

LUMIS -SCHRIFTEN
aus dem
Institut für Empirische
Literatur- und Medienforschung
der
Universität-Gesamthochschule
Siegen

Nils Kaczinski

ZUR FUNKTION

»GRAUER« LITERATURZEITSCHRIFTEN

IM LITERARISCHEN HANDLUNGSSYSTEM

Dargestellt am Beispiel der Osnabrücker »Zwischenzeile«

LUMIS-Schriften 55

1999

LUMIS - Publications
from the
Institute for Empirical
Literature and Media Research
Siegen University

Herausgeber: LUMIS
Institut für Empirische Literatur- und Medienforschung

Zentrale wissenschaftliche Einrichtung der
Universität-Gesamthochschule-Siegen
57068 Siegen

Tel.: 0271/740-4440
Fax: 0271/740-2533

Redaktion: Raimund Klauser

Als Typoskript gedruckt

© LUMIS-Universität-Gesamthochschule-Siegen
und bei den Autoren

Alle Rechte vorbehalten

ISSN 0177 - 1388 (LUMIS-Schriften)

Nils Kaczinski

ZUR FUNKTION

»GRAUER« LITERATURZEITSCHRIFTEN

IM LITERARISCHEN HANDLUNGSSYSTEM

Dargestellt am Beispiel der Osnabrücker »Zwischenzeile«

LUMIS-Schriften 55

1999

Siegen 1999

Zur Funktion »grauer« Literaturzeitschriften im Literarischen Handlungssystem.
Dargestellt am Beispiel der Osnabrücker »Zwischenzeile«

Nils Kaczenski, Wiesenstr. 21, D-49074 Osnabrück
E-Mail: Nils.Kaczenski@gmx.de

Zusammenfassung

In Deutschland existiert eine lebhafte Szene »grauer«, d.h. nicht über reguläre Vertriebskanäle erhältlicher Literatur. Wichtigstes Publikationsmedium dieser Literaturszene sind Literaturzeitschriften, die meist von kleinen privaten Initiativkreisen herausgegeben werden. Diese Untersuchung geht der Frage nach, welche Funktionen solche Literaturzeitschriften im hochentwickelten und kommerziell orientierten »Literaturbetrieb« übernehmen.

Dazu werden mögliche Bedürfnisse identifiziert, die Aktanten im Literarischen Handlungssystem motivieren. Hieraus wird die These abgeleitet, dass nichtprofessionelle Aktanten eine Reihe von Bedürfnissen nicht im etablierten Systemteil befriedigen können, sondern auf andere Teilbereiche des Systems ausweichen. Am Fallbeispiel der »grauen« Osnabrücker Literaturzeitschrift »Die Zwischenzeile«, die von 1993 bis 1996 erschien, werden Indizien für solche Motivationen aufgezeigt und vorwiegend anhand von Äußerungen der beteiligten Aktanten analysiert.

Daraus resultiert die Schlussfolgerung, dass »graue« Literaturzeitschriften nicht, wie ihre Träger bisweilen behaupten und wie es seit den Sechzigerjahren propagiert wurde, eine »Gegenöffentlichkeit« oder Alternative zum kommerziellen Literatursystem darstellen, sondern einen integralen Bestandteil des Systems ausmachen. Aus dieser Perspektive übernehmen »graue« Literaturzeitschriften zwei wesentliche Funktionen: Sie dienen den beteiligten Aktanten zur Bedürfnisbefriedigung und sie stützen das etablierte Literatursystem, indem sie es von Ansprüchen entlasten, die es nicht zu erfüllen vermag.

Summary

In Germany a lively scene of so called »grey« literature has evolved, meaning publications that are not available via the established channels of distribution. Amongst other media in this scene literary magazines have the most importance. They are mostly edited and published by small and privately initiated groups. This essay examines the functions of this kind of magazine within the highly developed and commercially oriented field of literature.

To achieve this, possible desires are identified that may motivate the agents of the literary system. This leads to the assumption that non-professional agents cannot satisfy their desires inside the established part of the system and that they migrate to other sections instead. A case study of the »grey« literary magazine »Die Zwischenzeile«, published between 1993 and 1996 in Osnabrück, reveals hints for such motivation and analyses them mainly by statements of the involved agents.

The conclusion will show that »grey« literary magazines do not form a »counter public« or alternative of the commercial literary system as some of their editors state and as propagandists have claimed since the sixties. Instead, they are an integrated element of the system. From this point of view, »grey« literary magazines accomplish two important functions: they satisfy the agents' needs and they support the established literary system by relieving it from demands it cannot fulfil.

Inhalt

1	Einleitung	6
1.1	Zur Begriffs- und Gegenstandsbestimmung	6
1.2	Methodisches Vorgehen	8
2	Funktionen und Institutionen im deutschen Literarischen Handlungssystem der Gegenwart	10
2.1	Literaturproduktion	10
2.1.1	Berufsbild Literaturproduzent	10
2.2	Literaturvermittlung	11
2.2.1	Verlage	12
2.2.1.1	Programmplanung	13
2.2.1.2	Lektorat	13
2.2.2	Buchhandel	14
2.3	Literaturrezeption	14
2.3.1	Literarische Sozialisation	15
2.3.2	Literaturbegriff	15
2.4	Literaturverarbeitung	16
2.4.1	Konsens und Autorität: Kanonbildung	16
2.5	Alternativpresse und »Grauer Markt«	17
2.5.1	Die sechziger bis achtziger Jahre: »Gegenöffentlichkeit« und Vernetzung	17
2.5.2	Die neunziger Jahre: »Grauer Markt«	19
2.6	Zusammenfassung und Hypothesenbildung: Funktionen »grauer« Literaturzeitschriften	22
3	Das Beispiel der Osnabrücker »Zwischenzeile«	26
3.1	Projektbeschreibung »Die Zwischenzeile«	26
3.1.1	Format, Druck und Vertrieb	26
3.1.2	Beteiligung an der Zeitschrift	27
3.1.2.1	Die Redaktion	27
3.1.2.2	Beiträgerinnen und Beiträger	27
3.1.2.3	Einsenderinnen und Einsender	28
3.1.2.4	Zusammenfassung	29
3.1.2.5	»Die Zwischenzeile« als Beispiel für »graue« Literaturzeitschriften	30
3.1.3	Die »literarische Situation« Osnabrücks	31
3.1.4	Konzeptwandel der »Zwischenzeile«	31

3.1.5	Die Beiträge	32
3.2	Erwartungen an die Zeitschrift	33
3.2.1	Analyse ausgewählter Zuschriften	33
3.2.1.1	Projektkritik	33
3.2.1.2	Emotionale Reaktionen	36
3.2.1.3	Kooperationsangebote	37
3.2.1.4	Pseudonyme	38
3.2.1.5	Literarische Werbung und Bewerbung	38
3.2.2	Zusammenfassung	43
4	Zusammenfassung und Schlussfolgerung	45
5	Literaturverzeichnis	48

1 Einleitung

„Brauchen wir eine ‚Unabhängige Zeitschrift für unabhängige Literatur‘?“¹ Mit dieser eher rhetorischen Frage eröffnete ich im Januar 1993 die erste Ausgabe der »Zwischenzeile«. Wenige Wochen zuvor hatte ich über Aushänge in der Osnabrücker Universität Interessierte gesammelt, um die neue Literaturzeitschrift zu produzieren.

Die Eingangsfrage steht in dieser Arbeit erneut im Mittelpunkt. Blickrichtung ist dieses Mal allerdings nicht die subjektive Einschätzung des Nutzens einer solchen Zeitschrift für eine studentische Initiative und ihr potentiellles Publikum. In der vorliegenden Arbeit wird die »Zwischenzeile« als Funktionsträgerin im Literaturbetrieb der neunziger Jahre gesehen: Wozu kann eine »alternative« oder »graue« Literaturzeitschrift in einem kommerziellen Literatursystem dienen?

»Die Zwischenzeile« erschien von 1993 bis 1996 in Osnabrück. Sie veröffentlichte ausschließlich Erstdrucke lokaler, studentischer oder sonstiger AutorInnen. Während der mehr als dreijährigen Arbeit an diesem Projekt sind mir einige Handlungsmuster und Erwartungen aufgefallen, die im Zusammenhang mit der Zeitschrift immer wieder hervortraten: AutorInnen sandten unaufgefordert ihre Texte ein und versuchten mit teilweise großem Aufwand, ihre Veröffentlichungschancen zu erhöhen. Viele äußerten den Wunsch nach Reaktion und Kritik. Einzelne deuteten an, dass sie das Schreiben zu ihrem Beruf machen wollten. Oft gingen Anmerkungen und Kritik zum Inhalt der Zeitschrift ein.

Offenbar gibt es Bedürfnisse und Erwartungen, die an ein solches Projekt gerichtet werden und anderswo nicht erfüllt werden können. Diese Bedürfnisse scheinen gesellschaftlich vermittelt zu sein. Daher gehe ich der Frage nach, wie die Handlungen, die im Zusammenhang mit der »Zwischenzeile« auftraten, mit dem Gesellschaftsbereich Literatur verbunden waren.

Da »Die Zwischenzeile« bei weitem kein einzigartiges Phänomen war, sondern es eine große Zahl von Publikationen dieser Art gibt, soll und kann sie hier nur als Beispiel für den Typus »grauer Literaturzeitschriften« dienen. Es handelt sich also um eine Fallstudie, der ich allerdings eine allgemeinere Aussagekraft unterstelle. Inwiefern die »Zwischenzeile« diesen Typus repräsentiert, wird im Verlauf der Untersuchung geklärt.

1.1 Zur Begriffs- und Gegenstandsbestimmung

Der Begriff »grau« wird in Bezug auf Publikationen verwendet, um zu kennzeichnen, dass sie nicht im regulären Mediensystem erscheinen. Oft wird von diesen Publikationen auch als »alternativen« Publikationen geredet.

¹ Nils Kaczenski: Liebes Publikum!, in: Die Zwischenzeile Heft 1 (Januar 1993), S. 3.

Besonders in den siebziger Jahren definierte sich die »Alternativpresse« selbst vorrangig durch politische Anliegen. Sie wollte »Gegenöffentlichkeit« herstellen und dazu beitragen, neue Gesellschaftsformen zu entwickeln. Daher legte sie Kriterien zu Grunde, die vor allem Wirtschafts- und Arbeitsweisen betrafen. Zu einer »alternativen« Zeitschrift gehörten so der Vorrang idealistischer vor ökonomischen Zielen, eine hierarchiefreie Selbstorganisation und vor allem ein Verständnis von journalistischer Partizipation und Authentizität, das die Grenze zwischen Autoren- und Leserschaft aufheben wollte.²

Diese Kriterien treffen auf den heutigen »Grauen Markt« nicht mehr ohne weiteres zu. Sinnvoller erscheint eine formale Abgrenzung, wie Alexander Bohr sie 1980/1984 vorgeschlagen hat. Ausgehend von der Einschätzung, dass alternative Publizistik inhaltlich, formal und politisch sehr heterogen ist, identifiziert Bohr den *Vertriebsweg* der Publikationen als das Merkmal, das sie von etablierten Zeitschriften abgrenzt. »Alternativzeitschriften« sind für ihn daher

„alle diejenigen Publikationen, die in regelmäßiger oder unregelmäßiger Folge unter gleichem Titel in deutscher Sprache erscheinen und – unabhängig davon, ob sie auch auf anderen Vertriebswegen zugänglich sind – über die überregional ausliefernden Organisations- und Vertriebszentren der sogenannten ›Alternativ-Scene‹ zu beziehen sind bzw. waren und in deren Katalogen als Zeitschriften nachgewiesen sind.“³

Bereinigt um den methodisch problematischen Bezug auf die „Alternativ-Szene“, die so nicht mehr existiert, lässt sich ein brauchbarer Begriff von »grauen Zeitschriften« entwickeln. Dabei beziehe ich mich nicht positiv auf »alternative« Strukturen, sondern sehe die Grenze da gezogen, wo eine Publikation nicht über die »regulären« Wege bezogen werden kann.

Definition: »Graue Zeitschriften« sind solche regelmäßig oder unregelmäßig erscheinenden Zeitschriften, die nicht regulär über das etablierte buchhändlerische Vertriebssystem und den Zeitschriftenvertrieb erschlossen werden können.

Unter »Literaturzeitschriften« verstehe ich solche Zeitschriften, die vorrangig literarische Beiträge (Primär- oder Sekundärliteratur) bringen. »Literarisch« ist hierbei eine nichtnormativ gebrauchte Klassifikation. Das Attribut »literarisch« wird einem Text durch AutorInnen und Publikum zugeschrieben: Es ist literarisch, was als literarisch gilt.

² Beywl/Brombach: *Alternativpresse*, S. 554-565. Auf diese Kriterien rekurriert auch Stamm: *Öffentlichkeit*.

³ Bohr: *Alternativzeitschriften*, S. 248f.

1.2 Methodisches Vorgehen

Zur theoretischen Fundierung der Untersuchung beziehe ich mich auf das Siegener Konzept der »Empirischen Literaturwissenschaft«, das von Siegfried J. Schmidt u.a. seit Beginn der achtziger Jahre ausgearbeitet wird. In aller Kürze sollen hier einige zentrale Begriffe genannt werden.

»Literatur« fasse ich als ein soziales System auf, das *Literarische Handlungssystem*. Es wird gebildet und erhalten durch *kommunikative Handlungen* der beteiligten Menschen. Diese Handlungen unterliegen gewissen Strukturierungen, die sich auf *Rollenmuster* der Handlungsträger zurückführen lassen. Schmidt unterscheidet vier Handlungsrollen literarischer Kommunikation: *Produktion* literarischer Texte, *Vermittlung* literarischer Texte, *Rezeption* literarischer Texte und *Verarbeitung* literarischer Texte. Literarische Texte existieren nicht von selbst und »für sich«, sondern sie sind Ergebnisse und Objekte individueller oder kollektiver Handlungen. Auch eine Bedeutung tragen literarische Texte nicht »selbst«, sondern sie wird ihnen individuell von jedem einzelnen Aktanten in einem aktiven Prozess zugeordnet, der nach gesellschaftlich bedingten Regeln abläuft. Den vier Rollen lassen sich historisch entstandene Institutionen zuordnen, etwa Autoren, Verlage, Leser und Kritiker.

Die oben gestellte Kernfrage dieser Untersuchung: „Wozu dient eine »graue« Literaturzeitschrift im Literatursystem?“ zielt auf die Funktion, die diese Zeitschrift für das System übernimmt. Um diese Funktion analysieren zu können, muss zunächst Klarheit herrschen, wie das System aufgebaut ist. Deshalb beginnt diese Arbeit mit einer knappen Systembeschreibung. Von Interesse sind dabei die wesentlichen Institutionen und Handlungsmuster, die den gesellschaftlichen Handlungsbereich »Literatur« regeln.

Die hierfür verwendete Forschungsliteratur ist recht heterogen. Leider liegt nicht für alle literarischen Handlungsbereiche aktuelle wissenschaftliche Literatur empirischer Ausrichtung vor. Daher wird oft auf zusammenfassende Darstellungen auch aus anderen Gebieten zurückgegriffen. Für den Bereich »Alternativliteratur/Grauer Markt« wiederum liegt fast überhaupt keine aktuelle Literatur vor. Dieses Feld ist aufgrund seiner Eigenheiten schwer zugänglich: Kennzeichen ist ja eben, dass der reguläre Vertrieb nicht genutzt wird. Andererseits handelt es sich hier um ein vernachlässigtes Forschungsfeld, dessen Untersuchung relevante Erkenntnisse über das Literatursystem als ganzes ermöglichen könnte. Es steht zu hoffen, dass an die versiegten Forschungsversuche der siebziger und achtziger Jahre wieder angeknüpft wird.

Am Ende dieses Kapitels steht die Schlussfolgerung, welche Bedürfnisse in Bezug auf literarische Kommunikation innerhalb des kommerziellen Literatursystems erfüllt werden können und welche nicht. Daraus leite ich Hypothesen ab, welche Bedürfnisse an eine »graue« Literaturzeitschrift herangetragen werden und welche Funktionen sie so übernehmen kann.

Diese Hypothesen werden am Beispiel der »Zwischenzeile« überprüft. Zunächst werden das Projekt und seine Ergebnisse eingehend vorgestellt, um die Rahmenbedingungen der Zeitschrift aufzuzeigen. Die wichtigsten Erkenntnisse über die Erwartungen, die an die Zeitschrift herangetragen wurden, lassen sich aus einer Auswertung der Zeitschriften gewinnen. Häufig haben LeserInnen und AutorInnen ausdrücklich ihre Vorstellungen geäußert. In anderen Fällen waren die Aussagen eher implizit. Daher muss ich in diesem Teil der Arbeit auf hermeneutische Methoden zurückgreifen. Die Zeitschriften werden in mehrere inhaltliche Kategorien eingeteilt und analysiert. Aufgrund der relativ großen Zahl von Zeitschriften lässt sich ein recht detailliertes Bild von Bedürfnissen zusammenstellen.

In der Schlussfolgerung beziehe ich die Ergebnisse der Beispieluntersuchung auf die entwickelten Hypothesen. Hieraus versuche ich eine Antwort auf die oben gestellte Forschungsfrage abzuleiten. Da es sich hierbei um die Untersuchung eines einzelnen Beispiels handelt, nämlich einer konkreten Literaturzeitschrift, werden nicht alle Hypothesen mit Daten untermauert werden können. Hierfür müsste eine größere Untersuchung mehrerer unterschiedlicher Publikationen unternommen werden. Gleichwohl können die Ergebnisse meiner Arbeit als ein erster Ansatz verstanden werden, das Phänomen »graue Literaturzeitschriften« systematisch zu untersuchen.

2 Funktionen und Institutionen im deutschen Literarischen Handlungssystem der Gegenwart

Das Literarische Handlungssystem, wie es sich im Deutschland der Gegenwart darstellt, wird umgangssprachlich oft als »Literaturbetrieb« bezeichnet. Die für den betrachteten Gegenstand wichtigen Institutionen des »Literaturbetriebs« sollen kurz skizziert werden, damit ein Bild der Bedingungen zu Beginn der neunziger Jahre entsteht, als die »Zwischenzeile« erschien.

