

„Das Buch ist nur der innere Rahmen“ Zur Organisation von Paratexten in Joachim Zelters *Gesicht*

ABSTRACT

The book ist he only inside frame. The orfanisation of paratexts in Joachim Zelters *Gesicht*

According to discussions within literary criticism contemporary literary business less and less enables literary creativity, suggesting instead that its marketing aspects are being prioritised not to deal with literary texts, but more and more with competing forms of paratextual self-representation. Starting here, in this paper I explore how this phenomenon is (re)constructed through the narrative act of a literary text (and not through that of literary theory). I examine Joachim Zelter's *Das Gesicht. Roman eines Schriftstellers* (2003) and show how it makes use of a specific narrative strategy residing in a paradoxical formation that oscillates between representation and fiction. This German 'Literaturbetriebsroman' of the 21st-century presents the 'decline' of literature and its authors within literary business as an act of literary creativity.

Skandal, Enthüllung, Klatsch

„Verdirbt der Literaturbetrieb die Literatur?“ fragt Jens Jessen im Jahrbuch der deutschen Schillergesellschaft von 2007 und provoziert damit Antworten auf diese „altväterliche, eines Besinnungsaufsatzes würdige Frage“ (Drews 2008: 481), wie sie sich im Jahrbuch von 2008 zusammenfinden, die sich vor allem im Gestus der Problematisierung der Frage selbst üben. Sie könne das ewige „Gejammere“ (Overath 2008: 500) über den Literaturbetrieb nicht mehr hören, antwortet etwa Angelika Overath. Johannes Saltzwedel findet die „unglückliche[n] Erben der Romantik in Momenten des Weltschmerzes“ (Saltzwedel 2008: 501) nur noch bemitleidenswert, Rainer Moritz „beschleicht [...] ein ungutes Gefühl“ (Moritz 2008: 496) und Jörg Drews erkennt in Fragestellung und Diskussion ohnehin „nichts Neues“ (Drews 2008: 481), so dass das Ganze dementsprechend „nur teilweise ernstgenommen werden“ (Drews 2008: 481) sollte. Doch was spricht eigentlich dagegen, die Frage und die damit angesprochenen Beobachtungen ernst zu nehmen? Was spricht gegen die Ernsthaftigkeit der Frage, ob die „ästhetische[-] Selbstbestimmung“ (Jessen 2007: 12) von Autoren durch einen Literaturbetrieb beeinträchtigt wird, der

„nicht die Literatur, sondern nur das Abgeleitete, den Skandal, die Enthüllung, den Klatsch“ (Jessen 2007: 11) bevorzugt? Folgt man den Diskutantinnen, spricht vor allem die Pauschalität der Frage selbst dagegen, „denn was ist mit ‚der Literaturbetrieb‘ gemeint, und wie soll man so ganz allgemein dessen Einfluß auf *die* Literatur insgesamt einschätzen können“ (Drews 2008: 481)? Könnte man diese Beobachtung nicht aber auch als Chance sehen, um von hieraus der Frage nachzugehen, welche unterschiedlichen Vorstellungen es von diesem „diffuse[n] Phänomen“ (Plachta 2008: 9) überhaupt gibt?

In diesem Sinne schlage ich vor, Jens Jessens Vermutung zunächst einmal an die Literatur selbst zurückzugeben. Anhand von Joachim Zelters Roman *Das Gesicht. Roman eines Schriftstellers* von 2003 gehe ich im Folgenden der Frage nach, wie ein literarischer Erzähltext das Problem, wenn schon nicht des ‚Verderbens‘, so doch wenigstens der ‚Bedingungen‘ von Literatur im Literaturbetrieb um 2000 thematisch aufgreift und welche Vorstellungen von Akteuren und Instanzen des Betriebs er literarisch vermittelt. Dazu skizziere ich zunächst, wie das *Gesicht* das Bild des Verlags als Organisation entwirft (1. und 2.), um dann zu beschreiben, wie diese Charakterisierung mit der Gestaltung von literarischen Texten und Paratexten im Literaturbetrieb um 2000 narrativ eingeführt wird (3. und 4.).

1. Botschaft

Der Ich-Erzähler des *Gesichts* ist Berufseinsteiger, genauer: Existenzgründer. Nach Monaten der Arbeitslosigkeit wird ihm von seiner „Ansprechpartnerin“ (Zelter 2003: 36)¹ Anne Hathaway im Arbeitsamt eine „Umschulung“ (38) und schließlich der Schritt in die „Selbständigkeit“ (38) nahegelegt. Und da schon seine „Schulaufsätze [...] weniger Aufsätze als vielmehr Geschichten“ (48) gewesen seien, nimmt er die „Idee zur Existenzgründung“ (38) auf und wird eben nicht selbständiger Unternehmer, sondern „selbständiger Schriftsteller“ (44). Doch wie setzt man die neu gewonnene (künstlerische) Autonomie und Selbstbestimmung jenseits aller „Bescheinigungen und Bewerbungen“ (52) um?

Ein Blick in den Klappentext, auf die Homepage des Verlags *Klöpfer & Meyer* und in Besprechungen der Literaturkritik lässt bei der Leserin den Literaturbetrieb als Anlaufstelle für solche Existenzgründer erwarten. Der Internetauftritt des Verlags kündigt *Das Gesicht* als einen Roman an, der die „Mechanismen des gegenwärtigen Literaturbetriebs“ aufzeige, und im

¹ Seitenzahlen daraus im Folgenden in runden Klammern im Text.

