer durch digitale Infrastrukturen allgemein zugänglichen sozialen Praxis des Gebrauchs von Texten, Bildern und Videos wandelt, gewinnt sie, wie aktuelle Ansätze zu einer neuen Publishing Theory nahelegen, den Charakter einer verteilten Funktion. Michael Bhaskar interpretiert das Publizieren als eine »Content Maschine« (Bhaskar 2013), die auf den Selektionsmechanismen von »framing and models, filtering und amplification« beruht: »Content is framed – packaged for distribution and presented to an audience – according to a model« (ebd., 42). Publizieren, als soziales Vermögen verstanden, meint dann nicht mehr primär die verlagsseitig ausgeübte Funktion des Gatekeeping, das als selektives Vermögen über das entscheidet, was wertvoll ist und publiziert werden soll. Es meint vielmehr die sozio-technischen Mechanismen des Filterns und der Amplifizierung, die innerhalb digitaler Netzwerke und der darin erzeugten Feedbackmechanismen das Framing und Modeling von Inhalten mitorganisieren: »The real heart of publishing, however, lies in filtering and amplification. The whole framing process is really designed to amplify texts. Publishing is about scaling up from creating a single instance to multiple copies« (ebd., 43). Im Effekt heißt dies, ein ganzes sozio-technisches Netzwerk von Feedback- und Bewertungsmechanismen, von Leistungsvergleichen und Rankingverfahren, von flexiblen Prozesssteuerungen, Selbsterfahrungskatalysatoren oder Zufriedenheitsmessungen entscheidet darüber mit, was erfolgreiche Verse sind, die aufgenommen, weiter verbreitet und neu verarbeitet werden. Neben dem User Generated Content, den Kommentaren, Likes und Re-Shares der Leser:innen sind auch die aus Nutzerdaten automatisiert und plattformspezifisch generierten Metadaten an der Verfertigung des literarischen Werks beteiligt. Ungeachtet der anhaltenden legitimatorischen Durchsetzungskraft des Buchs, dem das positive Vorurteil anhaftet, »auf die richtige Art und Weise« publiziert zu sein,²² greifen damit neue Verfahren und Maßstäbe der Legitimierung der Literatur und des Literarischen.

Vor diesem Hintergrund bemüht Kaur das Motiv des Selfpublishings zur Konsolidierung der eigenen Autorschaftsfunktion. Wie oben erwähnt, bezieht sie aus ihrer unabhängigen Haltung gegenüber den Publikumsverlagen und aus dem durch Follower- und Verkaufszahlen verbürgten überwältigenden Publikumszuspruch

22 Nick Levy hat argumentiert, dass sich der Wert des literarischen Objekts verdankt sich bis heute in hohem Maße dem symbolischen Kapital verdankt, das aus den standardisierten Publikationsprozessen der Verlage resultiert. Anders gesagt: »Good books aren't just good books; they are also books that have been published properly, and the proper method of publication is to submit one's book to a reputable commercial publisher.« (Levy 2016)