2.1 Literaturproduktion

Die Literaturproduktion scheint äußerlich nur zu einem geringen Grad institutionalisiert zu sein. Es gibt kein festes Berufsbild literarischer Autoren, keine fixierten Anforderungsprofile und kaum eine institutionalisierte Ausbildung in literarischer Produktion. Betrachtet man den allgemeinen gesellschaftlichen Autorenbegriff, so lässt sich eine Diskrepanz feststellen zwischen dem klischeehaften Bild des »Dichters« und der Berufsrealität von Literaturproduzenten. Ist jenes anti-ökonomistisch konzipiert und nahezu ausschließlich ästhetischen Kategorien und dem Ideal »literarischer Selbstverwirklichung« verhaftet,⁴ zeigt sich diese in hohem Grade von ökonomischen Gegebenheiten geprägt.

2.1.1 Berufsbild Literaturproduzent

Literaturproduktion als Berufsfeld umfasst nicht nur belletristische Literatur im engeren Sinn, sondern alle Arten von Texten, also etwa Sachbücher, Werbetexte, journalistische Formen usw. Empirische Untersuchungen haben gezeigt, dass kaum ein Literatur- bzw. Textproduzent nur literarische Texte schreibt. Ganz im Gegenteil belegt der „Autorenreport“ von Karla Fohrbeck und Andreas Wiesand, dass der größte Anteil an der Arbeit von LiteraturproduzentInnen die „Gebrauchsware“ ist: Feuilletonartikel, Rezensionen und Kritiken sowie Hörfunk- und Fernsehbeiträge. Dominante Produktionsbereiche sind dabei die Massenmedien, also Presse und Rundfunk. Arbeiten kurzer (ein bis drei Tage Produktionsarbeit) und mittlerer (Produktionszeit zwischen drei und 14 Tagen) Länge sind die häufigsten bei freien BerufsautorInnen. Ebenso stellen diese Produkte und Produktionsbereiche auch den größten Anteil am Einkommen freier AutorInnen dar.⁵

⁴ So die Analyse von Fohrbeck/Wiesand: Autorenreport, S. 346-355, die zwar bereits ein Vierteljahrhundert alt ist, aber immer noch zuzutreffen scheint. Ähnlich kritisiert auch Schnell: Literatur, S. 11f.

⁵ Fohrbeck/Wiesand: Autorenreport, S. 59-73. Fohrbeck und Wiesand haben solche AutorInnen befragt, die haupt-, teil- oder nebenberuflich, aber nicht im Rahmen einer festen Anstellung Texte produzieren; angestellte Journalisten sind hier also nicht enthalten, wohl aber „freie Journalisten“ (ebd., S. 29f). – Eine kurze, leicht aktualisierte Übersicht liefert Fohrbeck in ders.: Literatur in den Medien, in: Literaturbuch 1993/94, S. 287.

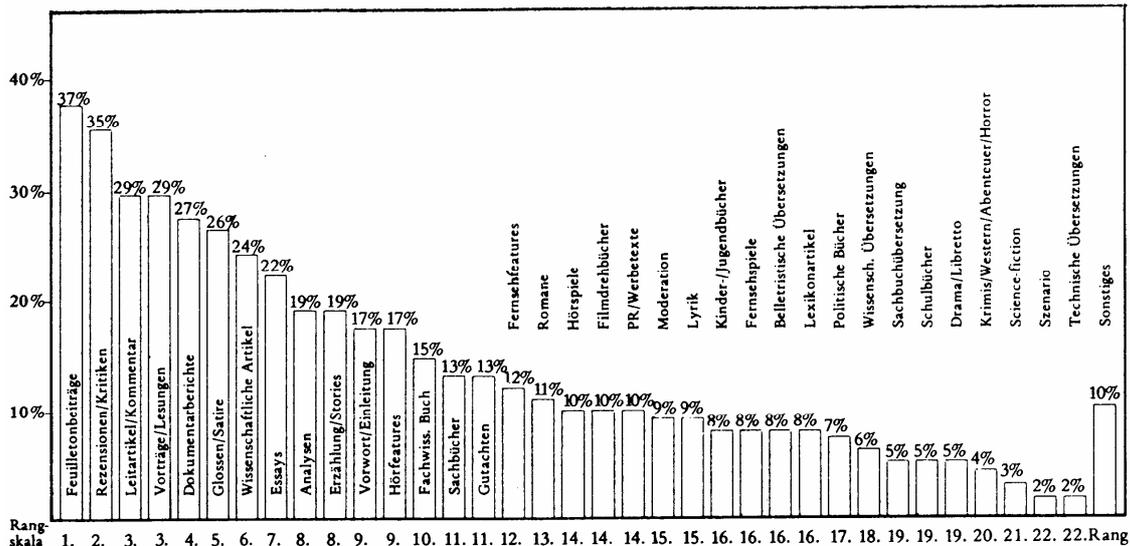


Abbildung 1: Produktionsschwerpunkte der AutorInnen (aus Fohrbeck/Wiesand: Autorenreport, S. 61). Lesebeispiel: Von 100 AutorInnen produzierten 27 Dokumentarberichte (Stand: 1971; hier zur Illustration).

Die wirtschaftliche Situation, die sich aus der berufsmäßigen Textproduktion ergibt, ist durch Abhängigkeit geprägt. Die soziale Sicherung der freien AutorInnen ist dabei fast nie der einer Angestelltentätigkeit vergleichbar.

Ebenso wie das öffentliche Berufsverständnis vom Literaturproduzenten ist auch das Ideal seiner Produktionsfreiheit ein Trugbild. Aus den oben aufgeführten Bedingungen ergibt sich eine massive Beschränkung der Produktionsfreiheit, die im wesentlichen durch die inhaltlichen wie formalen Vorgaben des Veröffentlichungsmediums bedingt ist. Auch in der Buchproduktion herrscht die Initiative des Auftraggebers, also des Verlages, bei der Konzeption eines Produktes vor: Die meisten Bücher entstehen nicht, weil der Autor ein fertiges Manuskript von sich aus anbietet, sondern weil der Produktplan es vorsieht (s.u.: Kap. 2.2.1.1). Hierbei wird oft ein kurzes Exposee an den Autor gesandt oder mit ihm erarbeitet, auf dessen Grundlage er unter Rücksprache mit dem Lektorat ein Manuskript ausarbeitet.⁶

2.2 Literaturvermittlung

Das Vermittlungssystem der Bundesrepublik ist nach ökonomischen Gesichtspunkten strukturiert. Das Literarische Handlungssystem wird als »Buchmarkt« aufgefasst, in dem die AutorInnen die Produktion und die LeserInnen die Kundschaft darstellen. Dementsprechend haben der produzierende und der verbreitende Buchhandel die Aufgabe, als Anbieter auf dem Markt die Ware »Buch« bzw. »Literatur« in einer Konkurrenzsituation bereitzuhalten und zu verkaufen.

⁶ Schwenger: Literaturproduktion, S. 49.

Spätestens seit den fünfziger Jahren ist der Buchmarkt ein »Käufermarkt«, auf dem das Angebot die Nachfrage weit übersteigt, was erhebliche Marktanstrengungen der Anbieter erfordert.⁷ Durch zwei Bedingungen unterscheidet sich dieser Markt von anderen ökonomischen Subsystemen: in erster Linie durch die Preisbindung, die die Ware Buch von Angebot-Nachfrage-Preisbildungsprozessen enthebt,⁸ in zweiter Linie durch eine hochentwickelte und leistungsfähige Infrastruktur, die trotz starker Konkurrenz und Konzentration eine optimale kundennahe Versorgung auch in ländlichen Gebieten gewährleistet.⁹

2.2.1 Verlage

Während die allgemeine und vielfach auch die wissenschaftliche Auffassung vom Verlag dem Bild des »klassischen Verlegers« anhängt und den Verlag als humanistisches Instrument der Aufklärung begreift, ist die tatsächliche Position eine andere. Ziel eines Verlags als ökonomischer Institution ist die Gewinnmaximierung. Die inhaltliche Qualität eines Buches ist dabei nur eines unter vielen Kriterien für seinen Verkaufserfolg; entscheidend ist das marktstrategische Handeln derer, die am Verkauf interessiert sind.

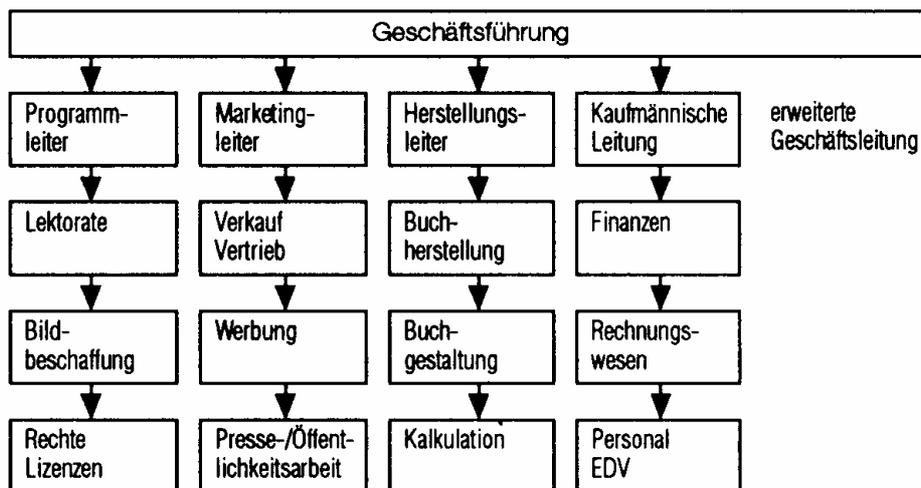


Abbildung 2: Typische Struktur managementgeführter Verlage (Behm u. a.: Büchermacher, S. 13).

Im Regelfall ist ein Verlag heutzutage nach modernen Managementrichtlinien organisiert. Geleitet wird er von angestellten Verlagsleitern, die für das Programm und die kaufmännische Leitung verantwortlich sind.¹⁰ Eine typische Verlagsstruktur zeigt Ab-

⁷ Behm u.a.: Büchermacher, S. 1.

⁸ Die Aufhebung der Preisbindung wurde immer wieder diskutiert. Erfahrungen mit der Preisfreigabe in Skandinavien und Frankreich (wo sie später wieder aufgehoben wurde) hatten gezeigt, dass eine solche Maßnahme keinen positiven Gesamteffekt zeitigt. Derzeit ist im Rahmen der EU-Gesetzgebung eine erneute Diskussion darüber im Gange.

⁹ Röhring: Buchverlag, S. 2f.

¹⁰ Zum folgenden: Röhring: Buchverlag, S. 8-10, und Behm u.a.: Büchermacher, S. 13-15 sowie 24f.

bildung 2. Zur betriebsinternen Kommunikation und Koordination sind Abteilungsleiter-, Lektorats- und Verlagsleitungskonferenzen fest institutionalisiert.

2.2.1.1 Programmplanung

Die Programmplanung erfolgt durch eine Programmkonferenz, der hauptsächlich die Lektoren, die Fachbeiräte und die Verlagsleitung, daneben aber auch die Finanz- und Vertriebsabteilungen angehören.¹¹ Grundlage des Programms sind nur selten unverlangt eingesandte Manuskripte, die je nach Verlag nur 0 bis 5 Prozent des späteren Programms ergeben, sondern die Themenplanung verläuft zielgerichtet: Die Konzeption von Buchprojekten geht typischerweise von Marktanalysen aus. Erster Schritt eines Projekts ist die Themenfindung, meist in Abhängigkeit von bestehenden Reihen. Erst im zweiten Schritt wird ein Autor gesucht, mit dem das Projekt abgesprochen wird. Leitlinie der Programmplanung ist das Profil des Verlagsprogramms, das neben gutverkäuflichen Titeln, die die wirtschaftliche Basis des Verlags darstellen, in der Regel eine breite Palette an weiteren Projekten umfasst. Diese können unter Umständen auch Zuschussgeschäfte sein, machen das Image des Verlags als engagierter Kulturvermittler jedoch erst möglich.

2.2.1.2 Lektorat

Eine der wichtigsten Handlungsrollen innerhalb eines Verlags ist im Hinblick auf literarische Vermittlung die des Lektors. Das Berufsbild des Lektors, das erst wenige Jahrzehnte alt ist, ist sehr heterogen. Je nach Verlag variiert das Aufgabenspektrum zwischen dem »Mädchen für alles« (von der Konzeption über die Herstellung bis zur Werbung) über die verantwortliche Programmkonzeption im oben beschriebenen Sinne bis hin zu enger Korrekturarbeit.¹²

Typische Aufgabe des Lektorats ist das »Projektmanagement«: die Beratung der Verlagsleitung bei der Programmpolitik, die Beurteilung von Exposees und Manuskripten, die Bearbeitung von Manuskripten bis zur Druckreife und die Betreuung der AutorInnen innerhalb des Verlags. Nicht selten hat das Lektorat dabei erheblichen Anteil an der endgültigen Fassung eines Textes.¹³

Der Kontakt zu neuen AutorInnen geschieht häufig über andere Autoren des Verlags, zunehmend auch über Literaturagenten, die von AutorInnen mit der Vermittlung ihrer Arbeiten an einen Verlag betraut werden.¹⁴ Auf diese Weise ergibt sich für beide Seiten

¹¹ Röhring: Buchverlag, S. 134-138.

¹² Hierzu: Röhring: Buchverlag, S. 11-20.

¹³ Auf den Anteil des Lektorats an der Textproduktion hat Hiller bereits 1966 in seiner buchsoziologischen Studie mit zahlreichen Beispielen aus der klassischen Literatur hingewiesen (ders.: Sozialgeschichte, S. 7-48).

¹⁴ Röhring: Buchverlag, S. 30f.

eine höhere Erfolgsquote bei der Vermittlung eines Manuskripts, als sie durch bloßes Einsenden durch den Autor selbst entstünde. Der Grund dafür liegt auf der Hand: Ein Lektorat wird – je nach Größe und Bekanntheitsgrad des Verlags – mit mehreren hundert bis mehreren Tausend unverlangt eingesandten Manuskripten »überschwemmt«. Die Selektion dieser Manuskripte erfordert viel Arbeit, die die Durchsicht im Einzelfall sehr kurz machen kann, wenn das Buch den Anforderungen des Verlags nicht genügt.¹⁵ Wird ein Manuskript über einen Mittler angeboten, dem das Lektorat Kompetenz unterstellt, so kann das Lektorat davon ausgehen, dass bereits ein Selektionsprozess stattgefunden hat.

2.2.2 Buchhandel

Die Angebotspolitik einer Buchhandlung steht unter schwierigen Rahmenbedingungen. Einerseits muss eine Sortimentsbuchhandlung eine sehr große Bandbreite an Titeln vorrätig halten, um als kompetenter Handelspartner ernstgenommen zu werden. Andererseits muss ein angemessener Anteil des Programms reelle Verkaufschancen innerhalb eines überschaubaren Zeitraums haben, damit die Investition nicht versandet. Nur von Titeln, die einen großen Absatz versprechen, werden Mehrfachexemplare bereitgehalten. Schwerverkäufliche Bücher werden nach kurzer Zeit aus dem Sortiment genommen, um den knappen Regalplatz freizugeben.¹⁶ Am Gesamtumsatz des Buchmarktes hat der Sortimentsbuchhandel einen Anteil von etwa 60 Prozent. Damit ist er als diejenige Instanz zu betrachten, über die die Rezipienten die Literatur beziehen.¹⁷

2.3 *Literaturrezeption*

Allgemein wird davon ausgegangen, dass sich in Bezug auf Literaturrezeption, d.h. »Lesen« im bildungsbürgerlichen Sinne als Lesen von (literarischen) Büchern, die bundesdeutsche Gesellschaft sowohl qualitativ als auch quantitativ drittelt: Ein Drittel der Bevölkerung zählt demnach zu den »NichtleserInnen«, ein Drittel zu den gelegentlichen LeserInnen und ein Drittel zu den »VielleserInnen«.¹⁸ Dabei lässt sich eine Verbindung zwischen Bildungsgrad und Lesegewohnheiten nachweisen: Wer einen hohen formalen

¹⁵ Vgl. etwa das Interview Sandra Klauckes mit dem Suhrkamp- und Insel-Lektor Christian Döring in Uschtrin/Klaucke: *Handbuch*, S. 45-55, sowie Fohrbeck/Wiesand: *Autorenreport*, S. 173.

¹⁶ Vgl. hierzu Duijx, van Rees, Verdaasdonk: *Choice Behavior*, S. 440-444.

¹⁷ *Buchhandel in Zahlen*, S. 26.

¹⁸ Vgl. z.B. Berginz-Plank: *Literaturrezeption*, S. 126, und *Buchhandel in Zahlen*, S. 18. Bereits 1968/1970 wies Rudolf Schenda darauf hin, dass die Annahme, das Lesen seit gesellschaftsweit verbreitet, besonders historisch unhaltbar und eher ein Ausdruck ideologischer Betrachtung ist: „Wer sich selbst mit Büchern umgibt, versperrt sich allzu leicht den Blick auf das Volk ohne Buch.“ (ders.: *Volk ohne Buch*, S. 461).