Klappentext wird der Leser auf die „scheinbar bald verlorene Seele des vergewaltigten, vom Literaturbetrieb aufgesogenen Schriftstellers“ aufmerksam gemacht. Und auch das Feuilleton knüpft an diesen Beschreibungen an: Die *Stuttgarter Nachrichten* lesen eine „[g]rotesk komische Abrechnung mit dem Literaturbetrieb“, der *Saarländische Rundfunk* erkennt „[e]ine originelle und hintergründige Satire auf das literarische Leben in Deutschland“ und das *Magazin titel* erlebt „[d]en Literaturbetrieb aufs Vorzüglichste bloßgestellt“ (alle Zitate nach Verlag Klöpfer & Meyer 2009). Abgesehen von der auffallenden Semantik der ‚Abrechnung‘ oder des ‚Bloßstellens‘, über die der Roman vermittelt wird und die wiederum genau in das von Jessen angesprochene Interesse am Enthüllungsschema zu passen scheint, ist hier nahezu durchgängig wie selbstverständlich von *dem* Literaturbetrieb die Rede. Richtet sich der Ich-Erzähler aber wirklich an *den* Literaturbetrieb? So sehr die Vermittlung des Romans auch über das Label ‚Literaturbetriebsroman‘ läuft, so sehr wird im Text deutlich, dass es nicht um *den* Betrieb geht, sondern vor allem um eine *bestimmte* Organisation und dieser wiederum *zugeordnete* Akteure. Der Literaturbetrieb stellt vielmehr eine Möglichkeit dar, im Rahmen des Schemas funktionaler Differenzierung Organisationen einem bestimmten gesellschaftlichen Bereich zuzuordnen und dann etwa von literarischen Organisationen zu sprechen (siehe allgemein Tacke 2001).

Der Literaturbetrieb hat keine Adresse und folgerichtig kann der Ich-Erzähler seine Manuskripte auch nicht an *den* Literaturbetrieb senden, sondern muss sich an bestimmte, dem Literaturbetrieb *zugeordnete* Organisationen wenden: nämlich Verlage (denn diese haben eine Adresse!). Nach (wie könnte es anders sein) einer Reihe von Absagen erhält er schließlich eine positive Rückmeldung vom K.i.K. Verlag, der ihm auch gleich einen Vertrag für die Publikation eines Buches anbietet. Bevor es dazu kommt, sieht er sich dem Verlagsgebäude gegenüber:

Die Häuserfront, der ganze Verlag schien lückenlos aneinandergelagert, lückenlos unnahbar gleich einer Botschaft, abgesichert wie eine ausländische Mission. Auf unauffällig-diplomatische Weise nach allen Seiten abgeschottet, diplomatisch immun, ohne Aufsehen zu erregen. (84-85)

Der Ich-Erzähler nimmt den Verlag hier als einen Ort wahr, zu dem ein Außenstehender nicht ohne Weiteres Zutritt erhält. Das Gebäude besitzt keinen ausgewiesenen Einlass und ist „unnahbar gleich einer Botschaft“. Der Ich-Erzähler erkennt „nirgendwo einen Eingang. Statt dessen ein langgezogener

Bau aus Beton, mehr eine Fabrikhalle als ein Bürohaus“ (83). Aus seiner Perspektive ist der Zutritt zum Verlag offenbar gar nicht, nur schwer oder nur unter bestimmten Bedingungen möglich. Der Vergleich mit dem Bereich der Diplomatie und dessen Kopplung mit Vorstellungen von Verschlossenheit („abgeschottet“, „abgesichert“), Neutralität („ohne Aufsehen“) oder Widerstandsfähigkeit („immun“) und Fremdheit („ausländisch“, „unnahbar“) erzeugt hier ein Verlagsbild, das offensichtlich gegen ein nicht weiter expliziertes Verlagsmodell als Ort oder Rahmen literarischer Kreativität und Offenheit gesetzt ist. Durch die Absicherung des Verlags ist indes auch der Übergang in den Betrieb gesichert. Als Außenstehender wendet man sich an eine Botschaft, wenn man ein Anliegen hat, das sich an einen bestimmten Staat richtet. Die „Botschaft“ oder „Mission“ steht für diesen anderen Staat; sie ist Platzhalter und Bevollmächtigte für diesen, der selbst nicht unmittelbar zugänglich ist. Wer mit diesem Staat in Kontakt treten möchte, muss über die Schwelle der Botschaft treten, die damit derjenige Ort ist, an dem über im weitesten Sinne Inklusion und Exklusion entschieden wird. Der Verlag als „Botschaft“ oder „Mission“ des Literaturbetriebs stellt somit die hier räumlich realisierte, „lückenlos[e]“ Grenze dar, über den der Ich-Erzähler in den Literaturbetrieb inkludiert wird.

Die Inklusion über den Verlag als Organisation wird dabei auch durch die Anordnung der Handlungsräume deutlich. Der Roman gliedert sich in vier Kapitel, die jeweils in weitere, vom Umfang her deutlich variierende und manchmal nur eine Zeile umfassende Abschnitte unterteilt sind. Den umfangreichsten, gut hundert Seiten einnehmenden Teil des Romans stellt dabei das dritte Kapitel dar, das fast ausschließlich im Verlag K.i.K. spielt. Die ersten beiden Kapitel sind im Haus des Ich-Erzählers, auf dem Arbeitsamt und auf einem Klassentreffen verortet. Das vierte Kapitel zeigt den Ich-Erzähler auf Lesereise und bei Interviews unter anderem im Fernsehen. Durch diese Anordnung kann die Leserin den Einstieg des Ich-Erzählers aus der ‚Lebenswelt‘ über den Verlag in den Betrieb chronologisch mitverfolgen. Die Inklusion von Schriftstellern in den Literaturbetrieb läuft über Verlage.

