



Was immer an Argumenten, Erwartungen und Empfindungen dafür aufgeboten wird, sie aus schnöden Produktwelten herauszuhalten, Ware sind sie schließlich doch: Blick in die Lagerhalle eines Buchgroßhändlers.

Foto Lucas Bäuml

Die ästhetische Ökonomie des Schreibens

Berufung, nicht Beruf:
Carolín Amlinger leistet
soziologische Aufklärung
in Form einer dichten
Beschreibung des
Literaturbetriebs.

Von Niels Werber

Auf den Visitenkarten von Roman-
ciers finden sich Bezeichnungen
wie „Ernst Jünger cand. zool., Ltn.
a. D.“ oder „Dr. phil. Robert Musil“. Die
Angabe „Berufsschriftsteller“ oder heute
„Diplom-Schriftsteller:in“ scheint unüb-
lich zu sein, obschon Studiengänge ent-
sprechende Zertifikate verleihen. Auch
die „18 Autor:innen aus Deutschland zwi-
schen 32 und 62 Jahren“, mit denen Caro-
lin Amlinger Interviews geführt hat, um
zu verstehen, wie sie arbeiten und „wel-
chen Sinn sie ihrer Arbeit zuschreiben“,
erleben ihre Tätigkeit weniger als einen
„durch zweckrationale Kalküle bestimm-
ten Beruf“, mit dem Geld verdient würde,
„sondern als innere Berufung“, der sie
„um ihrer selbst willen“ folgen. Ein Dip-
lom macht niemanden zum Autor. Ein
festes Einkommen auch nicht.

Warum eigentlich nicht? Ist denn das
literarische Werk etwa keine Ware, die
in Heimarbeit hergestellt und als Halb-
fabrikat an einen Verlag verkauft wird,
der es druckt, vertreibt und bewirbt? Es
gehört zum Kernbestand der Erwartun-
gen, die unsere Gesellschaft ihren Mit-
gliedern ermöglicht, aus einem Ange-
bot von Waren wählen zu können, zu
dem auch Bücher gehören. Aber Litera-
tur will mehr als eine Ware sein, näm-
lich Kunst, die um ihrer selbst willen
geschaffen und um ihrer selbst willen
rezipiert wird. Diese soziale Disposi-
tion des literarischen Feldes, die
Amlinger beschreibt, ist alt, aber wirk-
ungsmächtig. Personen, die „Heftro-
mane“ oder „Genreliteratur“ gegen
festes Entgelt nach „Produktionsrichtli-
nien“ fabrizieren, gelten nicht als
Schöpfer eines Werks, obschon sie Tex-
te schreiben, die gedruckt und gelesen
werden, und dies sogar in großer Zahl.
Dass Autoren diese Brotarbeit unter
Pseudonym verrichten, um ihren guten
Namen zu schützen, legt ein Problem
moderner Autorschaft offen, das
Amlinger in ihrer Feldforschung
herausarbeitet: Das Schreiben literari-
scher Texte prekarisiert.
Die Ansprüche, die die Schriftsteller an
sich selber stellen, stehen einer Professiona-
lisierung ihres Berufs genauso im Weg
wie die Überzeugung des „Literaturbet-
riebs“, die Produktion von Werken sei

das im Einzelfall zufällige, insgesamt aber
doch erwartbare Ergebnis individueller
Kreativitätsschübe. Auf die Idee, Autoren
fest einzustellen, zu versichern, im Krank-
heitsfall und Urlaub ein Gehalt zu zahlen,
ist noch kein Literaturverlag gekommen,
jene „Fabriken“ ausgenommen, in denen
„Massenware“ produziert wird.
Die Urheber, die so glücklich sind, in
ihrer vollkommenen Freiheit von allen
Zwängen moderner Berufsausübung ein
Werk vollendet und an einen Verlag ver-
kauft zu haben, dürfen sich stattdessen
über ein „Honorar“ freuen, eine Ehren-
gabe also, die der Wertschätzung für ihre
Berufung geschuldet ist und nicht der
Arbeit, die die Autoren in ihr Schreiben
investiert haben. Wer will schon von
Stundenlöhnen sprechen, wenn ein Werk
entsteht? Die Illusionen von Zweckfrei-
heit und Autonomie haben die Produk-
tionsbedingungen so erfolgreich invisibi-
lisiert, dass die interviewten Autoren viel
auf sich nehmen und ihrem Umfeld viel
zumuten, um im Schreiben das zu tun,
was sie als Mensch ganz und gar defi-
niert, und das heißt: trotz allem ihr
nächstes Werk zu schaffen. Kein Wunder,
dass sich die meisten Schriftsteller wie
vor hundert Jahren von Job zu Job, von
Honorar zu Honorar, von Preis zu Preis
hangeln, wenn sie ihr Tun als existenzi-
ellen Vorgang fassen, in dessen „Vollzugs-
geschehen“ sie zugleich aufgehen und
sich selbst erst hervorbringen. „Ich muss