Bildungsgrad besitzt, beschäftigt sich häufiger und intensiver mit Literatur als weniger Qualifizierte.¹⁹

2.3.1 Literarische Sozialisation

Die Ursache für den Zusammenhang zwischen formaler Bildung und Lesehäufigkeit wird in der »literarischen Sozialisation« gesehen. Sozialpsychologisch betrachtet, findet die wesentliche Prägungsphase diesbezüglich bereits beim Lesenlernen statt: Eine positive Erfahrung (»ich schaffe das«) kann positive, eine Überforderungserfahrung negative Einstellungen zum Lesen bewirken. Damit hängt die emotionale Grundeinstellung zu Literatur eng mit individuellen und sozialen Faktoren zusammen.²⁰

Der Literaturunterricht in der Schule hat einen erheblichen Einfluss auf die institutionalisierte Rezeption. In einer Untersuchung von typischen Unterrichtsformen kommt Els Andringa zu dem Ergebnis, dass schulischer Literaturunterricht die individuelle Rezeption der Einübung konventionalisierter Kommunikationsmuster unterordnet. Wie Literatur zu behandeln sei, was sie aussagen solle oder könne und was von bestimmten Genres oder Inhaltstypen zu erwarten sei, wird paradigmatisch festgelegt. Die Anwendung dieses Paradigmas wird den SchülerInnen vorgeschrieben, wenn sie das Unterrichtsziel erreichen wollen.²¹

2.3.2 Literaturbegriff

Zum allgemeinen Begriff von »Literatur« in der Bundesrepublik ist 1980 von Dagmar Hintzenberg, Siegfried J. Schmidt und Reinhard Zobel eine empirische Studie vorgelegt worden. Ihr zufolge bezeichnet etwa ein Fünftel der Deutschen alles Lesbare als »Literatur«, während drei Viertel der Bevölkerung diese Bezeichnung nur differenziert verwenden. Von einer großen Mehrheit werden klassische Werke, Gedichte, Erzählungen/Romane und Kurzgeschichten als Literatur aufgefasst. Wenige Nennungen erhielten Heftromane, utopische Romane, Krimis, Märchen und Comics.²²

Daraus lässt sich folgern, dass der Literaturbegriff von traditionellen Bewertungsmustern bestimmt ist: Die »klassischen« Genres gelten als literarisch, Comics, Heftromane und interessanterweise auch Märchen aber nicht. Diejenigen Werte, nach denen Genres als literarisch definiert werden, scheinen also kanonabhängig zu sein.²³

¹⁹ Buchhandel in Zahlen, S. 175-177, und Hintzenberg u.a.: Literaturbegriff, S. 82.

²⁰ Meves: Lesen und Familie, S. 246-248.

²¹ Andringa: Talking, S. 158-171.

²² Hintzenberg u.a.: Literaturbegriff, S. 62f.

²³ Ebd., S. 81-82.

2.4 *Literaturverarbeitung*

Die selbst gewählte Aufgabe der Literaturverarbeitung umfasst die Beschreibung, Interpretation und Bewertung von literarischen Arbeiten. Diese Tätigkeiten stützen sich dabei nach Auffassung der Verarbeiter auf ihre Fähigkeit, inhärente Eigenschaften des Textes zu erkennen und aufgrund dieser die »Bedeutung« eines Textes zu ermitteln. Das Selbstbild von Kritikern und Rezensenten enthält das Postulat der Autonomie, in der künstlerische Kriterien Ausschlag gebende Gültigkeit besäßen.²⁴ Diese Vorstellung allerdings ist nach van Rees methodologisch unhaltbar, denn die zur Bewertung angewandten Kriterien sind kontext- und anwenderabhängig, somit empirisch nicht fassbar und daher nicht zu einer prüfbaren Logik zu verbinden. Es handele sich somit nicht um eine Einschätzung, sondern eine *Zuschreibung* des literarischen »Wertes«.²⁵

Die Zuschreibung derartiger »Eigenschaften« geschehe, so van Rees, aufgrund von – meist impliziten – Literaturkonzeptionen, die Definitionen angeblicher Textqualitäten umfassten und daraus ableiteten, wie ein Text beschaffen sein müsse, um »gut« zu sein. Diese Literaturkonzeptionen seien institutionalisiert; allerdings existierten mehrere konkurrierende Konzepte davon, was Literatur sei und wie mit ihr umzugehen sei. Debatten unter Literaturverarbeitern erfolgten daher oft auf Basis völlig unterschiedlicher Grundannahmen und sind dadurch nicht entscheidbar. Ziel solcher Debatten kann für Verdaasdonk nicht die Wahrheitsfindung sein, sondern nur der Prestigegewinn der beteiligten Aktanten und die Verbindlichkeit ihrer Konzeptionen.²⁶

2.4.1 Konsens und Autorität: Kanonbildung

Eine wesentliche Aufgabe der Literaturverarbeitung scheint in der Herstellung einer verbindlichen Auffassung von Literatur zu liegen. Durch die normative Festschreibung von Literaturkonzepten stellt sie einen Konsens über »wichtige« und »wertvolle« Texte und AutorInnen her. Dieser kann sich überinstitutionell verfestigen und längerfristig zur Bildung eines Kanons akzeptierter Literatur führen.²⁷

Ergebnis für das Literatursystem ist eine relative Einigkeit, welche Texte eine Beschäftigung verdienen und mit welchen Begriffen diese ausgedrückt wird.²⁸ Diese kanonisierte Auffassung von Literatur schlägt dabei häufig auf die Literaturproduktion und auf die Literaturrezeption zurück, indem bestimmte „Strukturmodelle“ unterstützt werden, deren Produktion größere Chancen auf Beachtung verheißt und die rezeptiv als »die« Literatur verstanden werden.²⁹

²⁴ Janssen: Reviewers, S. 185f.

²⁵ van Rees: Consensus, S. 275-280; van Rees: Foundation, S. 187-190.

²⁶ Verdaasdonk: Attribution, S. 385.

²⁷ Ebd., S. 390.

²⁸ van Rees: Consensus, S. 282-284; Janssen: Reviewers, S. 187.

²⁹ Shavit: Canonicity, S. 232f.

2.5 *Alternativpresse und »Grauer Markt«*

Jenseits des etablierten »Literaturbetriebs« gibt es ein reges literarisches Leben, das als »Alternativliteratur« oder »Grauer Markt« bezeichnet wird. Die Handlungsweisen in diesem speziellen Bereich unterscheiden sich wesentlich von denen, die oben dargelegt wurden. Nachfolgend wird die Institutionalisierung der »Alternativpresse« bzw. des »Grauen Literaturmarkts« beschrieben und analysiert. Hierfür liegt im wesentlichen nur Literatur aus dem Alternativbereich selbst vor, die empirisch nicht sehr verlässlich ist (Autobiographie-Effekt). Daher wird dieses Kapitel in knapper Form die Geschichte der »Alternativliteratur« in Verbindung mit der »Alternativpresse« von den späten sechziger Jahren bis zu den achtziger Jahren sowie die Tendenzen der neunziger Jahre aufzeigen.

2.5.1 Die sechziger bis achtziger Jahre: »Gegenöffentlichkeit« und Vernetzung

TeilnehmerInnen der deutschen »Alternativliteratur-Szene« berufen sich häufig – und nahezu unisono – auf gemeinsame Wurzeln in der Studentenbewegung der späten sechziger Jahre. Kritik an der Kommerzialisierung des »Literaturbetriebs«, an der Medienkonzentration und an etablierten Institutionen allgemein sind Stichworte, die zur Selbst- und Fremdbeschreibung der »Scene«, wie sie sich später nannte, herangezogen werden.³⁰

Der Bereich nichtprofessioneller Literaturproduktion und -vermittlung der sechziger und siebziger Jahre hing eng zusammen mit dem der »Alternativpresse-Bewegung«, die eine »Gegenöffentlichkeit« zur etablierten Medienlandschaft herstellen wollte. Ziel dieser »Gegenöffentlichkeit« war die Information und Diskussion vorrangig politischer Anliegen. Dabei verstanden die AnhängerInnen dieser Idee ihre Publizistik bewusst als Konkurrenz oder Korrektur der »bürgerlichen« Medien. Häufig lassen sich auch ein politisches Selbstverständnis der literarischen »Alternativ«-AutorInnen sowie Verknüpfungen zwischen politischer und literarischer Kommunikation feststellen; in Teilen diente Literatur als politisches Ausdrucksmittel.³¹

Schnell bildete sich jedoch eine eigene Struktur alternativer Medien heraus, die spätestens seit der Mitte der siebziger Jahre die »alternative Öffentlichkeit« nahezu vollständig von der allgemeinen Öffentlichkeit entkoppelte und die Kommunikation bewegungsintern verlaufen ließ. Schon die mangelnde Professionalität vieler »Zeitungsmacher«, aber vor allem das fehlende Kapital und die fehlenden Vertriebsmittel versagten es den alternativen Medien, eine größere Öffentlichkeit zu erreichen. Das Konzept der »Gegenöffentlichkeit« ging nicht auf. Die Funktion der alternativen Medien für die al-

³⁰ So z.B. von Schubert: Vorwort, S. 3-13, und später in ders.: Literaturszene, S. 126-141; ebenso von Wintjes: Selbstverständnis, S. 15-20 (sowie in vielen weiteren Beiträgen dort).

³¹ Anschaulich dokumentiert durch Emig u. a.: Alternativpresse, passim.

ternativen Bewegungen lag damit eher in einer Selbstverständigung einer relativ klar umrissenen sozialen Gruppe.³²

Die politischen und weltanschaulichen Positionen der ProtagonistInnen der »Alternativliteratur« waren höchst heterogen, was sich u. a. in zahlreichen Diskussionen politischer oder künstlerischer Natur äußerte. Zur Koordinationszentrale einer Kerngruppe Beteiligter entwickelte sich rasch das 1969 von Josef Wintjes in Bottrop gegründete »Literarische Informationszentrum«, dessen Kern eine Versandbuchhandlung für Alternativliteratur war.³³ Das von Wintjes 1972 bis 1990 herausgegebene »Ulcus Molle Info« wurde zu einem zentralen Organ der »Scene«, in dem literarische Beiträge, Rezensionen und Diskussionsbeiträge zum politischen (Selbst-) Verständnis der »Alternativliteratur« erschienen.

Die Alternativliteratur-Bewegung segmentierte sich im Laufe der siebziger Jahre in eine ganze Reihe weitgehend selbstständiger Subkulturen, die sich in verschiedenen literarischen Alternativströmungen niederschlugen. Dieser Prozess verlief parallel zur Segmentierung der Neuen Sozialen Bewegungen, die mit einer Zersplitterung von »Teilöffentlichkeiten« einherging.³⁴ Bis zum Ende der 70er Jahre hatte das »Literarische Informationszentrum« eine integrative Funktion für einen großen Teil des alternativen Literaturbereichs, die es durch publizistische Vernetzungsversuche wie »Szenen-Reader« und »Handbücher« mit Adressen und Selbstdarstellungen zu unterstützen suchte.³⁵

Versuche, durch Stärkung einer kommunikativen Infrastruktur zu einer Institutionalisierung alternativer Literatur zu kommen, umfassten vor allem klassische Mittel der Interessen- oder Verkaufsförderung. Ein teilweise erfolgreicher Institutionalisierungsversuch war die Gründung der »Arbeitsgemeinschaft alternativer Verlage und Autoren (AGAV)« (1975). Als klassischer Interessenverband versuchte die AGAV interne Kommunikation sicherzustellen und organisierte bis 1984 die »Gegenbuchmesse« in Frankfurt als Opposition zur Frankfurter Buchmesse.³⁶ Auf ähnliche Weise bemühen sich die OrganisatorInnen der »Mainzer Minipressen Messe« seit 1970 um Vernetzung und Öffentlichkeit für die alternative Literaturszene. Sie ist alle zwei Jahre ein akzeptierter Treffpunkt der alternativen Literaturszene, der durch finanzielle Förderung durch die Stadt Mainz sowie die Angliederung an das Gutenberg-Museum institutionalisiert ist.³⁷

³² Stamm: Öffentlichkeit, S. 151-153 und ausführlich S. 54-96; Rösch-Sondermann: Bibliographie, S. 15.

³³ Josef Wintjes ist 1995 unerwartet verstorben; das Informationszentrum existiert nicht mehr. Sein umfangreiches Archiv befindet sich als Teil des Archivs für Alternativkultur im Institut für Europäische Ethnologie der Humboldt-Universität in Berlin.

³⁴ Stamm: Öffentlichkeit, S. 50.

³⁵ Schubert: Literaturszene, S. 130-132.

³⁶ Volpers: Kleinverlage, S. 48f; Bohr: Alternativzeitschriften, S. 285-287.

³⁷ Bohr: Alternativzeitschriften, S. 286f.

2.5.2 Die neunziger Jahre: »Grauer Markt«

Die Alternativliteratur-Bewegung der siebziger und achtziger Jahre existiert nicht mehr. Sie war eng verbunden mit der »Alternativbewegung«, die als solche ebenfalls nicht mehr existiert: Sie hat sich entweder institutionalisiert – von zentraler Bedeutung sind hierbei die Gründung der »tageszeitung (taz)« 1979 und der Partei »Die Grünen« 1980 und ihre Etablierung – oder aufgelöst bzw. ihre Vernetzung und die übergreifenden Konzepte soweit reduziert, dass sie in thematisch und regional eng begrenzte Vereine, Projekte und Gruppierungen zerfallen ist. Derselbe Prozess lässt sich auch im alternativen Literaturbereich erkennen. Die einigenden Organisationsversuche haben entweder zur Etablierung neuer Verlage oder ähnlicher Institutionen geführt, oder sie sind aufgegeben worden. Ebenso fehlt ein übergreifendes Ziel, wie es die politischen Utopien der siebziger Jahre dargestellt haben.

Trotzdem besteht ein recht lebhafter Bereich alternativer Literatur, der allerdings weit schwächer und grundlegend anders strukturiert ist. Statt von »Alternativliteratur« lässt sich besser von einem »Grauen Markt« reden: Gemeint ist jener heterogene Bereich von Literatur, die außerhalb des regulären Vertriebs erscheint und nicht über den Buchhandel erschlossen werden kann.

Eine zentrale Kommunikationsinfrastruktur besteht in diesem Bereich nicht. Bis 1995 bestand über das »Literarische Informationszentrum« in Bottrop noch die Möglichkeit, einen großen Teil des »Grauen Marktes« zu erreichen. In dem Magazin »Impressum«, das von Josef Wintjes seit 1987 herausgegeben wurde und seit seinem Tod von Bruno Runzheimer in Essen fortgeführt wird, werden Informationen ausgetauscht und Diskussionen geführt. Das Magazin, das literarische Beiträge, Diskussionsbeiträge, Informationen zum Literaturbetrieb und einen Anzeigenteil umfasst, wird von einer Reihe von Kleinverlagen, Literaturzeitschriften, AutorInnen und sonstigen Institutionen bezogen und scheint eine wichtige Vernetzungsfunktion zu übernehmen.

Allgemein haben Literaturzeitschriften als Publikationsmöglichkeit eine große Bedeutung im »Grauen Markt«. Ihre Zahl ist kaum überschaubar, weil sie einer hohen Fluktuation unterliegt, außerdem sind die Zeitschriften höchst unterschiedlich in Bezug auf Strukturmerkmale, inhaltliche Orientierung und Verbreitung. Allenfalls lässt sich zur Orientierung eine Zahl von mehreren hundert gleichzeitig existierenden Literaturzeitschriften angeben.³⁸

Aktuelle Vernetzungsangebote gibt es auch in digitaler Form im World Wide Web. Neben einer Reihe von sog. »Online-Literaturzeitschriften« und Online-Varianten von

³⁸ Ein aktueller Versuch, mit einem Adressverzeichnis zur Vernetzung der Literaturzeitschriften und zu besseren Kontakten zwischen den Redaktionen, den AutorInnen und dem Publikum beizutragen, ist das „Handbuch deutschsprachiger Literaturzeitschriften“: Caroline Hartge (Red.): Handbuch deutschsprachiger Literaturzeitschriften (Soziokulturelle Studien 3), Gelsenkirchen/Duisburg: AutorenVerlag Matern 1997.

Printzeitschriften existieren Adresslisten von Zeitschriften und Institutionen, die mehr oder weniger regelmäßig aktualisiert werden.³⁹ Daneben werden auch Mailing-Listen mit aktuellen Informationen aus dem etablierten und dem »grauen« Literaturbetrieb geführt. Ob es diesen Angeboten gelingt, zur Bildung einer tragfähigen Infrastruktur beizutragen, lässt sich derzeit noch nicht absehen.

Seit etwa 1993 besteht innerhalb des »Grauen Marktes« eine Strömung, die sich »Social Beat« nennt. Einigende Manifeste oder ähnlich grundlegende Charakteristika gibt es nicht, auch politisch oder institutionell ist »Social Beat« nicht gebunden, was einige Schwierigkeiten aufwirft, diese Strömung zu beschreiben. Zwar behaupten manche ProtagonistInnen eine politische Orientierung: „Social bedeutet im weitesten Sinn Sozialismus“ oder „[Social Beat soll] den Blick auf die Realität schärfen, politisches Bewusstsein vermitteln, Kunst und Politik zusammenführen“⁴⁰, doch ist diese Zuordnung innerhalb und außerhalb dieser Strömung nicht unumstritten:

„Unsere Wurzeln liegen in der Musik, speziell im frühen Punk. Das ‚Social‘ bezieht sich nicht, wie medial mehrfach fälschlich verbreitet, auf ‚Sozialismus‘. Social Beat bedeutet Die Wut zum ÜberLeben, das tägliche ÜberLebensTraining, die bewußte Sicht von Unten, den Alltag als Thema“.⁴¹

Von zentraler Bedeutung scheint allein die Berufung auf den literarischen »Alternativmarkt« zu sein, die eine Unzufriedenheit mit dem etablierten »Literaturbetrieb« artikuliert:

„Junge, zornige Menschen [...] wollten den Rest der (schreibenden) Welt kräftig in den Arsch treten und als ‚außerliterarische Opposition‘ gegen langweilige Bücher und die Härte der Neunziger protestieren.“⁴²

»Offenheit« ist eines der wichtigsten Attribute, mit denen die Strömung sich selbst beschreibt. Das äußert sich u. a. in sehr unterschiedlichen Texten. Öffentliche Aktivitäten umfassen neben der Publikation in Literaturzeitschriften auch sog. »Poetry Slams«, offene Lesungen, an denen auch spontan AutorInnen aus dem Publikum teilnehmen und ihre Texte vortragen können. Die Verbindung verschiedener künstlerischer Formen, vor

³⁹ Erreichbar z.B. über die Seiten von *ligatur* e.V.: <http://www.carpe.com/lit/> (Stand: 11/98). Der Autor Oliver Gassner stellt eine regelmäßig aktualisierte Übersicht von Links zur Literatur im Netz zusammen.

⁴⁰ So der Hannoveraner Autor Karsten Flenker laut Köhler: *Social*, S. 23, und ein namentlich nicht genannter Veranstalter laut Kuhlbrodt: *Affen!*, S. 24.

⁴¹ André Dahlmeyer, zit. n. Jaromir Konecny: *Meine enge Sicht der Dinge*, Part 2, http://www.swbv.uni-konstanz.de/eu/ligatur/ljo_jk_mesdd2.html (Stand: 06/1997). Schreibweisen ebenda.