2. Entscheidungsfreude

Auf der Innenseite des Verlags K.i.K. werden nun insbesondere drei Figuren relevant: Zum einen der im Hintergrund waltende, aber dennoch

allgegenwärtige Verlagseigentümer Calmund, der der Patriarch der „Calmund-Familie“ (93) ist und nur durch, persönliche' Grüße, seine Unterschrift unter Verträge und Dokumente oder Fotos mit großen Verlagsautoren in Erscheinung tritt (zum Beispiel 87 oder 95). Zum anderen sind Dr. Dolm und eine Lektoratsassistentin die zentralen Verlagsakteure für den Ich-Erzähler, der selbst am Verlagsgeschehen nur passiv beteiligt ist und immer nur auf Anweisungen reagiert. Während die Assistentin gerade auch durch ihre Wandlung im letzten Teil des Romans von „Birgit oder Brigitte“ (116) hin zu „Beatrice“ (182) dem Ich-Erzähler zu bedeuten scheint, „auch unter ihren Kleidern ein Mensch zu sein, vielleicht ein ganz anderer Mensch als hier im Verlag“ (117), verbleibt die Charakterisierung der Figur Dolm allein im Schema des Verlags. Die Unbestimmtheit seiner genauen Position im Verlag – Ich-Erzähler und Leserin erfahren lediglich, dass er „ein vielbeschäftigter Mann [sei; DCA]. „Der Beste!““ (88) – macht seine Bedeutung für den Roman aus:

Dolm der IONIST oder vielmehr, jetzt verstand ich's, der DEZISIONIST. Wie bitte? Dezisionist. Sie [die Assistentin; DCA] erklärte mir: Dezisionist, wie dezidiert: entschieden. Dolm sei ein Freund von Entscheidungen. Dezisionismus – Entscheidungsfreude. Mehr als nur ein Wort. Eine ganze Theorie. (116)

Dolm wird hier von der Assistentin als ein „Freund von Entscheidungen“ beschrieben, als ein „Dezisionist“, der im und für den Verlag Entscheidungen fällt. Jenseits individueller Charaktereigenschaften steht er damit exemplarisch für einen bestimmten Typus von Kommunikation, der vor allem in Organisationen relevant ist. Während es nicht darum geht, dass die Entscheidungen durch einen inhaltlichen Kern qualifiziert werden, scheint es aus der Perspektive der Assistentin gerade wichtig zu sein, dass Dolm überhaupt Entscheidungen trifft. Und genau das ist mithin auch das besondere Charakteristikum von Organisationen – dort geht es vor allem (um nicht zu sagen: ausschließlich) um eines: nämlich Entscheidungen. Als Organisation hat der Verlag einen ständigen Bedarf an Entscheidungen, denn jede Entscheidung ist als Prämisse weiterer Entscheidungen zu akzeptieren (Luhmann 2000: 65). Dr. Dolm, der gleichsam bereits durch Name und Titel als Dezisionist markiert ist², zeichnet sich damit gerade nicht durch bestimmte individuelle Merkmale aus, sondern wird über das Strukturmerkmal von Organisationen schlechthin

² „Dolm“ bezeichnet in Österreich auch einen „Idioten“ oder „Dummkopf“, so dass die Figur noch zusätzlich durch diesen Aspekt semantisiert wird. Ich danke Sieglinde Cora für diesen Hinweis.

charakterisiert. Im Verlag gibt er jeweils Kriterien vor, für welche Seite einer Alternative der Verlag sich entscheiden soll.

Buchstabe D: Dezionismus, der; – die Geltung einer Entscheidung, die unabhängig von der Richtigkeit ihres Inhalts besteht. Aus dem Nichts geboren, schneidet sie, nachdem sie einmal getroffen worden ist, jede weitere Diskussion darüber, ob noch Zweifel bestehen können, ab. (139)

Der Lexikonauszug beschreibt, worin Dolms Funktion als Entscheider besteht. In der Selbstreferenz der Entscheidungen, die den Verlag zum Umgang mit Kontingenz und Komplexität zwingt, fungiert er als „Entscheidungsprämisse“ (Luhmann 2000: 285), die, jede weitere Diskussion abschneidet.’ Da jede einzelne Entscheidung sich nicht selbst entscheiden kann, „hilft man sich dadurch, dass man das Problem auf *den Entscheider* umlegt“ (Luhmann 2000: 136). Dolm legitimiert als ein solcher Entscheider Entscheidungen. Entscheidungen, die anstehen oder bereits entschieden worden sind, können auf ihn zugerechnet werden, um im Verlag voranzukommen. Wichtig ist dabei allein die, Geltung einer Unterscheidung’. Demgegenüber ist ‚Richtigkeit‘ (oder auch jede andere Qualität) nicht Voraussetzung für Anschlussfähigkeit von Verlagskommunikation.

„Die Fotos sind ausgezeichnet. Können uns kaum entscheiden ...“ (100) kommentiert Dolm denn auch die erste Entscheidung, die für den Ich-Erzähler sichtbar relevant ist. Mit ihm sind Autorenfotos gemacht worden, die ihn auch gleich zu der Annahme veranlassen, am Ziel schriftstellerischer Autonomiewünsche angekommen zu sein.