schreiben“, gibt eine Autorin zu Proto-
koll, sie hätte auch „ich muss leben“
sagen können.
Wie die Konzeption des Buches als
Ware und Werk ist auch die Konzeption
des Schriftstellers voller „metaphysischer
Spitzfindigkeiten“ und theologischer
Mucken“ (Karl Marx). Das „Gebrauchs-
wertversprechen“, das dem Käufer sugge-
riert, er erwerbe ein „ästhetisches Werk
mit besonderen Qualitäten“, wird von der
Fiktion des begabten, berufenen oder
doch besonderen Autors gedeckt, der dies-
es Werk nicht als Ware für den Markt
hergestellt habe, sondern gerade im
selbstbezüglichen, quälenden wie
befreienden Schreiben ein „Kulturgut“
schafft, ja schaffen musste, das genauso
einzigartig ist wie der Prozess, aus dem es
hervorgeht. Aus Sicht der Soziologin lässt
sich dies nüchtern als „Distinktionsstra-
tegie“ fassen, an deren Erfolg die Verlage
und Agenten, Kritiker und Literaturwis-
senschaftler kräftig mitwirken, um die
Antinomien dieser ästhetischen Ökono-
mie zu bewirtschaften.
Zur soziologischen Aufklärung, die
Amlinger betreibt, gehört es, das Milieu
und die Medien, die Organisationen und
Rechtsformen in den Blick zu nehmen,
ohne die weder dieses Verständnis von
Autorschaft noch diese Konzeption des
Werkes denkbar wären. Ihre Soziologie
des Schreibens nimmt all die Praktiken
ins Visier, die mit diesen Möglichkeits-

bedingungen zurecht kommen müssen,
um die Regale mit „wertvollen Werken“
zu füllen, deren Ladenpreis nichts
bedeuten darf für ihren kulturellen
Rang und deren Urheber statt auf festes
Gehalt auf Reputationsgewinne setzen,
vom Stipendium zum Buchpreis, von der
großartigen Rezension bis zur gefeier-
ten Lesereise.
Zwar ist der Markterfolg einiger Best-
sellerautoren so überwältigend, dass der
Hinweis auf die schiere Zahl der Rezi-
pienten jede Diskussion über den ästhe-
tischen Wert des Werks erstickt, aber
solange die Unterscheidung von Beruf
und Berufung so fest etabliert ist, wie
die dichten Beschreibungen der Inter-
views und Hintergrundgespräche mit
wichtigen Akteuren des Literaturbet-
riebs zeigen, wird sich daran nichts
ändern. Schreiben wird weiter beglü-
cken und frustrieren, und zwar die
Schreibenden wie die Lesenden, unab-
hängig vom später erzielten Honorar
und losgelöst vom für den Erwerb des
Buches bezahlten Preis.
1934 hat Walter Benjamin die Sonder-
barkeit von „Produzenten“ beschrieben,
die irrigerweise darauf bestehen, keine
Ware anzufertigen, sondern eine Schöp-
fung hervorzu bringen, keine Zwecke zu
verfolgen, sondern die „Autonomie des
Dichters“ auszuleben, zu „dichten, was er
eben wolle“. Dies sei falsch, es gelte, die
„isolierten Dinge: Werk, Roman, Buch“

in „die lebendigen gesellschaftlichen
Zusammenhänge“ zu stellen. Dieser
Devisen ist Amlinger gefolgt: „Literari-
sches Arbeiten wird hier als eine soziale
Tätigkeit interpretiert, die sich nicht los-
gelöst von den gesellschaftlichen Bezie-
hungen und Strukturen, in die sie einge-
bettet ist, erschließen lässt.“ Was Schrei-
ben, dieses Arbeiten ohne Arbeitszeiten,
diese Produktion, die ihre Produktionsbe-
dingungen verleugnet, indem sie ihre
Produkte als Schöpfungen sakralisiert,
heute ausmacht, lässt sich bei ihr nach-
lesen. Und dies wird nicht nur aus der
Sicht der einen oder anderen soziologi-
schen Theorie deduziert und an ein paar
Beispielen illustriert, sondern aus der
Feldforschung kondensiert. Dies ist keine
armchair sociology, deren Realitätskon-
takt in Zeitungslektüren aufgeht, son-
dern qualitative Soziologie. Wenn Bücher
als Visitenkarten ihrer Autoren fungie-
ren, dann darf die Dissertationsschrift
der Literatursoziologin Carolín Amlinger
als Empfehlung gelten.



Carolín Amlinger:
„Schreiben“.
Eine Soziologie
literarischer Arbeit.
Suhrkamp Verlag
Berlin 2021. 800 S.,
br., 32,- €.