⁴² Lützow: *Sanssouci*, S. 28.

allem Literatur und Musik, aber auch Comics und Performances, ist ein Kennzeichen vieler »Social-Beat«-Veröffentlichungen.⁴³

Trotzdem existiert innerhalb der Strömung eine gruppenspezifische Tendenz der Ein- und Ausgrenzung. Während »Social Beat« prinzipiell so offen erscheint, dass dazugehört, wer sich dazuzählt, wird dieses Prinzip durch die soziale Praxis gemindert: Von einer selbstgewählten Autoritätsposition aus versuchen einzelne Akteure zu entscheiden, wer »dabei« ist und wer nicht. In einem Beitrag für eine Literaturzeitschrift schreibt Oliver Bopp:

„In Frankfurt gab es plötzlich Lesungen von Autoren, deren Namen in der Szene nie gefallen haben. Unter der Social Beat Flagge versuchten sich da Autoren einer ganz anderen Richtung (experimentell, dadaistisch) ein Stück vom Medienkuchen abzuschneiden. [...] Wir haben uns gefunden und finden uns – suchen wir unsere Leser. Viel Spaß mit alten und neuen Namen des wahren Social Beat.“⁴⁴

Angaben über die zahlenmäßige Größe der Strömung lassen sich wegen ihrer mangelnden Struktur nicht machen. Über Zeitschriften, die vorwiegend oder ausschließlich Beiträge von »Social Beat«-AutorInnen bringen, und über »Szene-Treffen« ist die Strömung recht gut vernetzt. Auch die Aufmerksamkeit des etablierten Literaturbetriebs ist relativ groß: Neben einer Zahl von Zeitungs- und Zeitschriftenartikeln, Rezensionen und Veranstaltungskritiken sind auch »Social Beat«-Anthologien in Großverlagen erschienen. Letzteres allerdings wird von Teilen der Strömung als »Ausverkauf« oder »Verrat« betrachtet:

„Sie sind avanciert/verkommen zu Lieblingen der deutschen Frauenzeitschriften. [...] Rowohlt und der Leipziger Reclam Verlag haben Anthologien herausgegeben, die auch all denen Kenntnisnahme und Urteil ermöglichen, die nicht interessiert sind an beat-life-Atmosphäre. [...] Mit Ambivalenz reagiert die Szene auf diese ihre Akkreditierung zur Hochkultur.“⁴⁵

Insgesamt scheint für die Strömung »Social Beat« die Metapher des »Club-Lebens« zu passen. Die Organisationsstruktur ist lose und beruht auf individueller oder kollektiver, insgesamt aber nicht öffentlicher Kommunikation und sporadischen informellen Treffen. Die Mitgliedschaft wird durch Selbstzuschreibung konstituiert, aber die Offenheit des Clubs wird durch Gruppendynamik, informelle Autorität und Ein-/Ausgrenzungsprozesse begrenzt.

⁴³ Vgl. zur Anschauung die sechs Textbeispiele bei Kern: *Regierungen*, S. 19.

⁴⁴ Zit. n. Konecny: Part 2.

⁴⁵ Kern: *Regierungen*.

2.6 Zusammenfassung und Hypothesenbildung: *Funktionen »grauer« Literaturzeitschriften*

Das Literarische Handlungssystem im Deutschland der Gegenwart ist zu einem hohen Grade institutionalisiert. Seine Struktur ist geprägt von professionellen und kommerziellen Interessen, die es nichtprofessionellen Aktanten schwer machen, aktiv auf das System einzuwirken.

Der leitende Bereich des Literatursystems liegt in der Handlungsrolle *Literaturvermittlung*. Am stärksten ist er nach marktwirtschaftlichen Erfordernissen organisiert und versteht das Literatursystem als »Literaturmarkt«. Die wesentlichen Institutionsformen der Literaturvermittlung – Verlage und Buchhandel – bilden die Kontaktstellen zwischen Produzenten und Rezipienten. Eine direkte Kommunikation zwischen Produzenten und Rezipienten findet nur in Ausnahmefällen statt.

Die professionelle *Literaturproduktion* hängt von der Literaturvermittlung ab. AutorInnen schreiben in der Regel im Auftrag eines Verlags oder einer Zeitungs- bzw. Zeitschriftenredaktion. Während der Produktionsphase eines (literarischen) Textes besteht typischerweise eine starke Rückkopplung zwischen der Literaturproduktion (AutorIn) und der Vermittlung (Lektorat/Redaktion). Unverlangt produzierte Texte haben nur geringe Chancen, publiziert zu werden.

Die *Literaturverarbeitung* hat eine besondere Machtposition innerhalb des Literatursystems, denn sie entscheidet zu einem hohem Grad darüber, welche Texte öffentlich wahrgenommen werden und welche nicht. Über festgelegte Einverständnisse entstehen Rückwirkungen auf die Programmpolitik des herstellenden und verbreitenden Buchhandels, die ihrerseits die Literaturproduktion beeinflussen. Auch die »Geschmacksbildung« wird in hohem Maße hiervon bestimmt, was Auswirkungen auf das Rezeptionsverhalten hat.

An der Handlungsweise von *Literaturrezipienten* wird die Institutionalisierung eines Literaturverständnisses deutlich. Die »literarische Sozialisation«, geprägt vor allem durch den Schulunterricht, vermittelt den Aktanten eine gesellschaftlich verbindliche Auffassung von Literatur und eine verbindliche Rezeptionsweise. Die Bedeutung von Bildung für die Handlungsrolle Literaturrezeption kann erklären, warum nur ein relativ geringer Bevölkerungsteil an literarischer Kommunikation teilnimmt.

Aus dieser Zusammenfassung ergibt sich, dass für nichtprofessionelle Aktanten beinahe ausschließlich die Handlungsrolle »Literaturrezeption« vorgesehen ist. Daraus folgt, dass nur ein Teil der möglichen Bedürfnisse der Aktanten in Bezug auf Literatur erfüllt werden kann. Aus der Existenz eines regen »Grauen Marktes« lässt sich schließen, dass eine große Zahl von Aktanten versucht, ihre offenen Bedürfnisse auf diesem Wege zu

befriedigen. Über die Art dieser Bedürfnisse stelle ich im folgenden einige Hypothesen auf.

- *Bedürfnis nach aktiver Partizipation (a)*: Es kann ein Bedürfnis unterstellt werden, als Kommunikator an Literarischer Kommunikation teilzunehmen, also Literatur zu produzieren und sie als Kommunikationsangebot in das Handlungssystem einzuspeisen, um Reaktionen hervorzurufen.
- *Bedürfnis nach aktiver Partizipation (b)*: Dem Kommunikationsbedürfnis kann für alle vier Handlungsrollen unterstellt werden, dass es sich nicht nur auf indirekte Kommunikation – über die Literaturvermittlung als Mediator – bezieht, sondern dass es die Intention direkter Interaktion enthält. Dies kann dadurch erreicht werden, dass die Ausübung eher »aktiver« Handlungen (Literaturproduktion und Literaturverarbeitung) erleichtert, der Wechsel von der eher »passiven« Rezipientenrolle also ermöglicht wird.
- *Bedürfnis nach Gestaltung der Kommunikation (a)*: Häufig wird Unzufriedenheit mit dem Angebot literarischer Texte geäußert. Zu vermuten ist also, dass ein Teil der (potentiellen) Literaturproduzenten versucht, den gesellschaftlichen Formen- und Inhaltskanon zu erweitern bzw. zu umgehen und »neue« Formen und Inhalte literarischer Produkte zu erarbeiten.
- *Bedürfnis nach Gestaltung der Kommunikation (b)*: Literaturrezipienten können mit der Auswahl von Produkten des »Grauen Marktes« versuchen, die Angebote des etablierten Marktes zu beeinflussen.
- *Bedürfnis nach Kompetenz-/Prestigeerweiterung (a)*: Nichtprofessionelle Literarische Handlungen dienen als »literarische Qualifikation« und können den Wechsel zum Status eines professionellen Aktanten intendieren.
- *Bedürfnis nach Kompetenz-/Prestigeerweiterung (b)*: Literaturvermittlung und Literaturverarbeitung können dem Prestigegewinn als »Entdecker« oder »Förderer« literarischer Aktanten dienen. Gleichzeitig können sie intendieren, Produzenten und Produkte in den etablierten Literaturmarkt zu integrieren, dessen Angebotspalette also zu erweitern.
- *Bedürfnis nach Gruppenbildung*: Die Ausübung von Produktions-, Vermittlungs- und Verarbeitungshandlungen dient der Gruppensolidarität, indem sie einem »Programm« unterstellt wird, über das die Gruppe sich definiert. In diesem Fall erhält die Literarische Kommunikation eine besondere Funktion für einen bestimmten Kreis von Aktanten.
- *Weitere soziale, psychologische und materielle Bedürfnisse*: z.B. Selbstentfaltung durch Entwicklung »eigener« Ausdrucksformen, Transport außerliterarischer Kommunikate (z.B. politische Inhalte), Prestigegewinn durch gesellschaftliche Anerkennung als Literaturproduzent, materieller Gewinn durch Verkauf der Produkte.

Der Beobachtung folgend, dass Literaturzeitschriften im »Grauen Markt« das bedeutendste Publikationsmedium sind, werden aus obigen Hypothesen Annahmen über die speziellen Funktionen von »grauen« Literaturzeitschriften (im folgenden: Lzs.) entwickelt.

- *Gestaltung von Kommunikation*: Lzs. ermöglichen Experiment und Offenheit in Bezug auf Formen und Inhalte literarischer Texte, weil sie aktueller sind und das wirtschaftliche Risiko geringer ist als bei Büchern (geringer Produktionsaufwand, periodisches Erscheinen). Sie dienen dadurch zu Diskussion und Experiment in literarischer Kommunikation.
- *Aktive Partizipation*: Lzs. sind geeignet, die Rollenüberschreitung vom Rezipienten zum Produzenten bzw. Verarbeiter zu erleichtern. Die meisten Lzs. bieten ihren LeserInnen an, selbst Texte einzusenden, die ggf. veröffentlicht werden. Hierdurch unterscheiden sie sich von kommerziellen Vermittlern. Außerdem bieten Zeitschriften generell die Möglichkeit, Leserbriefe zu schreiben und zu veröffentlichen (Verarbeitung).⁴⁶
- *Kompetenz-/Prestigeerweiterung*: Lzs. ermöglichen AutorInnen Profilierung und Praxiserfahrung. Sie bieten günstige Kommunikationsbedingungen: vergleichsweise großes Publikum, indirekte Präsentation (dadurch prinzipiell »offenere« Kritik), Präsentation in institutionellem Rahmen (gedruckter Text, existierendes Medium). Bisweilen versuchen AutorInnen, über Lzs. den Sprung in die Professionalität zu schaffen.
- *Gruppenbildung (a)*: Lzs. folgen oft einem impliziten oder expliziten Programm und weisen eine Bindung zwischen AutorIn und Blatt auf. Hierdurch übernehmen sie gruppeninterne Kommunikationsfunktionen (»Szenen«-Kontakte).
- *Gruppenbildung (b)*: Lzs. sind in der Regel Non-profit-Unternehmen und oft sogar subventioniert (Anzeigen und/oder öffentliche Mittel). Damit eignen sie sich in einem »alternativen« Bezugsrahmen, zu dessen Grundmerkmalen die Kritik an der Kommerzialisierung des »Literaturbetriebs« gehört, als Medien Literarischer Kommunikation.

Aufgrund ihrer Vertriebsweise können »graue« Literaturzeitschriften nur einen recht engen Kreis von Rezipienten erreichen. Allgemein gilt für Produkte des »Grauen Markts«, dass sie schwer zugänglich sind. Die oben benannten Mechanismen der Angebotspolitik im Buchhandel und der Auswahlmuster von KäuferInnen machen es erforderlich, dass nach »grauen« Produkten speziell gesucht wird.

Infolge dieser Bedingungen und durch die Möglichkeit der Rollenüberschreitung vom Rezipienten zum Produzenten scheinen »graue« Literaturzeitschriften eine beson-

⁴⁶ Bohr hat herausgefunden, dass Alternativzeitschriften insgesamt nur eine recht geringe Zahl von Leserbriefen veröffentlichen. Allerdings sei es oft der Fall, dass Einsendungen nicht als Leserbrief, sondern gleich als Beitrag veröffentlicht würden (Bohr: Alternativzeitschriften, S. 265f).

dere soziale Funktion zu übernehmen. Diese vermute ich in der *Herstellung eines »Inner Circle«*, einer strikt definierten und festen (wenn auch oft kurzlebigen) Gruppe, die sich vor einem imaginären Publikum weitgehend mit sich selbst befasst. Der taz-Redakteur Michael Braun bezeichnet dieses Verhalten als „alternativ-literarische Vaternwortschaft“ und kritisiert:

„Zu den beliebtesten Unarten der Magazine, die sich im modernen Abseits einrichten und gleichzeitig ein pseudo-avantgardistisches Maulheldentum zur Schau tragen, gehört auch ihre inflationäre Verbreitung von Gefälligkeitsrezensionen. Unerkannte junge Dichtertalente versorgen sich gegenseitig mit schlaunen Lobeshymnen und so ist die ‚Erlangung der niederen literarischen Weihen‘ (Klaus Sandler) sichergestellt. Zwar bleibt die Veröffentlichung dieser Rezensionen wirkungsloser, als wenn der Jungdichter den Text seiner wohlmeinenden, aber verständnislosen Großmutter vorlesen würde, aber die Initiation in die Schriftstellerexistenz ist vollzogen.“⁴⁷

Über die Größe des Publikums für Lzs. und seine Charakteristika macht Verdaasdonk folgende Aussagen, die sich zwar auf niederländische Lzs. beziehen, nach meinem Kenntnisstand aber auch in Deutschland gültig sein dürften:

„In comparison with the public for literary books, readers of literary magazines form an extremely small group; their level of education is much higher than the already considerable degree of formal schooling which is characteristic of buyers and borrowers of literary works. [...] one may assume that the acquisition of literary magazines, products which are not much sought-after on the literary market, is peculiar to a group of readers who are extremely well-informed about literary life (by being active participants in it) and have a vast knowledge of the literary production“.⁴⁸

Noch schwieriger sind Angaben über die Beteiligung von ProduzentInnen machen. Im Ausstellungskatalog zu der Wiener Ausstellung „Literaturzeitschriften heute“ von 1992 behauptet Gerhard Renner zwar: „Alle österreichischen Autoren [...] publizieren in Literaturzeitschriften“,⁴⁹ jedoch beruht diese Aussage zum einen auf einer zwanzig Jahre alten Untersuchung, zum anderen sind Literaturzeitschriften in Österreich generell wesentlich stärker in der staatlichen Kulturpolitik verankert.⁵⁰ Auf die Bundesrepublik lässt sich diese Annahme nicht ohne weiteres übertragen.

⁴⁷ Braun: Literatur-Zeitschriften, S. 16.

⁴⁸ Verdaasdonk: Magazines, S. 231.

⁴⁹ Renner: Einleitung, S. 7.

⁵⁰ Vgl. den Hinweis im Literaturbuch 1993/94, S. 199.

3 Das Beispiel der Osnabrücker »Zwischenzeile«

Die folgende Untersuchung der Osnabrücker Literatur- und Satirezeitschrift »Die Zwischenzeile« stützt sich auf Archivmaterial, das sich in meinem Besitz befindet. Es handelt sich zum einen um die dreizehn Ausgaben der Zeitschrift (s. Kap. 3.1.1) und zum anderen um das Aktenmaterial, das u. a. die Zuschriften sowie Unterlagen aus dem Geschäftsbetrieb der Redaktions-Initiative enthält.

Zur Gesamtauswertung habe ich eine Reihe von elektronischen Datenbanken angelegt:

- Die Beitrags-Datenbank berücksichtigt alle veröffentlichten Beiträge der Zeitschrift. Aufgenommen sind die bibliographischen Daten der Texte und einige weitere Angaben, auf die unten noch eingegangen wird. Insgesamt umfasst sie 221 Datensätze.
- Die Datenbank der BeiträgerInnen berücksichtigt alle AutorInnen, von denen Beiträge erschienen sind, nach ihrem Namen und einigen soziographischen Daten. Die Datenbank umfasst 60 Datensätze.
- Die Datenbank der Zuschriften berücksichtigt Eingänge, die postalisch oder in anderer Weise indirekt eingegangen sind, und die nicht als reine Korrespondenz in Reaktion auf vorherige Schreiben der Redaktion zu betrachten sind. Diese Auswahl begründet sich damit, dass eine große Zahl von Beiträgen von ihren ProduzentInnen direkt bei der Redaktion eingereicht wurde. Dies bedeutet aber eine besondere Kommunikationssituation, weil die literarische Kommunikation hier direkt stattfand. In dieser Auswahl enthält die Datenbank 145 Datensätze.

3.1 Projektbeschreibung: »Die Zwischenzeile«

3.1.1 Format, Druck und Vertrieb

»Die Zwischenzeile« erschien von Januar 1993 bis Februar 1996 vierteljährlich dreizehn Mal. Der Umfang der Hefte lag zwischen 28 und 40 Seiten im Format DIN A5 bzw. A4 halbiert. Die Auflage des ersten Heftes betrug 500, danach 1000 Exemplare.

Der Satz wurde in weitgehend einheitlicher Typographie von der Redaktion mittels verschiedener PC-Text- und Satzsysteme besorgt. Der Druck wurde im Schnelldruckverfahren von einer kleinen Osnabrücker Druckerei vorgenommen. »Die Zwischenzeile« brachte ausschließlich Erstdrucke, und zwar vornehmlich Primärtexte (zu den Beiträgen s.u.).

Finanziert wurde die »Zwischenzeile« aus drei Quellen: öffentliche Zuschüsse, Werbung und Eigenleistungen der Redaktion. Einen Kaufpreis gab es nicht; die Zeitschrift wurde gratis abgegeben. Die öffentlichen Zuschüsse aus dem studentischen Haushalt der Universität Osnabrück und vom Kulturrat der Stadt Osnabrück umfassten ein Gesamt-

volumen von DM 6.400,–. Die Werbeeinnahmen beliefen sich auf eine ähnliche Höhe. Honorare wurden den BeiträgerInnen nicht gezahlt; ebenso wurde für die Veröffentlichung kein Geld von ihnen genommen.