ihre Legitimität als professionelle Autorin. Kaur reagiert damit auf eine Situation, in der das ubiquitäre Publizieren die Demarkation zwischen professionellen Selfpublisher:innen und Lai:innen tendenziell schwinden lässt, für Autor:innen gleichzeitig aber den Druck erhöht, ihre herausragende Rolle durch Akte der Selbsthistorisierung zu reklamieren und damit auf narrativer Ebene zu bestätigen. Dem Publikum für seinen Einsatz und seine Mitarbeit zu danken, sich die schöpferische Arbeit aber gleichwohl individuell zuzurechnen, schließen sich in Kaur's Instapoesie dabei nicht aus. Denn das universelle Emanzipations- und Aufstiegsversprechen, eine Jede könne ihre eigene Autor:in und Verleger:in, sprich Selfpublisherin sein, ist die geteilte und durch Akklamations- und Beteiligungsriten verifizierte Storyline. Letztlich geht es, wie Kaur in einem Interview mit Emma Watson unterstreicht, um die Erlaubnis zu sprechen (»the permission to talk«), die man nicht erbitten kann, sondern einfordern und ergreifen muss (vgl. Kaur/Watson 2018). Auf dieser Grundlage wird Kaur's inszenatorische Selbst- und Werkdarstellung zum Träger identitätsstiftender und -versichernder Erzählstrategien und Rituale, die von den Fans mithilfe multimedialer Formate in unendlichen Variationen aufgeführt und übernommen werden (vgl. Walzer 2023). Die ubiquitären Möglichkeiten der Selbstveröffentlichung mittels digitaler Infrastrukturen dienen dazu. Lyrik, so die Botschaft, ist etwas, das der Aneignung innerhalb des eigenen Lebens, der Gestaltung und der Kommentierung bedarf. Welcher Wert Literatur zukommt, bemisst sich folglich aus jenen Vermittlungen, die ihren Gebrauch bestimmen.

Ausgehend von der Vermutung, dass ubiquitäres Publizieren mittels digitaler Infrastrukturen heute konkurrierend neben die institutionalisierte Publikationslandschaft tritt, sie überformt und in Frage stellt, wurde in diesem Artikel die Theorie und die Geschichte des Selbstveröffentlichens in den Blick genommen. In einem ersten Abschnitt wurde das Selfpublishing aus der Koexistenz und Verknüpfung von alltäglichen Praktiken des Publizierens (»literacy practices«) und professionellen Publikationspraktiken (»literary practices«) heraus als hybrides Publikationsmodell bestimmt. Dabei wurde herausgestellt, dass sich der Wert von Literatur unter Bedingungen verallgemeinerter Selbstveröffentlichung am Gebrauch bemisst, der aus den je spezifischen Vermittlungen von Literatur resultiert. In einem zweiten Abschnitt wurde die Durchsetzung des Selfpublishings mit McGurl historisch innerhalb der Dienstleistungsgesellschaft verortet und gezeigt, dass die Serviceorientierung als Motor selbstpublizierter Literatur gelten muss. Um Publikumsbedürfnisse aufzugreifen, haben sich, wie hier beschrieben wurde, neben der Ausdifferenzierung von Genreliteraturen, die den Erwartungshorizont der Leser:innen eingrenzen, unterschiedliche Formate der Adressierung und Kommunikation mit dem Publikum herausgebildet. Eine Rückkoppelung zwischen den Publikumserwartungen und der Textproduktion der Selfpublisher:innen entsteht demnach insbesondere durch Formate der Serialisierung, die bereits aus dem

