

Gunnar Schanno

Das Buch im Griff des Internets

Ein kulturkritischer Zustandsbericht

tredition®

Der Autor, Gunnar Schanno, ist Fachjournalist und Buchautor gesellschaftspolitischer Themen. Nach erfolgreicher Buchhandelslehre mit Abschluss in Freiburg im Breisgau studierte er Kommunikationswissenschaft an der Mainzer Universität und war langjährig in einem Wissenschaftsverlag tätig. Für das Branchenmagazin *Buchhändler heute* war er regelmäßiger Autor. Er ist auch publizistisch aktiv in interkulturellen Gesellschaften.

Im vorliegenden Werk gibt er einen kulturkritischen Rückblick auf die Hochform des Buchs vor dessen Abstieg zum Nebenprodukt unter den Medien und pointiert in anregenden Sprachbildern, wie und mit welchen Konsequenzen die sich überstürzenden technologischen Entwicklungen im Medienbereich das Verhältnis zur Kultur-Ikone Buch rasant verändern - sowohl für den Leser als auch für traditionelle Buchverlage oder Buchhandlungen – nicht zuletzt für Autoren!

Der Autor selbst hat sich der Dynamik unterworfen und das Werk in das doppelgesichtige Konzept von Print- und e-Book gestellt. Das erschien nur folgerichtig, da viele im Buch gelisteten Literaturquellen aus der Online-Welt stammen. Mehr noch: Er hat die im Buch beschriebenen Konsequenzen nicht unbeachtet gelassen und einem mit Innovationspreisen bedachten Verlagsformat den Vorzug gegeben, das sich auch als Netzwerk versteht mit Anbindungen an Unternehmen, darunter auch verschiedenste Verlage, Universitäten, Forschungseinrichtungen und natürlich mit Einbindung in die Welt von Online-Portalen.

Gunnar Schanno

Das Buch im Griff des Internets

Ein kulturkritischer Zustandsbericht

© 2013 Gunnar Schanno

Lektorat, Korrektorat und Satz:
Angelika Fleckenstein, spotsrock.de

Verlag: tredition GmbH, Hamburg
Printed in Germany
ISBN: 978-3-8495-6970-9

Das Werk, einschließlich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlages und des Autors unzulässig. Dies gilt insbesondere für die elektronische oder sonstige Vervielfältigung, Übersetzung, Verbreitung und öffentliche Zugänglichmachung. Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort

1. Das Buch - ein Archetyp der Kultur

Das Buch - Premiumprodukt der Kultur

Das Buch - fortan ein Nebenprodukt der Kultur?

2. Das Buch - Premiumprodukt der Wertschöpfung

Das Buch - fortan ein Relikt der Wertschöpfung?

Das Buch als Medium wirtschaftlicher Zwänge – das Internet im Reich der Freiheit

Das Buch - fortan Phantom der Netzwerkwelt

Wo bleibt das Buch - Abspaltung seines Contents?

Das Buch - einst Machtinstrument der Bildung

Das Buch – zwischen Beziehungs- und Billigobjekt

Wo bleibt der Verleger – der Büchergott?

Das Buch – sein eigener Konkurrent

3. Das Internet als interaktiver Turbolader für gesellschaftspolitische Dynamik

Open Content statt Buch

Bildungsserver statt Buch

Wissenspool statt Buch

Das Internet als Turbosystem politischer Prozesse – nicht das Buch

Das Internet als Turbosystem individueller Prozesse – nicht das Buch

Das Buch – Würdigung einer Ikone

4. Das Buch als Quellgrund des Internets

Das Buch im Wandel seiner Funktionen

Das Buch – seine ökonomisierte Massenform

Das Buch als Reihe – ein Objekt technischer Dimensionen

Das Taschenbuch - Prototyp des Massenmarkts

Das Kontinuum - auch ein Buchprinzip

Das Sachbuch als Fitmacher für die Wissensgesellschaft

Rowohlt: Tempo in der Buchbranche

Reclam: Der klassische Pionier aller Textreihen

Goldmanns Tausend Taschenbücher

Fischers Tausend Taschenbücher

Erzählungen und Gedichte aus 1001 Suhrkamp-Taschenbüchern

Die Büchermasse - reif für das Internet

5. Das Buch als koexistentes Medium

Die Printwelt an ihren Grenzen
Wozu noch Bücher?
Das Buch – ein Hybrid-Produkt
Wo bleibt die Buchbranche?
Wo findet das Buch sein Survival?