Vertrieben wurde die »Zwischenzeile« zum größten Teil per kostenloser Auslage durch die Redaktionsmitglieder selbst; Abonnements gab es nicht. Dabei wurde fast die gesamte Auflage in der Stadt Osnabrück verteilt, vorwiegend im universitären Bereich und in Kneipen. Ein geringer Teil der Auflage wurde überregional verbreitet.

3.1.2 Beteiligung an der Zeitschrift

Die nachfolgenden soziographischen Angaben beruhen auf meiner persönlichen Kenntnis der erwähnten Personen oder auf Informationen aus schriftlichen Äußerungen. Sie sind nicht systematisch erhoben worden und dienen somit nicht als wissenschaftliche Daten im engeren Sinn, sondern zum Überblick.

3.1.2.1 Die Redaktion

Die Gründungsinitiative der Zeitschrift, die seit Herbst 1992 das Erscheinen vorbereitete, bestand aus sieben Personen, davon fünf Frauen. Alle waren Studierende bzw. einem »studentischen Milieu«⁵¹ zugehörig und wohnten in der Stadt Osnabrück; dieses Merkmal trifft auch auf die folgenden Redaktionszusammensetzungen zu.

Bis Mitte 1993 reduzierte sich die Redaktionsgruppe auf fünf Personen, die sich regelmäßig, meist wöchentlich, trafen, um das inhaltliche Konzept weiterzuentwickeln, Texte gegenseitig vorzutragen und organisatorische Fragen zu behandeln. Ab Anfang 1994 wurde »Die Zwischenzeile« von Klaus Schimmele, Jörn Fielitz und mir herausgegeben.

3.1.2.2 Beiträgerinnen und Beiträger

In der Datenbank der AutorInnen sind vierzehn Pseudonyme von AutorInnen enthalten, die unter mehreren Namen publiziert haben, sowie drei Gruppenbezeichnungen. Insgesamt wurden also Texte von 43 natürlichen Personen veröffentlicht. Von diesen haben sechs ausschließlich unter Pseudonym geschrieben.

Von den 43 Personen sind elf Frauen.⁵² In Stadt oder Landkreis Osnabrück wohnten 35 Personen. Von 22 natürlichen Personen ist bekannt, dass sie Studierende waren,

⁵¹ Darunter verstehe ich hier Personen, die nicht als Studierende eingeschrieben sind oder nicht aktiv studieren, aber sich häufig im Umfeld der Universität, z. B. »Studentenkneipen« und studentischen Gruppen, bewegen.

⁵² Alle Auswertungen und Merkmalszuschreibungen wurden von mir, wie oben bereits erwähnt, nach persönlicher Bekanntschaft oder nach Auswertung der Akten vorgenommen. Dies birgt zwar eine Fehlermöglichkeit, ich gehe insbesondere in diesem Unterkapitel aber von einer Fehlerquote nahe Null aus.

weitere fünf Personen können dem studentischen Milieu zugerechnet werden. Nur von zwei BeiträgerInnen ist bekannt, dass sie nicht dem studentischen Milieu angehörten; bei den verbleibenden vierzehn Personen ist über dieses Merkmal nichts bekannt. Das Alter der BeiträgerInnen, soweit es mir bekannt ist, bewegte sich zum überwiegenden Teil zwischen zwanzig und dreißig Jahren.

Nur von fünfzehn AutorInnen sind in mehreren Heften Texte erschienen. Bei den weiteren AutorInnen zeigte sich in der Mehrzahl das Phänomen, dass sie nach einer Veröffentlichung nie wieder Texte einsandten.

3.1.2.3 Einsenderinnen und Einsender

Die Zuschriften, die indirekt eingegangen sind und nicht reinen Korrespondenzzwecken dienten, verteilen sich auf die Eingangszeit von November 1992 bis Dezember 1996 mit einer bis acht Zuschriften pro Monat. Die Briefe kamen von 111 verschiedenen natürlichen oder juristischen (Verlage usw.) Personen und umfassten durchschnittlich je 4,28 Manuskriptseiten⁵³.

Aus der Region Osnabrück (Stadt und Landkreis) kamen 84 Sendungen, aus dem übrigen Deutschland 53 und aus dem Ausland⁵⁴ acht. Von Frauen stammen 36 Briefe, von Männern 87,⁵⁵ von Institutionen (Verlage, Bibliotheken usw.) 19. Bei drei Zuschriften war das Geschlecht der AutorIn nicht festzustellen.

Die Zuschriften lassen sich inhaltlich einteilen in

- Einsendungen von Beiträgen: 90 Datensätze
- Leserbriefe (Zuschriften ohne literarische Texte, die Bezug nehmen auf die Zeitschrift und ihren Inhalt): 25 Datensätze
- sonstige (vorwiegend Informationsgesuche und -angebote, z. B. Pressemitteilungen oder Buchvorstellungen): 30 Datensätze

Unter den 90 Beitragseinsendungen befanden sich nur 16 ohne einen begleitenden Brief. Die Begleitbriefe übernahmen unterschiedliche Funktionen: Manche waren rein formale Anschreiben, andere enthielten kurze Informationen über die Autorin und die angebotenen Texte, und viele nahmen Bezug auf die Zeitschrift, wodurch sie einen Leserbriefcharakter bekamen (nicht in der o. g. Zahl der Leserbriefe enthalten).

Insgesamt wurden 392 Texte – von Gedichten über kurze Prosaskizzen bis zu langen Erzählungen – eingesandt. Pro Beitragseinsendung bedeutet das einen Mittelwert von 4,36 Texten mit einer durchschnittlichen Gesamtlänge von 4,93 Manuskriptseiten. Aus

⁵³ Die Manuskriptseite ist hier ein illustrativer Wert, weil die Form zwischen handgeschriebenen Seiten und gesetzten Typoskripten und das Seitenformat in der Größe variierten.

⁵⁴ Die Briefe – Einsendungen, Leserbriefe und Informationsangebote – kamen aus Österreich, der Schweiz, Frankreich, den USA und aus Polen.

⁵⁵ Ermittelt nach dem Namen. Es ist nicht auszuschließen, dass auch Briefe unter einem gegengeschlechtlichen Pseudonym eingingen.

den 90 Beitragseinsendungen wurden 50 Texte veröffentlicht; diese umfassen durchschnittlich 1,46 Manuskriptseiten. Nur drei Autoren sandten erneut Beiträge ein, nachdem aus ihrer ersten Einsendung kein Text publiziert worden war.

Ausschließlich lyrische Beiträge wurden in 38 Fällen eingesandt, ausschließlich Prosatexte in 41 Fällen. In elf Einsendungen waren sowohl lyrische als auch Prosatexte enthalten. 17 Einsendungen wurden unter einem erkennbaren Pseudonym vorgenommen, oder es wurde für den Fall einer Veröffentlichung um ein Pseudonym gebeten.

3.1.2.4 Zusammenfassung

»Die Zwischenzeile« war eine Zeitschrift, deren AutorInnen und deren Publikum hauptsächlich aus dem Bereich der Osnabrücker Universität stammten. Von den 221 veröffentlichten literarischen Texten stammen nur 50 aus Einsendungen. Die überwiegende Mehrheit von 171 Texten stammt von der Redaktion oder von AutorInnen, die direkt – oft während der »offenen« Redaktionssitzungen, aber auch außerhalb durch persönliche Bekanntschaft – mit der Redaktion kommunizieren konnten.

Auffällig ist der relativ hohe Anteil von Einsendungen, die von überregionalen AutorInnen stammen (36,6 Prozent). Auffällig ist er deshalb, weil kaum überregionale Werbung für die Zeitschrift gemacht wurde, weil sie kaum überregional vertrieben wurde, und weil sie sich nicht aktiv an überregionalen Vernetzungen beteiligte. Der größte Teil dieses Personenkreises dürfte sich über Bibliographien und Erwähnungen der »Zwischenzeile« in anderen Publikationen informiert haben. Es gibt also offenbar unter nicht-professionellen LiteraturproduzentInnen ein großes Bedürfnis, sich über Publikationsmöglichkeiten, vermutlich besonders nichtkommerzieller Art, zu informieren und sie zu nutzen.

Deutlich ist darüber hinaus der geringe Anteil von Frauen, die an die Redaktion schrieben, Beiträge einsandten oder deren Texte veröffentlicht wurden. Von 145 Einsendungen stammen nur 36 von Frauen (24,8 Prozent) und 87 von Männern (60 Prozent);⁵⁶ bereinigt um Mehrfachzuschriften ergibt sich ein fast identisches Verhältnis. Unter den AutorInnen, deren Texte veröffentlicht wurden, liegt der Frauenanteil bei 25,6 Prozent; Mehrfachveröffentlichungen berücksichtigt, verschlechtert sich das Verhältnis auf 15,4 Prozent Texte von Frauen und 71,5 Prozent Texte von Männern.⁵⁷ Über die Ursache für dieses Missverhältnis lässt sich angesichts der Datenlage nur spekulieren. Wesentlichen Anteil dürften aber zwei Faktoren haben: einerseits die Tatsache, dass von der zweiten Ausgabe an die Redaktion der »Zwischenzeile« deutlich männerdominiert war bzw. nur aus Männern bestand, andererseits scheint auch das Handlungs-

⁵⁶ Der Rest sind Institutionen bzw. nicht ermittelbare Anonyma.

⁵⁷ Die fehlenden Texte wurden von AutorInnen-Gruppen verfasst.

system Literatur patriarchalisch geprägt zu sein, so dass Frauen sich seltener als Produzentinnen beteiligen.

3.1.2.5 »Die Zwischenzeile« als Beispiel für »graue« Literaturzeitschriften

Um festzustellen, inwieweit die »Zwischenzeile« als ein typisches Beispiel für Literaturzeitschriften des »grauen Markts« stehen kann, bietet sich ein Vergleich mit zusammenfassenden Archivdaten an. Eine solche Zusammenfassung hat Gebhard Rusch im „Jahrbuch deutschsprachiger Literaturzeitschriften 1986/87“⁵⁸ geleistet, das leider nicht fortgesetzt wurde. Andere Datensammlungen über Literaturzeitschriften oder über »alternative Medien«⁵⁹ lassen meist statistische oder zusammenfassende Übersichten vermissen.

Nach Ruschs Übersicht haben die erfassten Literaturzeitschriften folgende strukturelle Merkmale, die hier mit denen der »Zwischenzeile« verglichen werden:

Merkmal	Literaturzeitschriften allgemein	»Die Zwischenzeile«
<i>Seitenumfang</i>	Ø 66 Seiten Schwerpunkte: 30, 50, 80 Seiten	28-40 Seiten
<i>Auflagenhöhe</i>	58 % zwischen 300 und 1500 Exemplaren ⁶⁰	500 (Heft 1) bzw. 1000 Exemplare (ab Heft 2)
<i>Erscheinungsweise</i>	30 % vierteljährlich 30 % unregelmäßig	vierteljährlich
<i>Einzelheftpreise</i>	Ø DM 10,30 (1986)	kostenlos
<i>Finanzierung</i>	verschiedene Quellen	verschiedene Quellen
<i>Verbreitungsgebiete bzw. Zielgruppen⁶¹</i>	27 % lokal und regional 32 % überregional 37 % national 47 % international	lokal/regional Publikum offenbar auch überregional und in geringem Maße international
<i>Inhalte</i>	96 % Primärliteratur 68 % Rezensionen/ Interpretationen	fast ausschließlich Primärliteratur, vgl. Kap. 3.1.5
<i>Publikationspraxis</i>	98 % hauptsächlich Erstdrucke 17 % ausschließlich Erstdrucke 76 % Veröffentlichung unverlangt eingesandter Manuskripte möglich	ausschließlich Erstdrucke Veröffentlichung unverlangt eingesandter Manuskripte möglich
<i>Verlagsgröße</i>	74 % 1-5 MitarbeiterInnen 15 % 6-10 MitarbeiterInnen	7-5, später drei MitarbeiterInnen
<i>Vertrieb</i>	70 % Selbstvertrieb	Selbstvertrieb

Tabelle 1: Strukturmerkmale im Vergleich

⁵⁸ Rusch: Literaturzeitschriften., S. 7-24. Alle angegebenen Daten stammen aus diesem Artikel.

⁵⁹ Beispielsweise: ID-Archiv: Alternativmedien oder ebenfalls auf dem »grauen Markt« erschienene und daher schwer verfügbare Übersichten.

⁶⁰ Der Durchschnitt lag bei 5876 Exemplaren, was aber nur durch eine Buchhandelszeitschrift mit einer Auflage von einer halben Million zustande kam.

⁶¹ Erhoben nach subjektiver Einschätzung der HerausgeberInnen, nicht nach empirischen Verbreitungsstudien.

Ihrer Struktur nach kann die Zwischenzeile also zweifellos als typisch für Literaturzeitschriften gelten.⁶² Ein nicht unwesentlicher Unterschied ist der kostenlose Vertrieb. Die Initiative hatte sich dafür entschieden, um den Vertriebsaufwand zu minimieren und die Verbreitungschancen der Zeitschrift zu erhöhen.

3.1.3 Die »literarische Situation« Osnabrücks

In der Osnabrücker Öffentlichkeit ist relativ unbekannt, dass die Stadt über eine recht gut ausgebaute »literarische Infrastruktur« verfügt. Es existieren drei literarische Autorenvereinigungen (»Literarische Gruppe Osnabrück e.V. (LGO)«, »Autoren-Progressiv PegasOs e.V.«, »Plattfoss e.V.«). In der Mitte der 90er Jahre bestand die offen strukturierte Gruppe »Literatur ohne Grenzen Osnabrück (LOGO)«, die eine Reihe von Veranstaltungen durchgeführt hat, u. a. offene Lesungen. Auf administrativer Ebene existiert das »Literaturbüro Westniedersachsen«, das ein Teil des Kulturamtes der Stadt Osnabrück ist, Veranstaltungen durchführt und Autorinnen und Autoren berät.

In Kooperation der Deutschen Telekom AG mit dem Kulturamt der Stadt wird das »Literaturtelefon Osnabrück« angeboten.⁶³ Koordiniert vom Literaturbüro, werden im vierzehntäglichen Wechsel fünfminütige Tonbänder abgespielt, auf denen eine Autorin bzw. ein Autor aus der Region Osnabrück eigene Texte vorträgt.

Von 1993 bis 1997 erschien die Literaturzeitschrift »Labyrinth & Minenfeld«. Die Zeitschrift wurde wie die »Zwischenzeile« von einer studentischen Initiative herausgegeben, allerdings wurden die jeweils 300 Exemplare auf Kommission in Buchhandlungen verkauft. Bei prinzipieller Offenheit für Texteingendungen hatte die Zeitschrift einen Schwerpunkt im »Social Beat«.

3.1.4 Konzeptwandel der »Zwischenzeile«

Im Wandel der redaktionellen Grundlagen der Zeitschrift lassen sich drei Phasen feststellen. Die erste war die Startphase: Geplant war eine studentische Literaturzeitschrift, die einer von unbekanntem regionalen AutorInnen produzierten Literatur ein Forum bieten sollte. »Offenheit« war das wesentliche Schlagwort: ein »offenes« Forum mit »offener« Struktur und »offenen« Kriterien, die möglichst vielen AutorInnen eine Publikationsmöglichkeit geben und dem Publikum eine möglichst große Bandbreite an verschiedenartigen Texten präsentieren können. Formale oder inhaltliche Anforderungen an die Texte wurden nicht gestellt, und fast alle eingegangenen Beiträge wurden veröffentlicht.

Bald fasste dann die Redaktion die Absicht, die Zeitschrift stärker zu steuern und ihr eine erkennbare inhaltliche Ausrichtung zu geben. Aus längeren Diskussionen über die

⁶² Das legen auch Vergleiche mit den Daten anderer Untersuchungen nahe, z.B. Hartge: Handbuch oder Bohr: Alternativzeitschriften, S. 258f.

⁶³ Erreichbar von außerhalb Osnabrücks unter 05 41 – 11 56; im Ortsnetz Osnabrück 0 11 56.

möglichen Ziele einer studentischen Zeitschrift mit ihrer sehr begrenzten Reichweite resultierte das Ziel »Literatur als Unterhaltung« mit Betonung auf satirisch-humoristischen Formen und Inhalten. Von der Idee, auch Sekundärtexte zu publizieren, wurde nach wenigen Versuchen Abstand genommen, weil sich die Textsorten zu sehr voneinander unterschieden. Die Redaktion verwandte wesentlich mehr Zeit auf Diskussion und Auswahl der Texte als in der Startphase, legte allerdings ihre Kriterien nie eindeutig fest.

Die Spätphase der Zwischenzeile war geprägt von der Entwicklung und Ausübung eines speziellen Humors. Der »Inner Circle« der Redaktion hatte durch gruppendynamische Prozesse eine Abgrenzung geschaffen, die bisweilen dem Publikum wie auch »außenstehenden« AutorInnen das Verstehen der Zeitschrift zu einer schwer lösbaren Aufgabe machten. Dieser Stil entwickelte sich aus einer spezifischen Gruppendynamik, die die Redaktion prägte. Sie war einerseits dem kontinuierlichen Erscheinen der Zeitschrift förderlich, riegelte die Zwischenzeile aber andererseits gegenüber »Außenstehenden« ab. Gleichwohl wurde die satirische Ausrichtung der Zeitschrift nicht als Maßstab für eingesandte Texte verwendet, so dass es immer auch nichtsatirische Beiträge gab.

3.1.5 Die Beiträge

Die studentische Prägung der Zeitschrift bestätigt sich auch in den veröffentlichten Texten: 170 der 221 Beiträge stammen eindeutig von Studierenden, weitere 32 mit Sicherheit aus dem »studentischen Milieu«. Unter Pseudonym (meist als solches zu erkennen) erschienen 56 Texte. Von Gruppen (zwei oder mehr Personen, zumeist die Redaktion) wurden 29 Texte verfasst.