Journalwesen des 18. und 19 Jahrhunderts bekannt sind und es rechtfertigen, das Selfpublishing mit Levy als ›post-press literature‹ zu bezeichnen. Die Rückwendung zu einem journalliterarischen Selbstverlags- und Subskriptionsprojekt des späten 18. und frühen 19. Jahrhunderts, Wielands *Teutschen Merkur*, bestätigte im dritten Abschnitt die starke Orientierung auf das Publikum, seine Bedürfnisse und Meinungen. Für ein erfolgreiches Selbstpublikationsprojekt war es offenbar schon während der ersten Konjunktur des Selbstverlags in Deutschland zentral, mit den Leser:innen in Dialog zu treten. Den im *Teutschen Merkur* präsentierten literarischen und journalistischen Textsorten wurden von Wieland vermittelnde Textsorten zur Seite gestellt. Mithilfe kommentierender Fußnoten, fingierter Dialoge und Anmerkungen anderer Art, mittels Serialisierung und direkter Publikumsansprachen wurden die wesentlichen Formate dieser Vermittlungen beschrieben. Im vierten und letzten Abschnitt des Artikels ließ sich am Gegenstand der Instapoesie von Rupī Kaur aufzeigen, dass das Selbstpublizieren mittels digitaler Infrastrukturen seine Dynamik aus einer Durchdringung von Posting und Publishing bezieht. Als entscheidend herausgestellt wurde dabei, dass sowohl Verse als auch vermittelnde Epitexte (audio-)visueller und textueller Art bei Kaur als Elemente eines gemeinsamen Kommentierungszusammenhangs erscheinen. Indem Kaur Verse auf je spezifische Weise anordnet und postet, im Rahmen von Anthologien veröffentlicht und von dort wiederum in Posts überträgt, die ihrerseits als Kommentar fungieren oder kommentiert werden, konvertiert sie literarische Haupttexte und vermittelnde Hilfstexte ineinander. Auch das analoge Buch wird bei Kaur, wie gezeigt werden konnte, in einen Prozess der Kommentierung und Serialisierung einbezogen, so dass das Buchmedium als *ein* Publikationsmodell unter anderen zu betrachten ist. Es wurde vorgeschlagen, das ubiquitäre Publizieren vor diesem Hintergrund erstens nicht mehr als Gatekeeping, sondern mit Bhaskar als Praxis des Filterns und Amplifizierens zu verstehen. Zwischen Posting und Publishing zu unterscheiden, wäre dann, so der von Soulellis übernommene Vorschlag, von der Zumessung von Resonanz oder Aufmerksamkeit abhängig. Wie der Blick auf Rupī Kaur's Erfolgsgeschichte bestätigte, ergibt sich der Umschlag des Postings in Publishing an jenem Punkt, an dem das Veröffentlichte eine quantitativ messbare Öffentlichkeit erzeugt. Dies implizierte zweitens, Autor:innenschaft als eine von Netzwerkeffekten geprägte Funktion zu verstehen. Aus der Realität von verallgemeinerter und verteilter Autor:innenschaft wurde schließlich drittens der auf Selfpublisher:innen lastende Druck erkennbar, ihren Status als professionelle Autor:innen in ständigen Akten der Selbstreflexion und -legitimierung zu bestätigen.

Vor dem Hintergrund des Gesagten ist auch die am Ende des ersten Abschnitts aufgeworfene Frage zu differenzieren, ob im Angesicht ubiquitären Publizierens ein erweiterter Literaturbegriff notwendig ist, der Literatur als Gebrauchsform ver-

steht, die sich durch unterschiedliche Vermittlungsweisen auszeichnet. Zwar lässt sich einerseits behaupten, dass im Bereich des Selbstveröffentlichens die Literatur und ihre Vermittlungen ebenso wenig kategorial voneinander zu trennen sind wie Publishing und das Posting. Andererseits wird die Demarkation zwischen alltäglichen und professionellen Praktiken des Selfpublishings, sei es durch quantitativ messbare Kriterien der Popularitätszuweisung oder Formen auktorialer Selbstdarstellung, ständig performt.

