

unserem Besprechungswesen zu erklären. Dieses ist ein integrierender Bestandteil unserer wissenschaftlichen Zeitschriften, die damit ihren Lesern a) den Inhalt und b) den Wert der Neuerscheinungen vor Augen führen. Gegen beide dieser Forderungen verstößt eine große Zahl der erscheinenden Besprechungen. Einer der feinsten Kritiker in den älteren Jahrgängen der Historischen Zeitschrift, Reinh. Koser, hat es glänzend verstanden, dem Leser mitzuteilen, was er in dem behandelten Werke zu finden hat und ob es dem Verfasser gelungen ist, die Aufgabe, die er sich gestellt hatte, zu erfüllen. Die Voraussetzungen für eine allen Anforderungen genügende Besprechung ruhen 1. in der wissenschaftlich begründeten Schulung des Kritikers, 2. in der Beherrschung des Stoffes durch ihn, 3. in der Gabe, seine Gedanken klar und logisch zu entwickeln, und 4. in der sittlichen Kraft, nur der Sache, d. i. der Wahrheit, dienen zu wollen.

Je methodisch geschulter und sachkundiger ein Kritiker ist, um so leichter wird es ihm fallen, eine vorliegende Arbeit nachzuarbeiten. Er sieht dann meist nach kurzer Durchsicht, ob die wichtigste einschlägige Literatur benutzt, und ob der in Betracht kommende Quellenbestand herangezogen worden ist. Aber erst eine eindringende Nachprüfung aller Für und Wider und vor allem eine Nachprüfung dessen, was der Verfasser mit seiner Arbeit gewollt hat und ob er die für seine Absichten geeignetsten Mittel ergriffen und seine Absichten erreicht hat, erst das kann dem Kritiker den richtigen Maßstab für die Beurteilung leihen. Dagegen wird nur allzuoft gesündigt. Der Verfasser mag im Vorwort noch so sehr versichern, er habe nur den einen oder anderen Teil bestimmter geschichtlicher Beziehungen behandeln wollen, der Kritiker sieht darüber ruhig hinweg. Die Ursache liegt entweder in persönlicher Befangenheit, in der Eitelkeit, auf jeden Fall als der Klügere und Unterrichteter zu erscheinen, oder — was noch öfter der Fall ist — in dem Spezialistentum. Meist beherrscht der Besprecher nur einen kleinen Teil dessen, was in der von ihm besprochenen Schrift behandelt wird. Diesen greift er nun heraus und berührt von einem Werke, das 500 Seiten umfaßt, ein einziges Kapitel, das vielleicht kaum ein Fünftel des Ganzen ausmacht. Für den uneingeweihten Leser der Kritik wird auf diese Weise der Eindruck erweckt, als ob dieses Kapitel die Hauptsache wäre. Der Schaden, der damit angerichtet wird, liegt nicht bloß auf Seiten des ungerecht beurteilten Verfassers, sondern auch auf der des Lesers, der durch den falschen Eindruck irreführt wird. In Zusammenfassung des Gesagten muß also gefordert werden, daß jeder Besprecher eine gute und getreue Inhaltsangabe der kritisierten Arbeit liefert, daß er sie mit möglichster Zurückdrängung alles unnützen Subjektiven in allen ihren Teilen gleichmäßig werte, daß er seine Urteile zwar deutlich, wo es nottut, scharf herausarbeitet, daß er sie aber in eine gemäßigte und ruhige Form faßt, die schon in dieser Ruhe die notwendige Sachlichkeit widerspiegelt. Unerlaubt ist die jetzt so häufig wiederkehrende Erscheinung, daß in Sammelberichten und Notizen über längere Arbeiten mit ganz wenigen Worten ganz subjektive Werturteile ausgedrückt werden.

Es liegt im Interesse der Gelehrten und Verleger gleichermaßen, daß die genannten Schäden, welche tatsächlich in weitem Umfang vorhanden sind, möglichst abgestellt werden. Irgendein Zusammenschluß wird notwendig werden, schlimmstenfalls kann man die Zeitschriften, die dauernd ungeeignete Kritiker beschäftigen, boykottieren.

Zum Schluß noch einige Worte über die Stellung des Autors zum Buchvertrieb. Es gibt wohl kaum stärkere Gegensätze als in der Art der Stellungnahme des Autors zum Vertrieb seiner Bücher. Von vollständiger Gleichgültigkeit, ja Abneigung gegen Reklame bis zur stärksten Anteilnahme und Mitarbeit sind alle Grade vertreten. Einige geschichtliche Beispiele zeigen uns bei dieser Gelegenheit, daß intensive Werbung keine neue Erfindung ist. Ein Vorläufer Peter Ganter war Cervantes, der bei Erscheinen seines Don Quixote eine Broschüre gegen sich selbst schrieb, die eine scharfe Kritik enthielt und Satiren auf hochgestellte Personen andeutete; von Sterne, dem Verfasser Tristram Shandys, erfahren wir, daß er seiner Geliebten alle möglichen Propagandabriefe über das neue Buch diktierte. Der erwähnte Peter Ganter dürfte noch in vieler Er-