Nicht irgendwelche Fotos, sondern Autorenfotos. Weil er [Dolm; DCA] sich entschieden hatte. Bereits jetzt. Weil er meine Manuskripte gelesen hatte. Weil er sie zu Büchern machen wollte. Die Entscheidung war längst gefallen. Es folgten jetzt nur noch Formalitäten. Fotos. (90-91)

Der Ich-Erzähler beobachtet Dolm mithin auch im Hinblick auf dessen Entscheidungen: Dieser habe „sich entschieden“ und die „Entscheidung war längst gefallen.“ Dolms Interesse am Ich-Erzähler beruht jedoch gerade nicht auf der Lektüre der Manuskripte, die dieser eingereicht hatte. Er gibt sich überrascht über die Tätigkeit des Ich-Erzählers, als dieser ihn auf seine eingereichten Texte anspricht: „Er schreibt. Was für ein Zufall. Er schreibt ...“ (102). Der Verlag hat sich vielmehr für den Ich-Erzähler entschieden, weil dessen Gesicht zufälligerweise dem des berühmten, jedoch verstorbenen (Bestseller-)Autors Vašiček ähnelt und man davon ausgeht, mithilfe dieser

Ähnlichkeit über den ‚Tod des Autors‘ hinaus ein bestimmtes Autorenlabel weiterführen zu können. Der Ich-Erzähler wird vom Verlag als Autor also benötigt, weil er „Vašiček sein könnte“ (124). Es geht ihm gar nicht um den Text oder das schriftstellerische Können des Ich-Erzählers, sondern um dessen Gesicht.

3. Lektoratsarbeit

Die zentrale Bedeutung des Gesichts bringt nun Assistentin Beatrice auf den Punkt, wenn sie festhält: „Ein Buch beginnt mit dem Umschlag. [...]“ (126). Das Gesicht des Ich-Erzählers kann damit in jene Phänomene eingereicht werden, durch die „ein Text zum Buch wird und als solches vor die Leser und, allgemeiner, vor die Öffentlichkeit tritt“ (Genette 1989: 10). Denn ein Roman besteht nicht nur aus dem ‚eigentlichen‘ Text – also etwa dem eingereichten Manuskript des Ich-Erzählers –, sondern ist immer auch durch weitere Texte gleichsam umgeben, die ihn zu dem machen, als was er dann der Leserin erscheint. Diese als Paratexte bezeichneten Texte umgeben und verlängern also den ‚eigentlichen‘ Text, stehen mithin sowohl ‚bei‘ als auch ‚jenseits‘ dessen. Ihre Bedeutung kann man gar nicht hoch genug einschätzen, wenn man bedenkt, dass literarische Texte stets in kommunikative Prozesse eingelassen sind, um überhaupt als Texte beobachtet werden zu können. Paratexte fungieren als Organisatoren der Kommunikation (Stanitzek 2004: 11-12), indem sie jeweils die Schnittstelle zwischen Text und Kommunikation angeben. In dieser Hinsicht ist jeder Text auf paratextuelle Elemente angewiesen, weil durch diese nicht nur eine bestimmte Rezeptionshaltung und -erwartung nahegelegt wird, sondern der kommunikative Gebrauch des Textes überhaupt erst möglich wird (Dembeck 2007: 22-24).

Nimmt man das ernst, liegt es auf der Hand, dass die Ausgestaltung von Paratexten, im Bereich der Peritexte insbesondere des Buchumschlags und im Bereich der Epitexte insbesondere des Interviews, für die Vermittlung von Literatur bedeutsam ist.³ Verlagen als Organisationen der Literaturvermittlung erscheint diese Einsicht in die grundsätzliche Gestaltbarkeit von Paratexten und deren Bedeutung für die Kopplung von Text und Kommunikation in folgedessen wiederum als Möglichkeit, Entscheidungen zu treffen. Die Gestaltung etwa des Buchumschlags wird also als Alternative beobachtet.

³ Gérard Genette unterscheidet zwischen Peritexten (Autorname, Titel, Vorwort, Anmerkungen usw.) und Epitexten, die sich „noch im Umfeld des Textes, aber in respektvoller (oder vorsichtigerer) Entfernung“ befinden (Interview, Briefwechsel usw.) (Genette 1989: 12).

„Literatur ist Fiktion.“ Ich stimmte ihr [der Assistentin; DCA] zu. „Die Fiktion beginnt mit dem Umschlag.“ Ich stimmte ihr zu. „Auch Schriftsteller sind eine Fiktion.“ Und: „Es gibt kaum noch schreibende Schriftsteller.“ Oder: „Die meisten Schriftsteller sehen nicht aus wie Schriftsteller.“ Und: „Die erfolgreichsten Autoren sind Namen, vorzugsweise ausländische Namen, wohllektorierte Pseudonyme, Lektoratsarbeiten.“ (126)

Für den Verlag ist das literarische Kriterium der Fiktionalität vor allem eine Möglichkeit, die Gestaltbarkeit (und nicht die schlichte Gegebenheit) von Paratexten zu betonen und deren Bedeutsamkeit zu erkennen. Fiktionalität wird von der Assistentin dabei gegen die Literatur selbst verwendet, indem sie diese als Kriterium in die Selbstreferenz des Verlags holt und damit nach Verlagskriterien behandelt. Der Peritext Autorname und mit ihm das, worauf er verweist, ist eine „Lektoratsarbeit[-]“, die auf keinen außerhalb liegenden ‚Realitätskern‘, das heißt einen handelnden Autor, mehr verweist. Er fungiert nur noch als „Name[-]“ oder Label, das dem Verlag verspricht, ‚erfolgreich‘ zu sein. Das Ergebnis eines solchen „wohllektorierte[n]“ Paratextes wird dem Ich-Erzähler schließlich am Krankenbett (!) präsentiert:

Fast beiläufig wurde *das Buch* – ein Vorabexemplar – auf mein Bett gelegt, ein Buch ohne Titel, ohne Namen, ohne Erklärungen, ohne ein einziges Wort auf der Frontseite des durchsichtigen Umschlags. Nur mein Gesicht. Auf der Rückseite mein Haar ... Als Klappentext die Worte: *lebt und schreibt in New York*. Sonst nichts. (159)