Literatur

- Amlinger, Carolin, *Schreiben. Eine Soziologie literarischer Arbeit*, Frankfurt a.M. 2021.
- Bajohr, Hannes, Experimental Writing in its Moment of Digital Technization. Post-Digital Literature and Print-on-Demand Publishing, in: Annette Gilbert (Hg.), *Publishing as Artistic Practice*, Berlin 2016, 100–115.
- Barthes, Roland, *Am Nullpunkt der Literatur/Literatur der Geschichte/Kritik und Wahrheit*, übers. von Helmut Scheffel, Frankfurt a.M. 2006.
- Barton, David/Mary Hamilton, *Local Literacies. Reading and Writing in One Community*, London 1998.
- Barton, David/Mary Hamilton, Literacy Practices, in: David Barton/Mary Hamilton/Roz Ivanič (eds.), *Situated Literacies. Reading and Writing in Context*, New York 2000, 7–16.
- Baßler, Moritz, Der neue Midcult. Vom Wandel populärer Leserschaften als Herausforderung der Kritik, *POP. Kultur und Kritik* 18 (2021), 132–149.
- Berg, Gunter, Die Selbstverlagsidee bei deutschen Autoren im 18. Jahrhundert, *Archiv für die Geschichte des Buchwesens* 6 (1966), 1371–1396.
- Bhaskar, Michael, *The Content Machine. Towards a Theory of Publishing from the Printing Press to the Digital Network*, New York 2013.
- Bode, Katherine, *Reading by Numbers. Recalibrating the Literary Field*, London/New York 2012.
- Bolter, Jay David, *Writing Space. Computers, Hypertext, and the Remediation of Print*, New York 2001.
- Brake, Laurel, *Print in Transition. Studies in Media and Book History*, Basingstoke, UK 2001.
- Brandt, Deborah, *The Rise of Writing. Redefining Mass Literacy*, Cambridge 2014.
- Bröckling, Ulrich/Susanne Krasemann/Thomas Lemke (Hg.), *Gouvernementalität der Gegenwart. Studien zur Ökonomisierung des Sozialen*, Frankfurt a.M. 2000.
- Edwards, Martyn, Literacy Practices. Using the Literacies for Learning in Further Education Framework to Analyse Literacy Practices on a Post-compulsory Education and Training Teacher Education Program, *Student Engagement and Experience Journal* 1:1 (2012), 1–10.
- Emerson, Lori, *Reading Writing Interfaces. From the Digital to the Bookbound*, Minneapolis, MN/London 2014.
- Erickson, Lee, *The Economy of Literary Form. English Literature and the Industrialization of Publishing 1800–1850*, Baltimore 1996.
- Faust, Gretchen, Hair, Blood and the Nipple. Instagram Censorship and the Female Body, in: Urte Undine Frömming/Steffen Köhn/Samantha Fox (Hg.), *Digital Environments. Ethnographic Perspectives across Global Online and Offline Spaces*, Bielefeld 2017, 159–170.
- Fischer, Ernst/Anke Vogel, Die digitale Revolution auf dem Buchmarkt. Amazon, Apple, Google und die Folgen, in: Christine Grond-Rigler/Wolfgang Straub, *Literatur und Digitalisierung*, Berlin 2013, 97–142.