6. Literatur

Print-Quellen

Online-Quellen (ohne Subdomain als www.-Zugangskürzel)

Vorwort

Die Beobachtungen des Autors enden nicht im Abgesang auf das Buch, wie es als dominierendes Medium über ein halbes Jahrtausend geherrscht hat. Doch fragt er schonungslos kritisch, wie die Rollenverteilung sein wird zwischen dem Buch und seinen elektronischen Konkurrenten. Ist das Buch nur noch Beuteobjekt der Internetkrake? Wie verlief sein Weg vom Premiumprodukt der Medienkultur zum Nebenprodukt? Wie verläuft künftig sein Weg als eher kleines „added value“ zur Informationsmaschine Internet? Was bleibt noch für das Buch, leidet es an Altersschwäche, ist es aussterbende Spezies? Ist der Buchmarkt reif für das Internet?

Die Betrachtungen des Autors sind auch eine Hommage auf das Buch. Alle Kapitel beleuchten das Buch aus der Perspektive des Bedrohungspotenzials der Internetmacht. Nicht weil es immer häufiger seine Besitzer über Online-Buchshops wechselt, sondern weil das reale Buch bedrohlich schnell ersetzt wird durch das virtuelle: Sei es als EBook, sei es durch elektronischen „Content“, aber auch, weil das Buch verdrängt wird durch den Zeit fressenden, Aufmerksamkeit zehrenden Aktionismus im Internet.

In diesem Kontext verweist der Autor immer auch auf die veränderten ökonomischen Bedingungen der Medienwelt, die in weiten Bereichen das Ausmaß einer Entökonomisierung erreicht haben. Das Medium Buch nämlich ist reales Ressourcen und Geld zehrendes Produktionsgut aus der Welt klassischer Ökonomie. Das Internet ist virtuell, so gut wie ressourcenfrei, ist Massenmedium und Massenspeicher und ist so gut wie frei verfügbar für die Masse. In bedrohlichem Maß wird das dem Buch zum Verhängnis.

Der Autor nennt auch in seinem stets vorwärtstreibenden Stil weiterführende Argumente für die Überlegenheit des Internets gegenüber traditioneller Buchkultur: Nämlich besonders da, wo es als informationelles

Turbosystem gesellschaftliche Prozesse beschleunigt oder gar aufheizt. Der Autor erkennt aber zugleich beispielreich die Unüberwindlichkeit des Buchs an - als einen unauslöschlichen und bleibenden Archetyp der Kultur.

1. Das Buch - ein Archetyp der Kultur

Das Buch - Premiumprodukt der Kultur

Das Buch: Ein Massenphänomen, ein Markt. Ein halbes Jahrtausend war das Buch ein Königsmedium. In seiner europäischen Form als Druckwerk seit dem 15. Jahrhundert hat es als unverwechselbares Medium seine heutige Form und Erscheinung erhalten und bewahrt. Zwischen dem 15. Jahrhundert, beginnend und verbunden mit dem Namen Johannes Gutenberg und seiner Erfindung des Buchdrucks, und endend mit dem 20. Jahrhundert, verbunden mit dem sich beschleunigenden Transfer der Buchinhalte in elektronische Medien, hatte das Buch seine unangefochtene monomediale Stellung als Premiumprodukt der Kultur.