Der Ich-Erzähler ist am Entstehungsprozess des Buchumschlags nicht beteiligt gewesen, sondern hat nur sein Gesicht zur Verfügung gestellt. Die Beschreibung des Buchumschlags verdichtet damit geradezu exemplarisch, wie Gestaltungsschemata der Literaturvermittlung strukturiert sind. Dabei lassen sich im Wesentlichen drei Aspekte (Reichwein 2007) unterscheiden: Zunächst wird der Buchumschlag offensichtlich durch Personalisierung bestimmt. Der Verlag setzt nicht das Buch, bestimmte inhaltliche Aspekte, bestimmte Figuren o.ä. in Szene, sondern den Autor als Person. Damit korreliert der Verweis auf dessen Lebenswandel, der eine bestimmte Erwartungshaltung, etwa ein bestimmtes, mit New York verbundenes Lebensgefühl o.ä. bei der Leserin auslösen soll. Leben und Schreiben werden miteinander gekoppelt: Das Leben in New York schlägt sich im Schreiben nieder. Zweitens lässt sich hier deutlich die Tendenz zur Visualisierung bei gleichzeitiger Deliteralisierung der Literaturvermittlung erkennen. Gezeigt wird eben das ‚Gesicht‘ des Autors;

schriftliche Hinweise fehlen nahezu vollständig. Die Leserin erfährt nichts ‚Schriftliches‘ über Inhalt, Genre oder Titel des Buches, sondern muss aus dem visuellen Angebot diese Informationen erschließen (wenn sie das denn überhaupt will). Schließlich werden durch den Buchumschlag (drittens) Etikettierungen bedient, die durch pointierte Kategorisierungen „eine prägnante Vereinfachung und Verkürzung der Kommunikation über Literatur zum Ziel haben“ (Reichwein 2007: 95).

[...] Wenn man den Buchumschlag nur sieht, dann besteht kein Zweifel, daß hier ein Schriftsteller ist, nicht irgendein Schriftsteller, sondern das Inbild des Schriftstellers, der gar nicht anders kann, der es immer war, der es immer bleiben wird... Es ist das Gesicht eines ganzen Jahrhunderts.
(126)

Das ‚Gesicht‘, folgt man wiederum der Assistentin, verweist auf den Autor Vašiček und entspricht damit einem bestimmten Etikett: dem „Gesicht eines ganzen Jahrhunderts“. Mit dem Gesicht wird an eine Autoren-Marke angeknüpft, die durch den verstorbenen Autor Vašiček gesetzt worden ist. Marken zeichnen sich gerade dadurch aus, dass sie der Käuferin ein bestimmtes Produkt mit dem Versprechen anbieten, dass dessen Qualität ‚immer so war‘ und ‚immer so bleiben wird‘ (Wegmann 2005). Wo „Vašiček“ draufsteht, ist auch „Vašiček“ drin; der Leser kann gar nichts falsch machen.

Die „Erfahrung im Machen von Büchern“ (127), die das Lektorat hat und durch Personalisierung, Visualisierung und Etikettierung des Titelblatts konsequent umsetzt, zeigt mithin, dass Paratexte „schon lange nicht mehr nur Beiwerk, geschweige denn bloßer Zufall“ (Reichwein 2007: 97) sind, sondern von verlagsstrategischen Überlegungen getragen werden. Für das Verhältnis von Text und Paratext ergeben sich in Zelters Roman daraus zwei Schlussfolgerungen: Zum einen ist der Buchumschlag als der zentrale Peritext nicht länger intrinsisch motiviert.⁴ Mit anderen Worten: Seine Gestaltung richtet sich nicht nach einem bestimmten literarischen Programm, das der ‚eigentliche‘ Text umsetzt. Das Titelblatt ist hier gerade nicht „Ergebnis eigener Formbildungen des Textes“ (Dembeck 2007: 407), sondern wird durch kommunikative Ansprüche des Betriebs bestimmt. Zum anderen wird darüber hinausgehend das Verhältnis zwischen Text und Paratext geradezu umgedreht, so dass der ‚eigentliche‘ Text nun extrinsisch motiviert zu sein scheint. Das konventionelle Verständnis von Paratexten setzt ein hierarchisches Verhältnis

⁴ Siehe zur Unterscheidung von extrinsischer und intrinsischer Motivation von Paratexten Dembeck 2007: 406.

zwischen Text und Paratext voraus: Der Paratext ist eben gerade nicht das ‚Werk‘, sondern lediglich das ‚Beiwerk‘ und fungiert in diesem Sinne als Hilfe. Wenn Dolm nun festhält „Es ist so gut wie klar, ganz eindeutig, die Fotos, der Umschlag, der Aufmacher, der Aufhänger, der Roman [...]“ (100), dann leitet genau diese Entscheidungskette zunächst einmal die Produktion des ‚eigentlichen‘ Textes aus den Anforderungen ab, die an die Gestaltung der Paratexte gestellt werden. Der „Aufmacher“ steht am Anfang und gibt vor, wie der aus ihm abgeleitete Romantext zu sein hat. Wenn man davon ausgeht, dass Paratexte gewöhnlich Gefahr laufen, „eine Entleerung zu erzeugen, sobald mit ihnen unabhängig von den eigentlichen Texten operiert wird“ (Dembeck 2007: 327), so wird dieses Prinzip hier auf den Kopf gestellt. Die Entleerung geschieht hier gerade dadurch, dass der ‚eigentliche‘ Text an den Paratext gekoppelt *ist*, wie der Ich-Erzähler feststellt, als er ‚seinen‘ Text liest.