- Frömming, Gesa/Georg Stanitzek, Öffentlichkeit – Veröffentlichen – Öffentlichkeit Herstellen, *Sprache und Literatur* 49:121 (2020), 1–14.
- Frohmann, Christiane, Instantanes Schreiben [Orbanism vom 23.5.2015], <https://yourbook.shop/articles/Instantanes-Schreiben--ffad495c-1377-4403-a54dad9bc497e2d7> (19.08.2022).
- Gee, James Paul, The New Literacy Studies, in: Jennifer Rowsell/Kate Pahl (Hg.), *The Routledge Handbook of Literacy Studies*, New York 2015, 35–48.
- Genette, Gérard, *Paratexte. Das Buch vom Beiwerk des Buches*, übers. von Dieter Hornig, Frankfurt a.M. 2014.
- Gilbert, Annette, Publishing as Artistic Practice, in: A.G., (Hg.), *Publishing as Artistic Practice*, Berlin 2016, 6–40.
- Gilbert, Annette, *Im toten Winkel der Literatur. Grenzfälle literarischer Werkwerdung seit den 1950er Jahren*, Paderborn 2018.
- Görbert, Johannes, Sich selbst erzählen. Einige Prolegomena zu Theorie und Praxis autobiographischer Lyrik – mit zwei Beispielanalysen, in: Sonja Arnold et. al. (Hg.), *Sich selbst erzählen. Autobiographie – Autofiktion – Autorschaft*, Kiel 2018, 37–59.
- Goetz, Rainald, *Abfall für alle. Roman eines Jahres*, Frankfurt a.M. 1999.
- Gunkel, Katja, *Der Instagram-Effekt. Wie ikonische Kommunikation in den Social Media unsere visuelle Kultur prägt*, Bielefeld 2018.
- Haacke, Wilmont, *Die Zeitschrift – Schrift der Zeit*, Essen 1961.
- Heinz, Andrea, Auf dem Weg zur Kulturzeitschrift. Die ersten Jahrgänge von Wielands *Teutschem Merkur*, in: A.H. (Hg.), »Der Teutsche Merkur« – die erste deutsche Kulturzeitschrift?, Heidelberg 2003, 11–37.
- Helmond, Anne, The Platformization of the Web Making Web Data Platform Ready, *Social Media + Society* 1:2 (2015), 1–11 (Helmond 2015a).
- Helmond, Anne, *The Web as Platform. Data Flows in Social Media*, PhD Dissertation, University of Amsterdam 2015 (Helmond 2015b).
- Hoggart, Richard, *The Uses of Literacy. Aspects of Working-Class Life*, London 1957.
- Kaur, Rupī, *milk and honey*, Selfpub. 2014.
- Kaur, Rupī, *home body*, London/New York/Sydney/Toronto/New Delhi 2020.
- Kaur, Rupī, Interview mit Emma Watson für ihre Reihe »Our Shared Shelf«, <https://www.youtube.com/watch?v=hL2u93brqIA> (19.08.2022).
- Kuusela, Hanna, Publisher, Promoter, and Genius. The Rise of Curatorial Ethos in Contemporary Literature, in: Annette Gilbert (Hg.), *Publishing as Artistic Practice*, Berlin 2016, 118–134.
- Laquintano, Timothy, *Mass Authorship and the Rise of Self-Publishing*, Iowa City, IA 2016.
- Levy, Nick, *Post-Press Literature, Self-Published Authors in the Literary Field*, in: *Post45*, 2016, <https://post45.org/2016/02/post-press-literature-self-published-authors-in-the-literary-field-3/> (19.08.2022).
- McGurl, Mark, *Everything and Less. The Novel in the Age of Amazon*, New York/London 2021.
- McPherson, Tara, Media Studies and the Digital Humanities, *Cinema Journal* 48:2 (2009), 119–123.
- Morris, Jeremy Wade/Sarah Murray (Hg.), *Appified. Culture in the Age of Apps*, Ann Arbor, MI 2018.
- Mzezewa, Tariro, Rupī Kaur is Kicking Down the Doors of Publishing, *New York Times*, 5.10.2017, <https://www.nytimes.com/2017/10/05/fashion/rupi-kaur-poetry-the-sun-and-her-flowers.html> (19.08.2022).
- Pape, Helmut, Klopstocks Autorenhonorare und Selbstverlagsgewinne, *Archiv für Geschichte des Buchwesens* 10 (1970), 1–268.
- Penke, Niels, #instapoetry. Populäre Lyrik auf Instagram und ihre Affordanzen, *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik* 49 (2019), 451–475.
- Penke, Niels, Populäre Schreibweisen. Instapoetry und Fan-Fiction, in: Hannes Bajohr/Annette Gilbert (Hg.), *Digitale Literatur II*, München 2021, 91–106.