Das gedruckte Buch: Einst die alleinige Quelle für Wissen, Weisheit und Weltkultur, als Kulturträger, als Bildungsgut, als Materialisierung und Schatzkammer des Geistes, als Medium für die Kulturtechnik des Lesens. Das Buch als Medium, seine Durchdringung in der Bevölkerung als Maßstab für Bildungsstand. Wo kein Buch, da keine Bildung! Das Buch aber auch als Lustobjekt, wenn es das Schöne, Erhebende und Erhabene in kunstvoller Schrift und Grafik wiedergab, wenn es Bekenntnisse zu Glaube, Liebe und Hoffnung weitertrug. Das Buch als Kult, wenn es zum künstlerisch gestalteten Objekt erkoren wurde. Das Buch als Qualobjekt, wenn sein Inhalt für die Schule des Lebens zum Lern- und Bewährungsstoff bestimmt war. Das Buch als Vademekum, als Lebenselixier, in anthropomorpher Erhöhung als Freund, Begleiter, als Tröster, Helfer, Ratgeber, Retter. Das Buch aber auch als Verderber, als Anstifter, Träger von Irrtümern, als Schund, wenn es für Kritik und indizierte Verteufelung seines Autors steht. Das Buch auch als Hassobjekt, wenn mit ihm und seiner Verbrennung stellvertretend der Autor verbrannt werden sollte. Das Buch als Kleinod häuslicher Atmosphäre und Kulisse der Bücherwand, als Prestigemittel, wenn es Status, Bildungsstand und Ansehen signalisierte.

Das Buch im Mittelpunkt von was? Ja, doch auch noch von Buchmessen! Noch sind sie Bühne des Buchs – bei aller Manie um E-Book & Co. Immer noch, so heißt es, sei Büchermesse auch Büchermasse. Die Leipziger Buchmesse zum Beispiel ist das jedes Jahr stattfindende märzliche *El Dorado* der Bücherwelt, in der die bundesrepublikanische Vielfalt inmitten der Internationalität im Bücherkosmos auch atmosphärisch zu spüren ist, mehr als auf der Frankfurter. Wenn es Freude und Interesse am Buch zu wecken gilt, dann ist eine Messe, auf der eben dieses Objekt im Mittelpunkt steht, allemal ein guter Anlass. Es ist ein guter, sinnenfroher Anlass, weil das Buch der klassische Mittelpunkt unter den Medien geblieben ist. Es ist es geblieben allen Zweifeln zum Trotz, umringt und inmitten der Konkurrenz neuer Medien und weltumspannender Netzwerke der Informationsflut. Womit sonst als mit dem Buch soll sich ein Ehrengast der Buchmesse vorstellen, Identifizierbarkeit erreichen, Kulturnähe propagieren – auch Neuseeland als Ehrengast 2012 auf der Frankfurter Buchmesse ließ veritable Bücher „tanzen“. Die Unterscheidung zur Tourismusmesse war wieder dank Buch gerettet.

Das Buch – das antiquarische vornehmlich - Objekt der Liebhaberei, wenn nicht der Begierde. Das Buch in kapitalistischer Wirtschaftsverfassung als Produkt, als Handelsobjekt, als Geldquelle. Wenn das Buch nicht in Reichweite, nicht greifbar, einfach nicht zur Hand war, dann war oft nichts als Rat- und Hilflosigkeit, dann war guter Rat teuer, dann war Suche nach Quellen schwarz auf weiß angesagt, dann war oft jede mündliche nichts als eine unbewiesene Aussage, solange ein Nachschlagen im Buch nicht Gewissheit schuf. Das Buch war Premiumprodukt der Kultur, wie analog dazu der Kulturträger Mensch so etwas wie das Premiumprodukt der Natur darstellt.

Die Universalität des Buchs bestand in seiner Funktion und Leistung, der Flüchtigkeit geistiger Inhalte entgegen zu wirken, den Geist wie in der Flasche zu bannen, seiner immerzu habhaft zu sein, seine inhaltlich-verkündende Substanz buchstäblich material dingfest werden zu lassen, sie in identischen, thematischen Einheiten rezipierbar zu machen für den Einzelnen allein oder zu teilen mit einer Vielzahl von Menschen: Darin war