Bezogen auf das Genre der Veröffentlichungen, hatte »Die Zwischenzeile« einen deutlichen Schwerpunkt bei Prosatexten; nur 65 Beiträge (29,4 Prozent) lassen sich nach rein formalen Kriterien (Vers- und Strophenform) als »Lyrik« bezeichnen. Diese Texte variieren erheblich in Form und Inhalt: Viele sind Parodien auf klassische Gedichtformen, mehr als die Hälfte (33 Texte) lässt sich mit dem Attribut »humoristisch« (Parodie, satirischer/scherzhafter Inhalt usw.) beschreiben; andere wiederum sind ernsthaft in Ton und Inhalt und »modern« aufgebaut (Versstruktur, Reimschema usw.).

Die Klassifizierung »humoristisch« wurde in der Beitragsdatenbank vorgenommen, wenn davon ausgegangen werden konnte, dass eine durchschnittliche Leserin den jeweiligen Text (auch) als humorvoll, satirisch, ironisch, scherzhaft oder ähnlich auffasst.⁶⁴ Nach diesem Kriterium lassen sich 156 (70,6 Prozent) der veröffentlichten Texte als »humorvoll« bezeichnen.

⁶⁴ Alle im folgenden genannten Attribute dienen der Übersicht und sind nur bedingt intersubjektiv, weil aus arbeitstechnischen Gründen nur ich selbst die Beiträge codiert habe.

Eine inhaltliche Verankerung der »Zwischenzeile« in der Osnabrücker Region lässt sich aufgrund einer weiteren Kategorie erkennen. Als »regional bezogen« wurde ein Text codiert, wenn er erkennbare inhaltliche Bezüge zur Region Osnabrück hatte. Unter diesem Blickwinkel entsprechen 57 Beiträge (25,8 Prozent) dem Kriterium »regional bezogen« (davon 55 Beiträge ebenfalls mit dem Attribut »humorvoll«).

Die typische Eigenschaft von Zeitschriften, »aktueller« zu sein als Bücher, lässt sich teilweise inhaltlich auf »Die Zwischenzeile« beziehen. 77 Beiträge (34,8 Prozent) hatten aktuelle Elemente: Kommentare zu politischen und kulturellen Ereignissen, Parodien auf aktuelle Medienereignisse usw.

In der Beitrags-Datenbank ist für jeden Text eine ungefähre Längenangabe enthalten. Sie bemisst sich nach der Anzahl der gedruckten Textseiten und ist gerundet auf jeweils eine halbe Seite.⁶⁵ Nach dieser Bemessung erschienen 126 Texte, die eine Seite oder weniger umfassten, 54 mit einer bis zwei Seiten und 41 Texte, die länger als zwei Druckseiten waren (davon 17 mit vier Seiten oder mehr). Die relative Kürze der veröffentlichten Beiträge liegt in dem begrenzten Umfang der Zeitschrift und im Konzept begründet, nach welchem Texte verschiedener AutorInnen gedruckt werden sollten.

3.2 *Erwartungen an die Zeitschrift*

3.2.1 Analyse ausgewählter Zuschriften

Aus den Zuschriften, die von LeserInnen und AutorInnen an die Redaktion geschickt wurden, lassen sich einige Rückschlüsse auf Handlungsmuster und Bedürfnisse von ProduzentInnen und RezipientInnen »grauer« Literaturzeitschriften ziehen. Der größte Teil der Briefe waren Begleitbriefe zu Beitragseinsendungen, bei einer weiteren großen Zahl handelte es sich um Leserbriefe, die ohne einen Textbeitrag eingesandt wurden.

3.2.1.1 *Projektkritik*

Ein großer Teil der Zuschriften enthielt Kritik und Äußerungen zum Projekt »Die Zwischenzeile«, zu einzelnen Heften oder einzelnen Beiträgen. Solche Aussagen sind in der Anfangsphase der Zeitschrift häufiger gewesen als in den späteren Phasen, was darauf hindeutet, dass das Publikum bei einem länger existierendem Periodikum von einer fixierten Konzeption mit wenigen Wandlungsmöglichkeiten ausgeht.

Die beiden ersten Zitate stammen aus Schreiben, die vor der ersten Ausgabe der »Zwischenzeile« eingingen. Die Autoren hatten sich auf eine Kleinanzeige im Osnabrücker Stadtmagazin »Stadtblatt« gemeldet.

⁶⁵ Auch dieser Wert und seine Messung unterliegen der Subjektivität. Größere Vergleichbarkeit der Textlänge hätte eine Aufstellung der gedruckten Zeichen ergeben, die ein Text umfasst, allerdings wäre dies auf Kosten der Vorstellbarkeit gegangen.

„Gefällt sie [die Geschichte, NK], würde ich mich über eine Veröffentlichung sehr freuen. Sonst erbitte ich mir wenigstens eine offene Kritik. Sowas ist gar nicht so leicht zu bekommen.“ (*Mann, 10.11.1992*) Nr. 44

Dieser Autor äußert ausdrücklich den Wunsch nach literarischer Kommunikation. Die deutliche Aufforderung zu direkter Kritik wurde relativ selten geäußert, obwohl die Vermutung naheliegt, dass jeder Literaturproduzent grundsätzlich an Reaktionen auf seine Texte interessiert ist. Manche AutorInnen werden davon ausgehen, dass Resonanz auch ohne Aufforderung erfolgt. Andere hingegen werden eine gewisse Scheu vor Kritik haben, weil sie negative Reaktionen fürchten, die im Falle geistiger Arbeit oft als kränkend empfunden werden.

„Als allererstes: Toll, daß Ihr etwas auf die Beine zu stellen versucht! Neben dem Studium, den Jobbereien, den allerlei Alltagszwistigkeiten, den Beziehungsklauseln, dem Kulturkrimskrams, ein, zwei, drei oder mehr Heftchen in die Welt zu setzen, heißt immer, daß sich viele Menschen daran erfreuen, genießen, während einige wenige die ganze Arbeit haben. Macht Euch hoffentlich auch Spaß!

Ich habe natürlich keine Lust, Euch lediglich als Plattform meiner Eitelgeschwülstigkeiten zu benutzen, um meiner Mutter am Gabentisch, oder später, ganz stolz zeigen zu können: Guck, das bin ich! Das heißt, wenn es daran geht, im Januar in die Kälte hinauszugehn, um der gähnenden Masse das Heftchen unter die gefrorene Nase zu reiben, könnt Ihr gerne auf mich zurückgreifen.“ (*Mann, 7.12.1992*) Nr. 45

In dieser Zuschrift wird auf die »praktischen«, nicht direkt literarischen Handlungen verwiesen, die mit einer Literaturzeitschrift zusammenhängen. Der Autor, der nach mündlicher Auskunft bereits an anderen Projekten dieser Art teilgenommen hatte, bietet seine Mitarbeit beim Vertrieb der Zeitschrift an. Gleichzeitig verweist er auf eine sozialpsychologische Funktion von Literaturpublikationen: die Selbstdarstellung und die Profilierung im sozialen Umfeld.

„Hin und wieder übe ich mich selbst im Schreiben, doch ich hatte kaum die Möglichkeit, mich mit Interessierten darüber auszutauschen. Insofern halte ich Eure Sache für sehr wichtig für alle, die den Startschuß zur Professionalität nicht hören/gehört haben, aber doch nicht im Sande verlaufen wollen.“ (*Mann, 12.1.1993*) Nr. 51

Auch hier wird das Bedürfnis nach Teilnahme an direkter literarischer Kommunikation genannt. Inwiefern dieser Autor tatsächlich geplant hatte, ein professioneller Literaturproduzent zu werden, lässt sich aus der Zuschrift nicht entnehmen. Trotzdem bekräftigt

diese Zuschrift die Hypothese, nach der die Teilnahme am Literatursystem aus dem Bedürfnis nach beruflicher Qualifikation geschehen kann.

„Zunächst einmal Glückwünsche zur zweiten Zwischenzeile. Deine ‚merkwürdige Begebenheit‘ [ein Text von mir, NK] gefiel mir in Erzähltechnik + Darstellung sehr gut, inhaltlich fand ich nur Anklänge + Zynismus (mach ich was falsch beim Lesen?). [...] Auch wenn das nur ironisch gemeint ist, ich wüßte doch gerne, *wofür* (allg.: positive Werte) das Zwischenzeilenkollektiv (Ihr stellt Euch ja als ‚wir‘ vor) Ihr eigentlich seid. Erschöpft sich der Anspruch der Unabhängigkeit darin, keinen Verleger zu haben? Sollte ‚Literatur‘ (ich *hasse* dieses Wort!!!) nicht auch inhaltlich unabhängig sein, d. h. eigene Werte entwickeln? Wenn Ihr beim Zynismus + der Ablehnung stehenbleibt, müßt Ihr Euch den Vorwurf gefallen lassen, im Grunde mit vielen Worten nichts zu sagen zu haben. [...]

Es tut mir leid, wenn ich hier nur negative Kritik aufliste (aneinanderreihe). Ich finde Euer Zwischenzeilen-Projekt sehr mutig + bin froh, dass es Euch gibt. [...] Wüßte noch viel mehr Gutes zu sagen, bin aber in Zeitnot [...].“ (Mann, 7.4.1993) Nr. 10

Diese Kritik stellt einen der wenigen Fälle dar, in denen ausführlicher auf den Inhalt einer Ausgabe der Zeitschrift (hier Heft 3) eingegangen wurde. Neben dem angesprochenen Text werden noch andere Beiträge kritisiert, und zwar ausschließlich solche mit satirischem Ton und Inhalt.

Zusätzlich handelt es sich um die einzige Zuschrift, in der deutliche Aussagen zum Literaturbegriff der Redaktion und des Verfassers zu finden sind. Kritik übt der Autor an der seiner Auffassung nach ablehnenden Tendenz der satirischen Beiträge und fordert seinerseits die Entwicklung positiver Inhalte ein. Welcher Art diese Inhalte und „Werte“ sein könnten, führt er nicht aus. In einem späteren Schreiben deutet er allerdings die Richtung an:

„Aber an einigen Punkten würde ich gerne [...] etwas nachhaken. Z. B.: gibt es ‚unpolitische‘ Literatur, schreiben nur des Schreibens wegen? [...]

Vielleicht ist mein ‚Literatur‘verständnis zu ernst, aber es ist noch nicht festgefahren. [...] Oft ist es für mich am reizvollsten, zu sehen, was mich berührt und wodurch. Daß ich mich einbringe in die Texte und mir dessen auch bewußt bin. Dinge nicht nur beschreibe, sondern auch interpretiere und im letzten Schritt auch eine Möglichkeit zeige, damit umzugehen. [...] Dagegen einfach aus Spaß am Wort ein Gedicht zu machen oder eine Geschichte zu schreiben, in der man/frau mal den ganzen Seelenmüll loswerden kann, sind *mir* sehr fremde Dinge.“ (ders., 16.4.1993) Nr. 14

Der so skizzierte Literaturbegriff wird bei aller Knappheit durch die Forderung bestimmt, dass Literatur Handlungsweisen für die LeserInnen aufzeigen solle. Offenbar ist der Autor an einer starken Identifikation mit dem Kommunikat interessiert und erwartet den Transport außerliterarischer Inhalte. Unterstützt wird dies durch die Andeutung, Literatur sei stets politisch.

3.2.1.2 Emotionale Reaktionen

Ein literarisches Projekt bewegt sich in einem emotional stark aufgeladenen Handlungsraum. Literarisches Handeln ist prestigeträchtig und wird oft als besonders »persönlich« betrachtet. Mängelkritik an literarischen Texten etwa kann deren AutorInnen emotional sehr verletzen. Auch das Gefühl, von literarischer Kommunikation ausgeschlossen zu sein, kann emotionale Reaktionen hervorrufen. So beklagten sich in einigen Fällen EinsenderInnen von Beiträgen, die nicht veröffentlicht wurden, mündlich über „Zensur“.

Neben diesen gibt es viele mögliche Anlässe, zu denen literarisches Handeln emotionale Reaktionen hervorrufen kann. Das folgende Beispiel ist eine der deutlichsten Reaktionen, die in der Redaktion der Zeitschrift eingingen.

„An die aroganten Idioten von der Zwischenzeile.

In der Mensa hat euer Schmierlatt rumgelegt. Weil ich mich so über den Mist den ihr verzapft habt geärgert habe schreibe ich euch den Brief!

Schon diese blöde Kuh [Name]. Das ich nicht lache! Die müsste mal kräftig durchgefickt werden. [...]

[Name] könnt ihr übrigens sagen, das er garantiert schwul ist. Seine scheiss-Gedichte soll er sich in den Arsch schieben.

Die Geschichte von der Frau die durchgefickt und umgebracht wird fand ich deswegen gut weil man das auch mit euch machen sollte.

[...] Der andere Mist in eurer Zeitung, den ich nicht erwähnt habe ist auch alles Scheisse.

Wenn ihr bald die Lesung macht werde ich übrigens mit ein paar kumpels eure Scheiss-Gesichter auskucken, dann werden wir ja sehen was von eurem aroganten Gerede übrigbleibt.

Fickt euch ins Knie ihr Arschlöcher.“ (*anonym, 15.4.1993*) Nr. 11

Diese sehr heftige Schmähkritik ging nach dem Erscheinen des zweiten Hefts anonym bei der Redaktion ein. Sie war nachlässig mit einer Schreibmaschine getippt worden, und die Adresse auf dem Umschlag ist deutlich mit einer verstellten Handschrift geschrieben.⁶⁶ Dieses Schreiben wurde nicht veröffentlicht.

⁶⁶ Um den Charakter dieses Schreibens zu illustrieren, wurde hier auf die sprachliche Korrektur verzichtet.

Die Angriffe in diesem Schreiben lassen vermuten, dass der Autor (es handelt sich mit ziemlicher Sicherheit um einen Mann, darauf weist die sexualisierte Form der Aggressivität hin) das Projekt grundsätzlich ablehnt. Die Androhung körperlicher Gewalt scheint zu intendieren, die Initiative an der Fortsetzung ihrer Arbeit zu hindern. Darüber hinaus formuliert der Verfasser Kritik an mehreren Einzelbeiträgen der zweiten Ausgabe, was auf ein differierendes Literaturverständnis hinweist.

Die persönlichen Angriffe und Drohungen legen mehrere Vermutungen nahe. Einerseits ist es möglich, dass der Autor allgemein ein negatives Verhältnis zu LiteraturproduzentInnen oder zu alternativen Publikationen hat. Zum anderen könnte er, da er offenbar Osnabrücker und Student ist, einige der BeiträgerInnen persönlich kennen und ablehnen. Zum dritten empört er sich möglicherweise ernsthaft über Inhalt oder Form der kritisierten Beiträge. Spekulieren ließe sich auch, dass es sich bei dem Verfasser um einen Beitragseinsender handelt, dessen Texte nicht veröffentlicht wurden. In diesem Falle wäre die Reaktion ein Hinweis auf mangelnde soziale Integration (Anomie) und Neid wegen der Verweigerung aktiver literarischer Kommunikation das nahe liegende Motiv für das Schreiben. Hierauf liegen allerdings keine näheren Hinweise vor.

3.2.1.3 Kooperationsangebote

Regelmäßig trafen in der Redaktion Kooperationsangebote anderer Literaturzeitschriften oder literarischer Vereinigungen ein. Zum größten Teil wurde der Austausch von Heften angeregt, aber auch der Austausch von Artikeln oder die Platzierung von Austauschinseraten (jede Zeitschrift inseriert kostenlos in der jeweils anderen) wurden gewünscht. Ein eher untypisches Beispiel sind folgende zwei Zuschriften von einem Literaturvereinsvorsitzenden aus Süddeutschland.

„Der Titel klingt recht interessant: Würde es Ihnen wohl möglich sein, unserem Kreis [einem süddeutschen Autorenverein, NK] eine Remittende für die beiliegende Marke zu überlassen?

Ich würde das Journal dort ‚kreisen‘ lassen: Wer weiß – vielleicht kommen ein paar Abonnements raus dabei ...?“ (Mann, 9.3.1994) Nr. 61

Nach Zusendung eines Heftes und eines Informationsblattes kam folgende Antwort:

„Da Sie, nach eigenem Bekunden, möglichst viele Zuschriften wünschen, da jeder normale Schriftsteller berühmt und reich und Bundeskanzler werden möchte, lege ich Ihnen die Liste der [Autorenvereinsname] bei, denen Sie ja gelegentlich ein Journal zukommenlassen könnten: Die – meiner Meinung nach – für Sie interessantesten KollegInnen habe ich mir erlaubt, rot anzupunkten.“ (ders., 23.3.1994) Nr. 65

Es lag eine Adressenliste der Vereinsmitglieder bei. Weiterhin sandte der Verfasser einige eigene Texte mit, die er der »Zwischenzeile« zur Veröffentlichung anbot. Hier handelt es sich um einen Fall aktiver Vernetzungs- und Vermittlungsarbeit. Dass der Vorsitzende eines Literaturvereins der Zeitschrift AutorInnen »angeboten« hat, ist ein Einzelfall geblieben.

3.2.1.4 Pseudonyme

In einigen Fällen baten die EinsenderInnen von Beiträgen für den Fall der Veröffentlichung um die Verwendung eines Pseudonyms. Die gewünschten Pseudonyme waren in fast allen Fällen deutlich als solche zu erkennen und wirkten nicht wie gewöhnliche Personennamen. Gründe wurden in keinem Fall ausdrücklich genannt; hierüber kann nur spekuliert werden. Möglich ist, dass diese AutorInnen sich scheuten, sich öffentlich mit einer Literaturpublikation hervorzutun, weil sie fürchteten, sich im Bekanntenkreis mit einem Text zu blamieren, der den Bekannten nicht gefällt.

„Solltet Ihr wirklich die eine oder andere meiner Kurzgeschichten in einer der nächsten Nummern der ‚Zwischenzeile‘ veröffentlichen wollen, so bitte ich, das unter dem Pseudonym ‚Helmut Groß Hesepe‘ zu tun.“ (13.4.1993) Nr. 12

„Anbei sende ich Ihnen einen Beitrag für Ihre Zeitschrift ‚Die Zwischenzeile‘. Vielleicht finden Sie Verwendung dafür, ich würde mich freuen. Da ich meinen Namen nicht nennen möchte, drucken Sie den Beitrag bitte unter dem Namen Sabeth Sonnenstern ab.“ (Frau, 14.2.1995) Nr. 102

Im Falle dieser AutorInnen fällt die Befriedigung eines möglichen Bedürfnisses aus, das oben identifiziert wurde, nämlich die Selbstdarstellung. Direkte Resonanz ist nach einer Pseudonymveröffentlichung nicht zu erwarten. Anonym eingesandte Beiträge wurden in der »Zwischenzeile« grundsätzlich nicht veröffentlicht, weil die Redaktion zumindest die Möglichkeit zum Kontakt zu ihren AutorInnen haben wollte.