Ich fand nirgendwo die Wesensart eines Sprechenden, kein Ich, kein Du, kein Er, keine Sie ..., nicht einmal ein Tier. Es wurde überhaupt nicht gesprochen, weder zu mir, noch zu irgend jemandem sonst. Ich startete in menschenleere Sätze. (149)

Die Gestaltung des Paratextes, die bestimmten kommunikativen Anforderungen entsprechen muss, schlägt auf die Gestaltung des ‚eigentlichen‘ Textes durch. Die Textgestaltung ist das Ergebnis der Formbildung des Paratextes (und nicht umgekehrt). Die Bedingungen des Literaturbetriebs werden mithin zur Gestaltung literarischer Erzähltexte narrativ enggeführt. Der Buchumschlag dient hier nicht in erster Linie der Markierung eines Textes in der Kommunikation. Nicht die Kommunikation wird durch den Paratext an den Text geführt, sondern die Textgestaltung wird an die Ansprüche der Kommunikation geführt, wie die Assistentin ausführt:

Es [das Buch; DCA] verbreite keine Botschaften oder Rechtfertigungen. Es verzichte auf Handlungen, Dialoge oder Beschreibungen. Es kenne weder Stimmigkeiten noch Unstimmigkeiten. Es sei weder allzu sinnig noch unsinnig. Es mache keine Fehler. Es schütze sich vor sich selbst. Es schütze auch mich ... Es sei gegen Angriffe und Anfeindungen immun. Sie [die Assistentin] sprach wie eine Immunbiologin. ‚Das Buch ist nur der innere Rahmen.‘ Der Rahmen für mein Gesicht. Es verhalte sich mir gegenüber so neutral wie möglich. Es halte uns alle Möglichkeiten offen. [...], ‚Wir wollen keine Fehler machen.‘ Ein gutes Buch habe immer etwas Stilles und Abwesendes. Es sei nicht es selbst, noch etwas anderes. Es sei unfaßbar, durch keine Kritik der Welt mehr zu fassen, unfaßbar und neutral ... Als wäre dieses Buch die Schweiz ... (150-151)

Es sind zentral kommunikative Ansprüche („Angriffe und Anfeindungen“) des Literaturbetriebs, der Literaturkritik, des Marktes, der Leserinnen, die die Ausgestaltung des ‚eigentlichen‘ Textes prägen („Es macht keine Fehler“). Nicht nur werden „werkexterne und werkbegleitende Aspekte von Literatur zunehmend bedeutungsvoll“ (Reichwein 2007: 97), sondern diese Elemente formen darüber hinaus unmittelbar den ‚eigentlichen‘ Text, der zum „innere[n] Rahmen“ wird. Das Buch ist eine Verlagsarbeit, die durch die Verlagsstruktur bestimmt ist: So wie der Verlag als Organisation sich nach außen schützt und gleich einer Botschaft nahezu ‚immun‘ ist, so gestaltet sich auch die Struktur des Textes, der auch wiederum diplomatisch immun, „unfaßbar und neutral“ wie die „Schweiz“ erscheint. Die Selbstreferenz der Organisation Verlag, die sich durch Entscheidungen reproduziert, spiegelt sich, mit anderen Worten, in der Textgestaltung wider – denn: „Bücher sind Wahlen, oder besser: Selektionen ... Und: Selektionen sind subjektlose Vorgänge, selbstlose Operationen, die durch Differenzen ausgelöst werden“ (127), wie Assistentin Beatrice dem Ich-Erzähler verdeutlicht. Ein Buch wird durch Differenzen ausgelöst – nicht durch einen handelnden Autor.

4. Kunstgriff

Die Dominanz von Entscheidungen im Roman, die durch die narrative Engführung von Verlagsorganisation und (Para-)Textgestaltung erzeugt wird, setzt sich in den Sprechhandlungen der beteiligten Akteure fort. Weder der Ich-Erzähler noch Dolm und Beatrice sprechen für sich selbst. Die Verlagsakteure verweisen auf lexikalisches, stillgestelltes Wissen (vgl. 139)⁵ oder die Entscheidungen anderer Instanzen im Verlag, um ihre ‚eigenen‘ Entscheidungen zu legitimieren. So bestimmen weniger die Handlungen der Figuren die Romanhandlung. Der Verlag als Organisationsstruktur verkettet vielmehr das, was Dolm und Beatrice tun, zu Handlungen. Die Sichtbarmachung von Selektionsketten ist dabei das grundlegende Muster selbst der Dialoge, die denn auch zumeist als monologisierte direkte oder indirekte Rede im Konjunktiv vom Ich-Erzähler wiedergegeben werden:

Er stellte die Speisekarte um. / ‚Frühstück und ran an den Tag ...‘ / Winkte nach hinten. / ‚Ober, ein Frühstück ...‘ / Nahm eine Aspirin-Tablette. / ‚Was für ein Tag ...‘ / Nahm eine zweite Tablette. / ‚Nicht nur Ihr Tag, sondern

⁵ Die zitierten Lexikonstellen beziehen sich einerseits auf den ‚Dezisionismus‘ und andererseits auf Roland Barthes‘ Postulat vom ‚Tod des Autors‘ und stellen beide Aspekte damit unmittelbar zueinander in Beziehung.

auch unser Tag ...' / Bot mir eine Tablette an. / ‚Wie geht’s? Was macht der Husten? Gut geschlafen? Schön Sie endlich persönlich zu sehen ...' / Schüttelte meine Hand. / ‚Dolm mein Name ...' (100)

Der Ich-Erzähler selbst ist als handelnder Akteur tot: „Vašiček ist längst tot, doch ich, ich bin am Leben. Vielleicht ist es ja umgekehrt“ (127). Die durchgängige Analogisierung von Verlagsorganisation, Autorschaft und Krankheit (zum Beispiel: „unser Verlag, unser Arzt, unser kranker Autor“ (104)) macht dabei deutlich, dass sich die literarische Identität von Autoren im Literaturbetrieb als krankhaft darstellt.