innerung sein. Er versuchte seinem durchaus bedeutungslosen Roman Absatz zu verschaffen, indem er gegen hunderttausend anonyme, handgeschriebene (!) Briefe versandte, in denen er darauf hinwies, daß der Empfänger durch das Buch kompromittiert sei. Seine Großzügigkeit brachte ihn allerdings ins Gefängnis. Das Gegenstück zu solch rührigen Autoren ist Schopenhauer, der bei Abschluß eines neuen Vertrags an seinen Verleger Brockhaus schrieb: »Er habe vergessen, die Abmachung, daß B. keine Reklame für sein Buch machen dürfe, wieder aufzunehmen, und er hoffe, daß es tatsächlich nur ein Vergessen sei«. Nicht zu vergessen ist Hans Reimann, der neulich einmal im »Tagebuch« öffentlich gegen die Reklame seines Verlegers Stellung nahm. Allerdings liegt bei diesem sündigen Groteskliteraten der Verdacht nahe, daß er auch dies der Reklame wegen tat. Ich habe nun einmal versucht, alles das, was der Autor für den Vertrieb seines Buches beachten soll, zusammenzustellen in

10 Geboten für Autoren.

1. Denke daran, daß im Titel die stärkste Werbewirkung liegt. — Setze ihn in Zusammenarbeit mit dem Verleger fest und verwechsle das Titelblatt nicht mit dem Inhaltsverzeichnis.
2. Weißt du, daß 80 Prozent aller Referenten ihre Weisheit in erster Linie aus dem Vorwort ziehen? Deshalb muß jedes Wort darin wohl abgewogen sein. Sage z. B. nicht, daß die Vorarbeiten eine Dissertation oder der Anlaß ein Jubiläum bilden, sonst stempeln die meisten Kritiken das Buch von vornherein als Dissertation oder Gelegenheitschrift ab.
3. Sprich dem Verleger nicht zu sehr in Ausstattungsfragen hinein, er hat wirklich meist mehr Erfahrung als du. Verlange nicht sklavische Nachahmung eines Buches, das dir vor vielen Jahren gefallen hat. Nur in der Unterscheidung von anderen Büchern liegt Werbewirkung.
4. Gib rechtzeitig an, welche Zeitschriften dir für eine Besprechung besonders wichtig sind, ob du Mitarbeiter an solchen bist, ob sonstige Beziehungen ausgenützt werden können.
5. Arbeite schon vor Erscheinen einen kurzen Schriftsatz aus, in welchem du mit wenigen Worten darlegst, was du selbst über dein Buch denkst, was neu daran ist, worin es sich von ähnlichen Büchern unterscheidet. Dein Verleger braucht solche Angaben als Grundlage für seine Werbemaßnahmen.
6. Wenn dir Ausstellungen, Tagungen usw. bekannt werden, in deren Zusammenhang für dein Buch geworben werden kann, teile es dem Verleger gleich mit. Nimm nicht an, er müßte es ohnehin wissen oder erfahren haben. Er ist kein Hellseher; zudem berichten Zeitungen und Zeitschriften meist erst über die gewesene Tagung.
7. Ähnliches gilt von Vorträgen, die du hältst. Der Verleger sollte es möglichst 14 Tage vorher wissen, denn jede Werbemaßnahme braucht Zeit zur Vorbereitung.
8. Schiebe nicht jede Schuld auf den Verleger, wenn dein Buch nicht so geht, wie du es erwartet hast. Er hat schließlich auch Interesse am Absatz, denn er hat sein Kapital damit festgelegt.
9. Tausche von Zeit zu Zeit mit dem Verleger die dir zur Kenntnis gekommenen Besprechungen aus. Es ist in beiderseitigem Interesse.
10. Verschäume keine Gelegenheit, Prospekte über dein Buch selbst zu verteilen oder sonstwie in Wort und Schrift darauf hinzuweisen. Das schadet weder deinem Ansehen noch dem des Buches. Woher sollen die Leute wissen, daß du ein Buch geschrieben hast, wenn man es ihnen nicht sagt? Und daß man es ihnen heute lauter sagen muß als früher, liegt im Zeitwandel. Weder Autor noch Verleger trägt daran die Schuld oder kann es ändern.

Ich weiß genau, daß meine Ausführungen kaum neue Gedanken enthalten, sie sollen auch nur zur Anregung für wichtige Organisationsfragen dienen. Ich stehe selbst zu sehr in der Arbeit des wissenschaftlichen Verlags, um nicht zu hoffen, viele meiner hier nicht ausgesprochenen Ideen selbst verwirklichen zu können.

(Weitere Aufsätze über die Vorbereitung für wissenschaftliche Literatur werden folgen.)

(Red.)