3.2.1.5 Literarische Werbung und Bewerbung

Besonderen Aufschluss über die Bedürfnislage der EinsenderInnen geben solche Aussagen, die sich auf die Person oder die Arbeit der VerfasserInnen beziehen. Solche Äußerungen sind sehr häufig. Sie lassen sich kategorisieren als literarische Biographien und Referenzen, Werbung für den Text und eine spezielle Form der Koketterie, die auf Unsicherheit im Handeln hinweist.

Literarische Biographien und Referenzen

Der häufigste Fall war der kurzer Angaben zur Biographie und zur literarischen Arbeit der AutorInnen. Manche Begleitbriefe hatten nahezu den Charakter von Bewerbungsschreiben; in einigen Fällen wurden auch Referenzen wie frühere Veröffentlichungen oder Kommentare bekannter SchriftstellerInnen angeführt. Vermutlich beabsichtigten manche der EinsenderInnen, auf diese Weise ihre Veröffentlichungschancen zu erhöhen, indem sie sich als erfahrene LiteraturproduzentInnen auswiesen.

„Ich schreibe seit ca. 4 Jahren. Mal weniger, mal mehr. Kurzgeschichten und Erzählungen und seit einem Jahr Gedichte, wobei ich dort sehr von Theodor Kramer, einem österreichischen Lyriker, beeinflusst bin.“ (*Mann, 10.11.1992*) Nr. 44

Dieses Zitat verweist auf die bisherige Arbeit, die offenbar keine Veröffentlichungen umfasste. Der Autor präsentiert sich als »Hobby-Autor« und nennt ein literarisches Vorbild. Untypisch ist dabei, dass es sich um einen relativ unbekanntem Schriftsteller handelt, der als Orientierung angegeben wird.

„Ich heiße [Name], lebe z. Zt. in München, schreibe seit 2 Jahren sehr intensiv (bin mit 17 angefangen, hin und wieder zu schreiben), hauptsächlich Gedichte, manchmal etwas Prosa, meinen ersten Erfolg hatte ich letztes Jahr in Regensburg, wo ich bei einem Wettbewerb mit unter die 25 Besten kam + einer Lesung. Tja, soweit, so gut. Ich bin 26 Jahre und führe ein ‚normales‘ Leben.

Ich gehöre jetzt der ‚Regensburger Schriftstellergruppe International‘ an. (RSGI)“ (*Mann, 7.2.1993*) Nr. 6

Hier wird auf Erfolge des Autors verwiesen, die ihn als einen erfahrenen und anerkannten Autor ausweisen sollen. Ebenso wie bei der folgenden Zuschrift ist zu vermuten, dass der Autor ein Bedürfnis nach Professionalisierung hat und öffentliche Anerkennung sucht. Besonders im folgenden Fall ist anzunehmen, dass der Autor versucht, beruflich oder teilberuflich als Literaturproduzent Fuß zu fassen.

„[Name], 24 Jahre alt, Studium Sozialwissenschaften an der Uni Osnabrück, schreibe seit 5 Jahren Lyrik, seit 4 Jahren Mitarbeit in der Literaturwerkstatt der VHS, seit 1991 Hospitant beim Autorenprogressiv PegasOs, Veröffentlichungen im Rundfunk, Literaturtelefon Osnabrück, div. Literaturzeitschriften, gelegentliche journalistische Arbeiten.“ (*Mann, 13.2.1993*) Nr. 7

„Ich bin 21 Jahre alt, publizierte bereits einige meiner Arbeiten, die Ernst Jünger als ‚gut!‘ lobte, u. a. in ‚Passagen‘ (mit Lutz Rathenow), ‚Muschelhaufen‘ usw.,

und widme meine Zeit neben der Literatur auch dem Boxsport.“ (Mann, 3.2.1994)
Nr. 57

Die Anführung einer prominenten Referenz ist ein Einzelfall geblieben. Auffällig ist, dass das Zitat des Jüngerschen Kommentars sich auf ein einziges Wort beschränkt. Über den Grund lässt sich nur spekulieren; es ist möglich, dass der Verfasser einige seiner Arbeiten direkt an Ernst Jünger gesandt hat und von diesem eine kurze Antwort bekam.

„Ich wurde am [Datum] in Düsseldorf geboren, lebe mit einem spanischen Mann und drei wilden Katzen in einem Reihenhaus in [Ort], plane aber Ende dieses Jahres einen Umzug auf die Sonneninsel Mallorca. [...] Ich bin ein großer Kunstfan. Liebe besonders Bilder von S. Dalí. Außerdem bin ich soap- und hardrocksüchtig [...]. Und lese alles, was mir in die Finger kommt. Besonders S. King, D. Koontz und W. Hohlbein. [...]

Bisherige Veröffentlichungen: verschiedene des Gauke Verlag (versch. Jahrbücher, versch. LeseZeichen Anthologien und versch. Lyrik-Kalender) [...]

Literaturzeitungen: versch. Impressum, versch. Lillegal [...]

In den nächsten Monaten sollen mein erster Gedichtband und eine 45seitige Edition herauskommen, die Stationen meines Lebens in Gedichtform zeigt, aber auch allgemein verständlich ist. Ebenfalls mein erster Roman [...]“ (Frau, 2.4.1996) Nr. 140

Manche AutorInnen versuchten, wie in diesem Beispiel, sich als »interessante« Persönlichkeit darzustellen, indem sie verschiedene Details aus ihrem Leben angaben, die teilweise in keinem erkennbaren Zusammenhang stehen. Diese Autorin etwa stellt sich als vielseitig kunstinteressierte und genussfreudige Person dar. Gleichzeitig gibt sie eine große Zahl literarischer Referenzen (hier gekürzt). Letztere deuten auf die selbstreferentielle Gruppenbildung hin, die in Kap. 2.6 identifiziert wurde, denn es handelt sich fast ausschließlich um Publikationen des »Grauen Marktes«, die angeführt werden.

Werbung für den Text

Ebenso wie AutorInnen verschiedene Angaben zu sich selbst machten, stellten einige EinsenderInnen ihre mitgesandten Texte vor. Oft wiesen sie dabei auf Besonderheiten der Arbeiten hin, so dass die Briefe einen werbenden Charakter bekamen.

„[Titel des Textes] erschien mir alleine schon deswegen geeignet – außer daß ich in diese Art des Humors, der Dummheit und der Provokation völlig verliebt bin –, weil es sich natürlich köstlich, je nach Gebrauch und Belieben zerschnibbeln lässt.

Nein, das ist kein insichgeschlossenes ganzes Werk und so.“ (Mann, 7.12.1992)
Nr. 45

Hier begründet der Autor die Auswahl eines bestimmten Textes und deutet an, dass er ihn aus einem Fundus entnommen hat. Der Hinweis darauf, dass der Text nicht abgeschlossen sei und „zerschnibbelt“ werden könne, ist als Andeutung auf den begrenzten Platz der Zeitschrift zu verstehen.

„Zwar komme ich nicht an die euren Geschichten heran, und diese-meine Geschichte spielt auch nicht in Wittenberg; dafür ist das Geschehne in der Osnabrücker Marienkirche passiert und ist außerdem noch wahr.“ (Mann, 19.1.1994)
Nr. 91

Neben einer Äußerung, die in die Kategorie »Koketterie« (s. u.) fällt – der angebotene Text sei nicht so gut wie die Texte in der Zeitschrift – stellt dieser Einsender den lokalen Bezug seiner Geschichte heraus. Zu diesem Zeitpunkt hatte die »Zwischenzeile« bereits einen Schwerpunkt auf Texten, die sich auf die Osnabrücker Region beziehen.

„Ich arbeite an einer Reihe von Texten, die sich – oft in Monologform – mit mündlichen Erzählungen aus meinem Bekanntenkreis beschäftigen, und beschränke mich dabei bewußt auf das Format einer Schreibmaschinenseite pro Text.“ (Mann, 27.5.1995) Nr. 106

„Neben philosophischen Märchen habe ich bisher kurze Psycho-Skizzen verfaßt. Von diesen kurzen Psycho-Skizzen liegt eine Kopie bei [...], sie schildert die letzten Minuten eines Mannes vor dem Tod, dessen Bindung an Normen stärker ist als sein Lebenswille.“ (Mann, 1.7.1995) Nr. 120

Diese beiden Autoren charakterisieren ihre Texte als Beispiele für eine bestimmte Form von Literatur, die sie produzieren. Implizit wird dadurch nahegelegt, dass im Falle einer Veröffentlichung weitere Arbeiten desselben Typs angeboten werden könnten. Möglicherweise waren diese Einsender interessiert, regelmäßig Texte in der »Zwischenzeile« zu veröffentlichen.

„Ich möchte Ihnen für Die Zwischenzeile meine Kürzestprosa [...] anbieten. Es ist die unglaublich alltägliche Geschichte eines vertuschten Kindheitserlebnisses. Brutal offen und humorvoll zugleich.“ (Mann, 4.10.1996) Nr. 143

Hier handelt es sich um ein Beispiel besonders deutlicher Werbung für den Text. Die Aussagen über die Geschichte sind formuliert wie ein Klappentext oder eine Literaturkritik von einer dritten Person, stammen aber vom Autoren selbst.

Unsicherheit und Koketterie

Sehr aufschlussreich sind solche Äußerungen, die auf Unsicherheit der VerfasserInnen über die Qualität ihrer Arbeit schließen lassen. Diese Unsicherheit ist bei sehr vielen nichtprofessionellen LiteraturproduzentInnen festzustellen. In den meisten Fällen dürfte sie zur Konsequenz haben, dass die AutorInnen ihre Texte überhaupt nicht präsentieren, sondern sie nur für sich schreiben und allenfalls wenigen Bekannten zeigen.

In den vorliegenden Fällen wird auf eine besondere Weise mit dieser Unsicherheit umgegangen. Zwar äußern die EinsenderInnen ihre Zweifel, allerdings senden sie ihre Texte zur Veröffentlichung ein, also sind sie in gewissem Maße von der Qualität der Arbeiten überzeugt. Um sich der Redaktion gegenüber abzusichern, kokettieren sie mit den möglichen Mängeln der Texte. Dies gibt ihnen die Möglichkeit, im Falle der Nichtveröffentlichung oder negativer Kritik ihre Zweifel einfach als bestätigt anzusehen, im Falle der Veröffentlichung oder des Lobes aber eine besondere Bestätigung zu verbuchen.

„Beim Durchsehen meiner ‚Dichtermappe‘ fiel mir auf, wie wenig – abgesehen von biographischen Wichtigkeiten – gültig und ‚unterschreibbar‘ bleibt von dem, was ich vor kurzer Zeit noch für großartig u. zeitlos hielt. – Wenn Du keinen der Texte übernehmen willst, habe ich also wirklich Verständnis dafür.“ (Mann, 10.11.1992) Nr. 46

Hier wird auf die biographische Bedeutung verwiesen, die die Literaturproduktion für einen Produzenten haben kann. In der Situation der Niederschrift war er nach eigener Aussage von der Qualität seiner Arbeit überzeugt. Mit einigem zeitlichen Abstand kommen ihm aber Zweifel; das deutet darauf hin, dass seine Texte einen besonderen Bezug zum Zeitpunkt ihrer Produktion und zu seinem persönlichen Befinden in dieser Zeit haben. Dies lässt sich sicher für eine Vielzahl literarischer Produktionen verallgemeinern. Literarisches Schreiben erfüllt offenbar auch ohne Vollzug der Kommunikation persönliche Bedürfnisse.

„Also, ich will mich mit meiner ‚Geschichte‘ ganz bestimmt nicht aufdrängen (ich wäre auch nicht sonderlich böse, würde sie bei Euch im Mülleimer liegen, nachdem Ihr sie gelesen habt). Aber vielleicht könnt Ihr sie ja zum Seitenvollmachen gebrauchen.“ (Mann, 27.5.1993) Nr. 19

Dass dieser Autor nicht verärgert wäre, falls seine Arbeiten einfach weggeworfen werden würden, darf bezweifelt werden. Gerade hier ist anzunehmen, dass der Verfasser mit seinem »Understatement« eine aufmunternde Reaktion provozieren will.

„Ich kann Dir auch noch andere Sachen von mir anbieten; oder soll ich androhen sagen?“ (Mann, 12.1.1994) Nr. 55

„Die Zwischenzeile gefällt mir so gut, daß ich es wage, Ihnen einige meiner Texte zu schicken – hoffentlich kann man das auch noch nach deren Lektüre als Lob verstehen.“ (Mann, 26.8.1994) Nr. 70

Durchaus unterschiedlich sind diese beiden Beispiele. Während der erste Autor seine Koketterie in selbstironischem Ton formuliert und zum Adressaten seines Schreibens durch das Duzen ein informelles Verhältnis schafft, formuliert der zweite Autor höchst zurückhaltend. Zum Zeitpunkt dieses Schreibens war die »Zwischenzeile« bereits deutlich satirisch ausgerichtet und sprach ihr Publikum stets in informellem Ton als „Ihr“ an. Dass der Einsender trotzdem einen sehr förmlichen Ton anschlägt, deutet auf eine ausgeprägte Unsicherheit hin.

„Als ich neulich im Stadtblatt las, fand ich Eure Anzeige, wo Ihr auffordertet, Glossen, Gedichte und derartiges an Euch zu senden. [...] Auf Grund meiner geistigen Simplizität getraute ich mich erst nicht, diesen Text der Öffentlichkeit preiszugeben. Aber als realistischer Illusionist las ich Text und Anzeige mehrmals. Zwischen den Zeilen entblöbte sich mehr und mehr weniger schamhaft dieselbe Botschaft: Schicke diesen Text an die Zwischenzeile!“ (Mann, 9.9.1994) Nr. 97

Sehr selbstironisch und spielerisch geht dieser Autor mit seiner Unsicherheit um, die er deutlich eingesteht. Gleichzeitig verweist er auf die oben angeführte Vermutung, dass viele AutorInnen ihre Texte überhaupt nicht zur Präsentation vorsehen.

3.2.2 Zusammenfassung

Aus den obigen Äußerungen von LeserInnen und AutorInnen der Zeitschrift lässt sich ein Bild der Erwartungen zusammenfassen, die an eine »graue« Literaturzeitschrift gestellt werden. Aufgrund der relativ geringen Zahl der Aussagen können diese natürlich nicht als repräsentativ gelten. Gleichwohl handelt es sich um Tendenzen, die Aussagekraft besitzen, weil die Äußerungen aus freien Stücken getan wurden und damit Aufschluss über tatsächliche Bedürfnisse und Erwartungen geben.

Das nächstliegende Bedürfnis, das durch die Veröffentlichung in einer Literaturzeitschrift erfüllt werden soll, ist das nach aktiver Teilnahme an literarischer Kommunikation. Die BeiträgerInnen machen mit ihren Texten ein Kommunikationsangebot, von dem sie sich Resonanz erhoffen. Damit versuchen sie einen Rollenwechsel von der Rezeption zur Produktion von Literatur, welcher von »grauen« Literaturzeitschriften relativ leicht gemacht wird.

Das Bedürfnis, als Kommunikator an literarischer Kommunikation teilzunehmen, ist so ausgeprägt, dass ein großer Aufwand getrieben wird, um dieses Ziel zu erreichen. Davon zeugen die zahlreichen werbenden Aussagen in den Begleitbriefen, die sich sowohl auf die Texte als auch auf die Person der jeweiligen AutorInnen beziehen. Aus der starken Betonung biographischer Daten lässt sich der Schluss ziehen, dass erfolgreiche literarische Kommunikation als persönlicher Erfolg und Bereicherung empfunden wird. Umgekehrt kann der erfolglose Versuch, einen Text zur Publikation vorzulegen, persönlich verletzend wirken.

Über die Form der erwünschten Resonanz lassen sich aus den analysierten Beispielen zwei Vermutungen ableiten. Einerseits ist inhaltlich-formale Kritik an der Arbeit selbst gefragt. Besonders scheint die direkte Auseinandersetzung zwischen Produzent und Rezipient gesucht zu werden. Andererseits erhoffen sich einige AutorInnen einen Prestigewachstum, der in Einzelfällen einer beruflichen Qualifikation dienen kann.

Auch das Bedürfnis nach Gestaltung der Kommunikation, besonders nach der Entwicklung »eigener« Ausdrucksformen, wurde genannt. Einige AutorInnen betonten die persönliche Bindung, die sie zu ihren Texten haben. Andere wiesen auf die besonderen Eigenheiten hin, die ihre Arbeiten ihrer Ansicht nach besitzen.

Einige LeserInnen äußerten ihre Vorstellungen und Erwartungen über die Funktion, die Literatur übernehmen soll. In den meisten Fällen wird dabei auf eine soziale Funktion verwiesen, nämlich Kritik an gesellschaftlichen Verhältnissen und Vorschläge zur Handlungsorientierung der LeserInnen.

Bestätigt wurde auch die Hypothese, dass »graue« Literaturzeitschriften eine gruppeninterne Kommunikations- und Vernetzungsfunktion übernehmen. Darauf deuten u.a. die Kooperationsangebote anderer TeilnehmerInnen des »grauen Literaturmarkts« hin. Zusätzlich wurden auch direkte Hinweise gegeben, indem etwa auf frühere Veröffentlichungen in »grauen« Publikationen hingewiesen wurde. Dies scheint für die AutorInnen einen großen Prestigewert zu haben.

4 Zusammenfassung und Schlussfolgerung

Im deutschen Literatursystem der Gegenwart übernehmen »graue« Literaturzeitschriften eine Reihe von Funktionen, die in ihrer konkreten Form von keinem anderen Funktionsträger erfüllt werden. Ohne diese Publikationen des »grauen Marktes« hätte eine große Zahl von Aktanten keine Chance, aktiv an literarischer Kommunikation teilzunehmen.