- Prior, Paul, *Writing/Disciplinarity. A Sociohistoric Account of Literate Activity in the Academy*, Mahwah, NJ 1998, 3–13.
- Prior, Paul, Writing, literate activity, semiotic remediation. A sociocultural approach, in: Georgeta Cislaru (Hg.), *Writing(s) at the Crossroads. The process-product interface*, Amsterdam 2015, 183–202, <https://doi.org/10.1075/z.194.10pri> (19.08.2022).
- Richter, Steffen, Self-Publisher, Big Player und Laienkritiker. Zum Literaturbetrieb im Zeitalter der Digitalisierung, *Der Deutschunterricht* 5 (2016), 14–23.
- Schüttpelz, Erhard, Infrastrukturelle Medien und öffentliche Medien, in: *Media in Action 2016* (Pre-Publication), 1–21, https://www.mediacoop.uni-siegen.de/wp-content/uploads/2016/06/schuettpelz_infrastrukturelle_medien.pdf (19.08.2022).
- Schulze, Holger, *Ubiquitäre Literatur. Eine Partikelpoetik*, Berlin 2020.
- Seifert, Siegfried, »Mein mercurialisches Fabrikwesen«. Die Anfänge des *Teutschen Merkur* und die Selbstverlagsidee, in: Andrea Heinz (Hg.), »*Der Teutsche Merkur*« – die erste deutsche Kulturzeitschrift?, Heidelberg 2003, 37–50.
- Shirky, Clay, *Here Comes Everybody. The Power of Organizing without Organizations*, London 2008.
- Soulellis, Paul, *Making Public*, Fondation Galeries Lafayette, Paris 22. Juni 2015, <https://docs.google.com/document/d/1yrTRf2Hjv8WNoQtAej9ObIjWjv0w2LITDxzGPftw/edit> (19.08.2022).
- Springer, Anna-Sophie/Aves Inter Folia, Reading Bird Books as Curatorial-Editorial Constellations, in: Annette Gilbert (Hg.) *Publishing as Artistic Practice*, Berlin 2016, 134–154.
- Street, Brian Vincent, The New Literacy Studies, *Journal of Research in Reading* 16:2 (1993), 81–97 (Street 1993a).
- Street, Brian Vincent, Introduction. The New Literacy Studies, in: B.V.S. (Hg.), *Cross-Cultural Approaches to Literacy*, Cambridge 1993, 1–23 (Street 1993b).
- Ungern-Sterberg, Wolfgang von, Chr. M. Wieland und das Verlagswesen seiner Zeit. Studien zur Entstehung des freien Schriftstellertums in Deutschland, *Archiv für Geschichte des Buchwesens* 14 (1974), 1211–1533.
- Van Dijck, José, Seeing the Forest for the Trees. Visualizing Platformization and its Governance, *New Media & Society* 23:9 (2021), 2801–2819.
- Venus, Jochen, Die Erfahrung des Populären. Perspektiven einer kritischen Phänomenologie, in: Marcus S. Kleiner/Thomas Wilke (Hg.), *Performativität und Medialität Populärer Kulturen. Theorien, Ästhetiken, Praktiken*, Wiesbaden 2013, S. 49–73.
- Walzer, Dorothea (Hg.), *Medien öffentlicher Rede nach Heine. Zwischen Popularität und Populismus*, Berlin 2020.
- Walzer, Dorothea, Apologie der Vorurteile? Volksaufklärung und öffentliche Meinung in Christoph Martin Wielands Spätwerk, *IASL* 47:1 (2022), 79–101.
- Walzer, Dorothea, Self(ie)-Publishing. Rupi Kaur's Instapoesie als hybrides Publikationsmodell, *Zeitschrift für deutsche Philologie* 2 (2023).
- Werber, Niels, Donald Trumps Medien, in: Lars Koch/Tobias Nanz/Christina Rogers (Hg.), *The Great Disruptor. Über Trump, die Medien und die Politik der Herabsetzung*, Berlin 2020, 115–133.
- Wieland, Christoph Martin, Der Herausgeber an das Teutsche Publicum, *Der Teutsche Merkur* 1 (1773), XII.
- Wieland an Gleim, 3. September 1776, *Wielands Briefwechsel*, Bd. 5: *Briefe der Weimarer Zeit*, hg. v. Hans Werner Seiffert, Berlin 1983, 546.
- Wieland, Christoph Martin, *Gespräche unter vier Augen*, Karlsruhe 1800.
- Wirth, Uwe, Telefon-/Handyliteratur, in: Natalie Binczek/Uwe Wirth (Hg.), *Handbuch Literatur & Audio-kultur*, Berlin/Boston 2020, 475–480.
- Wittmann, Reinhard, *Geschichte des deutschen Buchhandels* [1991], München ³2011.