Während der Verlust an Handlungssouveränität des Ich-Erzählers mit den Bedingungen im Verlag korrespondiert, verrät sich am Ende des letzten Kapitels der Zusammenhang von Text, Paratext und Kommunikation indes als bloße literarische Fiktion:

Ich bin mehr als nur mein Gesicht. Eigentlich ist mein Gesicht nur eine Erfindung, eine Übertreibung, mein eigener Kunstgriff, so wie Vašiček, dem ich nicht ähnlich sehe und den es gar nicht gibt. [...] Er ist eine Figur in einem Roman – gelebte Literatur in der Literatur. (217-218)

Mit diesem Wechsel von der intra- auf die extradiegetische Erzählebene wird der Ich-Erzähler nach rund 200 Seiten erstmals als tatsächlich handelnder Akteur sichtbar und markiert dies auch gleich als ‚seine Entscheidung‘ (und nicht die des Verlags): „Ich bin Schriftsteller und sehe die Richtigkeit meiner Entscheidung“ (218). Die Unterscheidung zwischen Realität und Fiktion, die hier durch die Unterscheidung von Autor und Gesicht realisiert wird, tritt gewissermaßen als re-entry auf der Seite der Fiktion wieder ein. Die Ambivalenz der Unterscheidung wird in diesem Zusammenhang noch dadurch weiter zum Oszillieren gebracht, dass im Roman verhandelte Themenaspekte vom (‚realen‘) Autor Joachim Zelter in als ‚nicht-fiktional‘ markierten Essays reflektiert werden. Darüber hinaus, und das ist hier wichtiger, sind zwei Abschnitte des Romans (59-62 und 63-71) bereits vor dessen Erscheinen 2003 zunächst wortwörtlich beziehungsweise in marginal veränderter Form 2000 in der Zeitschrift *Konzepte* und dann auf der Homepage des Autors veröffentlicht worden (Zelter 2000a und Zelter 2000b). Durch die unterschiedliche paratextuelle Rahmung der entsprechenden Textstellen (Roman versus Homepage) verschwimmen somit die Grenzen zwischen dem Ich des Erzählers im Roman und dem Ich des Autors, wie es sich im Internet präsentiert. Das Spiel mit der Unterscheidung zwischen Realität und Fiktion in Bezug auf

Vorstellungen vom Literaturbetrieb schreibt sich in diesem Sinne in die Poetik Zelters ein.

Genau an dieser Stelle des Umgangs mit fiktionalen/realen Vorstellungen vom Literaturbetrieb wird ein genauerer Blick auf die Gestaltung des Buchumschlags (Abb. 1)⁶ interessant.



Abb. 1

Das Titelblatt ist vertikal in zwei Hälften geteilt. Die rechte Hälfte zeigt einen blauen Buchumschlag; der linke Teil ist nahezu komplett mit der linken Hälfte des Gesichts einer Person ausgefüllt. Dieses ist in blauer Farbe schattiert und zeigt eine Person, die die Leserin mit leicht gesenktem Kopf anschaut. Wie den Hinweisen zur Umschlaggestaltung am Ende des Buchs zu entnehmen ist, handelt es sich dabei um eine Fotografie des Autors selbst (nicht paginiert).⁷ In der Mitte teilt ein rotes, geschwungenes Leseband die beiden Hälften des Titelblatts voneinander. In der Ecke links oben über der Stirn des Gesichts ist der Autornamen platziert. Der Titel des Buchs *Das Gesicht* und, darunter in deutlich kleinerer Schrift, der Untertitel *Roman eines Schriftstellers* verbinden beide Teile miteinander, indem sie, in der Mitte zentriert, in beide Hälften des Titelblatts eingreifen. In der Ecke unten rechts, diagonal dem Autornamen gegenüber, ist der Name des Verlags genannt.

⁶ Siehe Verlag Klöpfer & Meyer 2009.

⁷ Allerdings fehlt ausgerechnet dieser Verweis auf Zelter, darauf hat mich Giulia Radelli aufmerksam gemacht, (signifikant?) in den Angaben im *Buchumschlag*.

„Das Gesicht ist das Buch. Und umgekehrt“ (130), heißt es nun im Text. Dort negativ konnotiert, erhält derselbe Satz durch den (,realen') Paratext des Romans selbst eine zumindest ambivalente Bedeutung. Der Buchumschlag des *Gesichts* reflektiert durch seine Gestaltung den Umstand des Umgangs mit Paratexten und deren Motivierung im Literaturbetrieb. Zunächst ist der Paratext intrinsisch motiviert und verweist insofern auf fiktionale Vorstellungen. Seine Bedeutung ergibt sich in dieser Hinsicht aus dem ästhetischen Programm, wie es ‚im Text‘ entfaltet wird. Gleichzeitig ist er aber auch extrinsisch motiviert, weil er auf den realen Joachim Zelter, dessen Position im Literaturbetrieb, auf Anforderungen des ‚realen‘ Betriebs verweist und aus diesen abgeleitet ist. Gerade diese extrinsische Motivation wird allerdings im Text selbst als eine letztlich ‚autonome‘ (und in diesem Sinne: intrinsische) Entscheidung des Autors (also Zelters) verstanden. Die Gestaltung des Paratextes reflektiert dieses Oszillieren zwischen extrinsischer und intrinsischer Motivation des Titelblatts, das damit (gewissermaßen metonymisch) für Vorstellungen vom Literaturbetrieb und den damit verbundenen Annahmen über die Bedingtheit von literarischer Kreativität steht. Das Titelblatt des *Gesichts* ist in zwei Hälften geteilt und reflektiert damit diese wechselseitige Bedingtheit, das Oszillieren zwischen Realität und Fiktion, Verderben und Autonomie. Gerade das einzige ‚lebendige‘ Element des Covers – das geschwungene, zwischen beiden Seiten platzierte Leseband – scheint damit für dieses Moment des Unbestimmten als Potential der Literatur zu stehen. Der Autornamen Joachim Zelter, das Gesicht des Autors und der Titel *Das Gesicht* lassen sich in diesem Sinne als paratextuelle Elemente verstehen, die einerseits auf einen real im Literaturbetrieb situierten Autor verweisen, andererseits aber zugleich Bilder des konstitutiven Konstruktcharakters des Verhältnisses von literarischen Texten und Literaturbetrieb als innerfiktionale Markierung darstellen. Die Grenzen zwischen intrinsischer und extrinsischer Motivation der äußeren (und dann auch inneren) Gestaltung eines Buchs verwischen und werden in der Fiktion, die aus dem Inneren des Textes auf dessen äußeren Rahmen zugreift, aufgehoben. Der Titel *Das Gesicht. Roman eines Schriftstellers* wird so zum Zeichen der unhintergehbaren Konstruktion (oder Fiktion) von Beschreibungen der Bedingtheit von Autoren und ihrer Literatur im Literaturbetrieb. Die paratextuelle Konfiguration des *Gesichts* inszeniert damit paradoxerweise das ‚Verderben‘ der Literatur und ihrer Autoren im Literaturbetrieb als literaturbegründenden Akt. Und so schließt sich denn auch am Ende folgerichtig der Kreis:

Man muß sich anpassen und verstellen können. Man muß Kompromisse eingehen können. Man muß bereit sein, einige Dinge zurückzunehmen. Trotzdem würde ich jedem empfehlen, Schriftsteller zu werden. [...] Es gibt, zumindest für mich, keinen anderen Beruf als den des Schriftstellers.
(217)

Die Rede von Einblicken in die Ursachen des ‚Verderbens‘ der Literatur in Organisationen wie dem K.i.K. Verlag wäre demnach eine Fiktion, die genau dann wichtig zu werden scheint, wenn ein Autor sich und seine Literatur selbst begründen will. Denn emphatischer lässt sich das, was einen Autor und seine Literatur im gegenwärtigen Literaturbetrieb ausmacht, wohl kaum mehr formulieren: „Ich hatte gar keine andere Möglichkeit als Schriftsteller zu werden. Sonst würde ich nicht mehr leben“ (217).

Literaturverzeichnis

- Dembeck, Till.** Texte rahmen. Grenzregionen literarischer Werke im 18. Jahrhundert (Gottsched, Wieland, Moritz, Jean Paul). Berlin u. New York: de Gruyter 2007.
- Drews, Jörg.** „Zum Thema: Verdirbt der Literaturbetrieb die Literatur?“ Jahrbuch der deutschen Schillergesellschaft 52 (2008): 481-491.
- Genette, Gérard.** Paratexte. Das Buch vom Beiwerk des Buches. Mit einem Vorwort von Harald Weinrich. Aus dem Französischen von Dieter Hornig. Frankfurt a.M. u. New York: Campus 1989.
- Jessen, Jens.** „Verdirbt der Literaturbetrieb die Literatur? Vorbemerkung zu einer Diskussion.“ Jahrbuch der deutschen Schillergesellschaft 51 (2007). 11-14.
- Luhmann, Niklas.** Organisation und Entscheidung. Opladen: Westdeutscher Verlag 2000.
- Moritz, Rainer.** „Wenig Neues unter der Sonne.“ Jahrbuch der deutschen Schillergesellschaft 52 (2008): 496-497.
- Overath, Angelika.** „Vorspiel auf dem Theater. Eine Antwort auf Jens Jessen.“ Jahrbuch der deutschen Schillergesellschaft 52 (2008). 498-500.
- Plachta, Bodo.** Literaturbetrieb. Paderborn: Fink 2008.
- Reichwein, Marc.** „Diesseits und jenseits des Skandals. Literaturvermittlung als zunehmende Inszenierung von Paratexten.“ Literatur als Skandal. Fälle – Funktionen – Folgen. Mit drei Abbildungen. Hrsg. von Stefan Neuhaus u. Johann Holzner. Göttingen: Vandenhoeck u. Ruprecht 2007. 89-99.
- Saltzwedel, Johannes.** „Literatur ohne Betrieb?“ Jahrbuch der deutschen Schillergesellschaft 52 (2008). 501-502.
- Stanitzek, Georg.** „Texte, Paratexte, in Medien: Einleitung.“ Paratexte in Literatur, Film, Fernsehen. Unter Mitarbeit von Natalie Binczek. Hrsg. von Klaus Kreimeier u. Georg Stanitzek. Berlin: Akademie 2004. 3-19.
- Tacke, Veronika.** „Funktionale Differenzierung als Schema der Beobachtung von Organisationen. Zum theoretischen Problem und empirischen Wert von

Organisationstypologien.“ Organisation und gesellschaftliche Differenzierung. Hrsg. von Veronika Tacke. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 2001. 141-169.

Verlag Klöpfer & Meyer. Joachim Zelter, Das Gesicht. Roman eines Schriftstellers. 2009. <http://www.kloepfer-meyer.de/Default.ASP?Buch=64> (01.07.2009).

Wegmann, Thomas. [Art.] „Marke.“ Das BuchMarktBuch. Der Literaturbetrieb in Grundbegriffen. Zusammen mit Silke Bittkow u.a. Hrsg. von Erhard Schütz. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 2005. 257-261.

Zelter, Joachim „Beeinflußt Literatur die Menschen?“ Konzepte. Literatur zur Zeit 19 (2000a). 9-24.

--- Beeinflußt Literatur die Menschen? 2000b. <http://freenet-homepage.de/JoachimZelter/Sonstiges.htm> (01.07.2009).

--- Das Gesicht. Roman eines Schriftstellers. Tübingen: Klöpfer u. Meyer 2003.