Im zweiten Kapitel dieser Arbeit wurde gezeigt, dass das Literarische Handlungssystem vorrangig nach kommerziellen Gesichtspunkten strukturiert ist. Als dominierender Bereich wurde das Buchhandelswesen identifiziert, das nicht nur ein Teil des gesellschaftlichen Handlungsbereichs »Literatur« ist, sondern auch dem System »Wirtschaft« angehört. Das Interesse des Buchhandels ist daher, nach marktwirtschaftlichen Erfordernissen mit Literatur Gewinne zu machen.

Die Dominanz des Buchhandels als wesentlicher Träger der Handlungsrolle Literaturvermittlung äußert sich in seinem Einfluss auf die Literaturproduktion und auf die Literaturrezeption. AutorInnen schreiben für Verlage, und LeserInnen können nur die Bücher kaufen, von denen sie innerhalb eines Überangebots Kenntnis erhalten. Hierbei ist als weiterer wesentlicher Faktor die Literaturverarbeitung – besonders die Literaturkritik – von Bedeutung. Sie hat entscheidenden Anteil am gesellschaftlichen Literaturverständnis und kann entscheidend zu der Festlegung beitragen, welche Texte als rezeptionswürdige Literatur wahrgenommen werden und welche nicht.

Wenn für nichtprofessionelle Aktanten im »Literaturbetrieb« aber fast ausschließlich die Handlungsrolle Literaturrezeption vorgesehen ist, ergibt sich daraus zwangsläufig, dass eine Reihe von Bedürfnissen unerfüllt bleibt. Diese Bedürfnisse sind in Kap. 2.6 kategorisiert worden.

Eine »graue« Literaturzeitschrift ist geeignet, diese Bedürfnisse ganz oder zum Teil zu erfüllen. Solche Zeitschriften sind Teil eines »Grauen Marktes«, der ausdrücklich außerhalb des etablierten Literatursystems steht und nichtprofessionellen Aktanten eine *Teilnahme an literarischer Kommunikation* ermöglicht.

Am Beispiel der Osnabrücker »Zwischenzeile« wurde untersucht, welche Erwartungen AutorInnen und LeserInnen an eine solche Zeitschrift stellen. Dabei wurde festgestellt, dass es tatsächlich die Intention gibt, durch eine Veröffentlichung aktiv an literarischer Kommunikation teilzunehmen. Von der Kommunikatorrolle erhoffen sich die AutorInnen Resonanz in Form von Kritik oder Prestigezuwachs; einzelne streben eine Professionalisierung an.

Auch das Bedürfnis nach *Gestaltung der Kommunikation* ist in Erscheinung getreten. Einige AutorInnen haben ausdrücklich in Anspruch genommen, eigene Formen des literarischen Ausdrucks gefunden zu haben. Ebenso wurde das Bedürfnis nach *Gruppenbildung* identifiziert. Dies äußerte sich in mehrfacher Hinsicht: Durch Kontaktwünsche

»externer« AutorInnen und LeserInnen, durch die Berufung auf Verwurzelung im »Grauen Markt« und durch das gruppenspezifische Handeln der Redaktionsinitiative.

Besonderes Augenmerk verdient in diesem Zusammenhang die Gruppendynamik, die einem derartigen Projekt eigen ist. Im Falle einer literarisch handelnden Initiative dürfte sie von besonderen Faktoren geprägt sein: Eine literarische Zeitschrift nimmt an einem Handlungssystem teil, das in unserer Kultur als ein sehr zentrales gilt. Sie bietet, besonders in der hier betrachteten Form, grundsätzlich jeder Person die Möglichkeit, selbst als Produzentin eines Medienangebots aufzutreten und so an einer Spezialform öffentlicher Kommunikation teilzunehmen. Und sie scheint angesichts eines komplexen und als schwer überschaubar empfundenen Systems eine einfache Einstiegsmöglichkeit zu bieten. Das bietet Anlass zu einer Reihe von Handlungen, die aus den besonderen Beziehungen zwischen den Aktanten, ihren Machtverhältnissen und Ansprüchen erwachsen.

Zusätzlich kann eine Zeitschrift der untersuchten Art weitere, »literaturfremde« Funktionen übernehmen, z. B. die einer regionalen Kommunikation und Verarbeitung aktueller Ereignisse. Diese Funktion ist nicht spezifisch für Literaturzeitschriften; sie eignet allerdings »grauen« Publikationen allgemein, insofern die Kommunikation sich auf Aspekte bezieht, die in »etablierten« Medien nicht oder unzureichend behandelt werden.

Aus dieser Sicht ergibt sich, dass »graue« Literaturzeitschriften eine sozial integrative Funktion übernehmen, indem sie den Aktanten zur Befriedigung einiger Bedürfnisse dienen, die sich auf literarische Kommunikation und Gruppenbildung beziehen. Diese Bedürfnisse sehen die Aktanten in anderen sozialen Bereichen nicht erfüllt. (Aktantenbezogene Funktion)

In Kap. 2.5.1 und Kap. 2.5.2 ist deutlich geworden, dass es Handlungsweisen und soziale Gefüge gibt, die speziell für den »alternativen« oder »Grauen Literaturmarkt« gelten. Es scheint sogar möglich zu sein, ihn als ein eigenes soziales Subsystem zu bezeichnen. Seine innere Struktur ist beschrieben über eine Spezialform sozialen Handelns in Bezug auf Literatur. Die Innen-Außen-Differenzierung wird hergestellt über die Marktverfügbarkeit der Literatur: Zum Subsystem »Grauer Literaturmarkt« gehören literarische Handlungen genau dann, wenn sie sich auf Literatur beziehen, die außerhalb des etablierten Vertriebssystems steht. Die Funktion für das Supersystem wurde oben angesprochen und wird unten näher identifiziert.

Diese Hypothese des Systemcharakters »grauer« Literatur müsste an anderer Stelle eingehend überprüft werden. Dazu wäre unter anderem eine genauere Untersuchung des »Grauen Marktes« notwendig, die bislang noch nicht geleistet worden ist. Unterstützend für diese Vermutung lässt sich die Beobachtung anführen, dass viele AutorInnen »grauer« Publikationen sich offenbar vorwiegend innerhalb dieses Sozialgefüges bewegen: Sie veröffentlichen nur im »Grauen Markt« und beziehen sich in ihrem literarischen Handeln auf »graue« Literatur. Das deutet auf Selbstreferentialität dieses Sektors hin.

Unabhängig von der Frage, ob die Beschreibung als Subsystem gelingt, kann die Funktion des »Grauen Marktes« der Literatur für das Literarische Handlungssystem identifiziert werden. *Aus den Ergebnissen dieser Arbeit lässt sich folgern, dass der »Graue Markt« das kommerzielle Literatursystem von Ansprüchen entlastet, die es aufgrund seiner Struktur nicht zu erfüllen vermag. Damit trägt der »Graue Markt« dazu bei, das Literatursystem zu stabilisieren. (Systembezogene Funktion)*

Diese Folgerung bedeutet, dass die von Teilen der »Alternativliteratur« der siebziger und achtziger Jahre vertretene Konzeption, eine »Alternative« zum Literaturbetrieb im Sinne einer »Gegenöffentlichkeit« aufzubauen, zum Scheitern verurteilt war. *Aus der hier vertretenen Perspektive ist die nichtprofessionelle und unkommerzielle Beteiligung an literarischer Kommunikation ein integraler Bestandteil des Literarischen Handlungssystems, der durch dessen kommerzielle Orientierung nicht außer Kraft gesetzt wird, sondern nur weniger sichtbar ist.*

Für kulturpolitische Anstrengungen, die das Gebiet der nichtkommerziellen Literarischen Kommunikation betreffen, wird oft gefordert, Professionalisierungsbestrebungen zu unterstützen. Die Existenz einer tragfähigen, auch für Laien zugänglichen Infrastruktur scheint erwünscht und gesellschaftlich sinnvoll zu sein. Um eine solche zu schaffen und aufrecht zu erhalten, ist aber ein koordiniertes und engagiertes Handeln nötig, damit die Kommunikationsangebote angesichts eines Überangebots an Medienreizen überhaupt wahrgenommen und verbreitet werden können. Unter Berücksichtigung der Ergebnisse dieser Arbeit ist diese Forderung zu unterstützen.

5 Literaturverzeichnis

Hinweis: Die in den Anmerkungen verwandten Kurztitel sind hinter der jeweiligen bibliographischen Angabe jeweils in eckigen Klammern vermerkt.

- Andringa, Els: Talking about Literature in an Institutional Context. An Empirical Approach, in: *Poetics* 20 (1991), S. 157-172. [Andringa: Talking]
- Behm, Holger, Gabriele Hardt, Hermann Schulz u.a.: *Büchermacher der Zukunft – Marketing und Management im Verlag*, Darmstadt: Wissensch. Buchges. 1992. [Behm u. a.: Büchermacher]
- Berginz-Plank, Gabriele: *Literaturrezeption in einer Kleinstadt: Leseverhalten und Mediennutzung. Eine empirische Untersuchung (Stuttgarter Arbeiten z. Germanistik, Bd. 84)*, Stuttgart: Akad. Verlag Hans-Dieter Heinz 1981. [Berginz-Plank: Literaturrezeption]
- Beywl, Wolfgang, Hartmut Brombach: *Kritische Anmerkungen zur Theorie der Alternativpresse*, in: *Publizistik* 27 (1982), S. 551-569. [Beywl/Brombach: Alternativpresse]
- Bohr, Alexander: *Die Struktur der Alternativpresse in Deutschland. Eine Bestandsaufnahme überregional erscheinender Alternativzeitschriften in der Bundesrepublik Deutschland und im deutschsprachigen Ausland*, in: *Gutenberg-Jahrbuch* 1984, S. 241-316. [Bohr: Alternativzeitschriften]
- Börsenverein d. dt. Buchhandels (Hg.): *Buch und Buchhandel in Zahlen 1996*, Frankfurt am Main: Buchhändler-Vereinigung 1996. [Buchhandel in Zahlen]
- Braun, Michael: *Literatur-Zeitschriften*, in: *taz, die tageszeitung*, 27.8.1988, S. 16. [Braun: Literatur-Zeitschriften]
- Deutscher Kulturrat (Hg.): *Das Literaturbuch 1993/94. Literarisches Leben in der Bundesrepublik Deutschland, Baden-Baden, Nomos 1993*. [Literaturbuch 1993/94]
- Duijx, A., Cees J. van Rees, Hugo Verdaasdonk: *Choice Behavior of Purchasers and Borrowers of Books*, in: *Poetics* 20 (1991), S. 439-469. [Duijx u. a.: Choice Behavior]
- Emig, Günther, Peter Engel, Christoph Schubert: *Die Alternativpresse. Kontroversen, Polemiken, Dokumente*, Ellwangen: Günther Emig 1980. [Emig u.a.: Alternativpresse]
- Fohrbeck, Karla, Andreas J. Wiesand: *Der Autorenreport*, Reinbek: Rowohlt 1972. [Fohrbeck/Wiesand: Autorenreport]
- Hartge, Caroline (Red.): *Handbuch deutschsprachiger Literaturzeitschriften (Soziokulturelle Studien 3)*, Gelsenkirchen/Duisburg: AutorenVerlag Matern 1997. [Hartge: Handbuch]
- Hiller, Helmut: *Zur Sozialgeschichte von Buch und Buchhandel (Bonner Beiträge z. Bibliotheks- u. Bücherkunde, Bd. 13)*, Bonn: Bouvier 1966. [Hiller: Sozialgeschichte]
- Hintzenberg, Dagmar, Siegfried J. Schmidt, Reinhard Zobel: *Zum Literaturbegriff in der Bundesrepublik Deutschland (Konzeption Empirische Literaturwissenschaft, Bd. 3/4)*, Braunschweig/Wiesbaden: Vieweg 1980. [Hintzenberg u.a.: Literaturbegriff]
- Ibsch, Elrud, Dick Schram, Gerard Steen: *Empirical Studies of Literature: Proceedings of the Second IGEL-Conference*, Amsterdam 1989, Amsterdam, Atlanta: Rodopi 1991. [Ibsch u.a.: Proceedings]
- Janssen, Susanne, H. Leemans: *Differences in Consumer Behavior Between Buyers of Literature*, in: *Poetics* 17 (1988), S. 563-575. [Janssen u. a.: Differences]

- Janssen, Susanne: The Modus Operandi of Literary Reviewers, in: Ibsch u. a.: Proceedings, S. 185-193. [Janssen: Reviewers]
- Kaczynski, Nils: Liebes Publikum!, in: Die Zwischenzeile, Heft 1 (Januar 1993), S. 3.
- Kamphuis, Jan: Satisfaction with Books: Some Empirical Findings, in: Poetics 20 (1991), S. 471-485. [Kamphuis: Satisfaction]
- Kern, Barbara: Regierungen werden geduldet, Schokohasen erschossen. Im Akas präsentiert sich die Slam Poetry mit einer neuen Anthologie, in: taz Bremen (die tageszeitung), 29.7.1997, S. 19. [Kern: Regierungen]
- Köhler, Axel: Social steht für Sozialismus, in: taz Bremen, die tageszeitung, 7.11.1995, S. 23. [Köhler: Social]
- Konecny, Jaromir: Meine enge Sicht der Dinge, Part 2, http://www.swbv.uni-konstanz.de/eu/ligatur/lio_jk_mesdd2.html (Stand: 06/1997). [Konecny: Part 2]
- Kuhlbrodt, Detlev: Töte den Affen!, in: taz Berlin, die tageszeitung, 10.8.1993, S. 24. [Kuhlbrodt: Affen]
- Leemans, H., Mia Stokmans: Attributes Used in Choosing Books, in: Poetics 20 (1991), S. 487-505. [Leemans/Stokmans: Attributes]
- Lützow, Gunnar: Sanssouci. Vorschlag. Über Gott und Bottrop: Social-Beat-Literatur im „Krähenfuß“, in: taz Berlin, die tageszeitung, 5.5.1995, S. 28. [Lützow: Sanssouci]
- Meves, Christa: Lesen und Familie, in: Herbert G. Göpfert, Ruth Meyer, Ludwig Muth u. a.: Lesen und Leben, Frankfurt am Main, Buchhändler-Vereinigung 1975, S. 246-248. [Meves: Lesen und Familie]
- van Rees, Cees J.: How Reviewers Reach Consensus on the Value of Literary Works, in: Poetics 16 (1987), S. 275-294. [van Rees: Consensus]
- ders.: The Institutional Foundation of a Critic's Connoisseurship, in: Poetics 18 (1989), S. 179-198. [van Rees: Foundation]
- Renner, Gerhard: Einleitung, in: Herwig Würtz, Literaturzeitschriften heute. Katalog der 224. Wechselausstellung der Wiener Stadt- und Landesbibliothek, Wien: Wien Kultur 1992, S. 7. [Renner: Einleitung]
- Röhring, Hans-Helmut: Wie ein Buch entsteht. Eine Einführung in den modernen Buchverlag, Darmstadt: Wissensch. Buchges. 1983. [Röhring: Buchverlag]
- Rösch-Sondermann, Hermann: Bibliographie der lokalen Alternativpresse. Vom Volksblatt zum Stadtmagazin, München/New York/London/Paris: Saur, 1988. [Rösch-Sondermann: Bibliographie]
- Rusch, Gebhard: Deutschsprachige Literaturzeitschriften. Eine kurze Beschreibung auf der Basis der Daten des Archivs deutschsprachiger Literaturzeitschriften (ADEL), in: LUMIS (Hg.): Jahrbuch deutschsprachiger Literaturzeitschriften 1986/87 (LUMIS-Schriften, Sonderreihe Bd. 2), Siegen: LUMIS, Universität-GH Siegen 1989, S. 7-24. [Rusch: Literaturzeitschriften]
- Schenda, Rudolf: Volk ohne Buch. Studien zur Sozialgeschichte der populären Lese Stoffe 1770-1910 (Studien z. Philosophie u. Literatur d. 19. Jh., Bd. 5), Frankfurt am Main: Klostermann 1970. [Schenda: Volk ohne Buch]
- Schnell, Ralf: Die Literatur der Bundesrepublik. Autoren, Geschichte, Literaturbetrieb, Stuttgart: Metzler 1986. [Schnell: Literatur]
- Schubert, Christian: Alternative Literaturszene in der Bundesrepublik Deutschland, in: Heinz Ludwig Arnold: Literaturbetrieb in der Bundesrepublik Deutschland. Ein kritisches Handbuch, München: Edition text + kritik 1981. [Schubert: Literaturszene]

- ders.: Vorwort, in: Emig u.a.: Alternativpresse, S. 3-13
- Schwenger, Hannes: Literaturproduktion. Zwischen Selbstverwirklichung und Vergesellschaftung (Sammlung Metzler; M 183: Abt. D. Lit.gesch.), Stuttgart: Metzler 1979. [Schwenger: Literaturproduktion]
- Shavit, Zohar: Canonicity and Literary Institutions, in: Ibsch u. a.: Proceedings, S. 231-238. [Shavit: Canonicity]
- Stamm, Karl-Heinz: Alternative Öffentlichkeit. Die Erfahrungsproduktion neuer sozialer Bewegungen, Frankfurt/New York: Campus 1988. [Stamm: Öffentlichkeit]
- Uschtrin, Sandra, Sandra Klaucke: Handbuch für Autoren. Adressen und Informationen aus dem deutschsprachigen Literaturbetrieb, München: Grafenstein 1985. [Uschtrin/Klaucke: Handbuch]
- Verdaasdonk, Hugo: Literary Magazines as Media for Publishing Literary Texts, in: Poetics 18 (1989), S. 215-232.[Verdaasdonk: Magazines]
- ders.: Social and Economic Factors in the Attribution of Literary Quality, in: Poetics 12 (1983), S. 383-395. [Verdaasdonk: Attribution]
- Volpers, Helmut: Alternative Kleinverlage in der Bundesrepublik Deutschland (Andere Perspektiven, Bd. 2), Göttingen: Davids Drucke, 1986. [Volpers: Kleinverlage]
- Wintjes, Josef: Zum Selbstverständnis der Alternativpresse, in: Emig u. a.: Alternativpresse, S. 15-20 [Wintjes: Selbstverständnis]