

französischen verteilten mannigfaltigen Preise, wobei allerdings gesagt sein mag, daß die von diesem ältesten und vornehmsten literarischen Institut ausgeteilten Preise lange nicht das gleiche Ansehen genießen wie etwa der »Prix Goncourt« — die Académie française ist eben eine schon sehr alte, wenn auch verehrens-werte Dame, und junge, den Himmel stürmende und überhaupt Neues schaffende Autoren sind nicht ihre Lieblinge. In welcher Hinsicht nun ist die Einrichtung der literarischen Preise für Autor, Buchhändler und Verleger von materiellem Interesse?

Nehmen wir zunächst, und wie es sich auch gehört, den Autor. Ein französischer Schriftsteller, dessen Werk den »Prix Goncourt« erhält, ist ein gemachter Mann. Er ist nicht etwa der wenigen tausend Franken wegen, die dieser Preis ausmacht, ein gemachter Mann, sondern weil sein preisgekröntes Werk in Massen gekauft wird, weil die früheren Werke dieses Autors ebenfalls in Massen verkauft werden und weil jeder Verleger der späteren Werke dieses Schriftstellers sich bei der Propaganda auf diese Auszeichnung berufen kann.

Unendlich wichtiger für den gesamten Büchermarkt ist aber das Drum und Dran bei den literarischen Preisen. Denn jede der zahlreichen Preisverteilungen findet nicht im Stillen und voll Würde, sondern in aller Öffentlichkeit und voll Geschrei statt. Der Schauplatz hierbei ist die große Presse. In der großen Presse werden wochenlang vorher, genau wie bei einem internationalen Boxkampf oder bei den Wettrennen, Tips ausgegeben, die »Pferde« der verschiedenen »Ställe«, also der Verleger, werden eingehendster Beachtung und Beurteilung unterzogen, zahlreich sind die den in Betracht kommenden Schriftstellern gewidmeten Artikel, auch die hohe Politik spielt hierbei eine große Rolle; linksgerichtete Zeitungen verlangen für einen linksgerichteten Autor stürmisch diesen oder jenen Preis, genau das Gleiche gilt für rechtsgerichtete, für mittlere, für katholische, jüdische und andere Blätter, und der Gesamteffekt ist durchschlagend und für den Büchermarkt von höchst belebender Wirkung; der Leser, ob er will oder nicht, wird zum Schluß eben doch für die Literatur interessiert und damit vom bloßen Leser zum Käufer.

Derart stellen die literarischen Preise das beste Stimulans vor, das man sich denken kann. Aber sie sind nicht das einzige Reizmittel, und hier muß man sagen, daß der französische Verleger sein Geschäft oft glänzend versteht. Denn er begnügt sich nicht etwa damit, für die preisgekrönten Werke oder für die Werke seines Verlags überhaupt Propaganda und Stimmung zu machen, sondern er tut dies auch für die noch gar nicht geschriebenen Werke, für die erst im Werden begriffenen Werke und für seine Autoren überhaupt. Er tut dies dadurch, daß er vermittelt der großen Presse die große Masse ständig auf dem laufenden über seine Autoren hält. Man braucht nur die täglich der Literatur gewidmeten Spalten der Pariser Zeitungen zu lesen, um über diese Art der Propaganda unterrichtet zu sein. Alles erfährt man in diesen Spalten, über jedes besondere Ereignis im Leben des Autors wird der Leser unterrichtet, und sehr oft sind diese Nachrichten auch wahr. Ununterbrochen wird dem französischen Zeitungsleser der Name der Schriftsteller in den Schädel gehämmert, aber nicht nur der Name des Autors, sondern auch derjenige der Werke des Autors.

Ob diese Art der Propaganda nur bei dem französischen Leserpublikum möglich ist? Ich glaube dies nicht. Ich kann mir sehr wohl vorstellen, daß Hunderttausende deutscher Zeitungsleser froh wären und aufatmen würden, wenn ihnen ihr sogenanntes Leibblatt auch andere als die üblichen Dinge vorsehen würde; ja, ich bin fest davon überzeugt, daß der durchschnittliche gebildete deutsche Zeitungsleser sich unendlich mehr für Einzelheiten aus dem Leben seiner hervorragenden Schriftsteller interessiert als etwa für die sogenannte Weltpolitik, für die »Belange« dieses oder jenes Staates, der ihn ganz und gar nichts angeht, und für ähnliche Dinge mehr. Also hier wäre im Interesse des deutschen Büchermarktes — ich sehe hier von den ideellen Faktoren gänzlich ab — noch Gewaltiges zu tun. Und die Initiative hätte die Verlegerchaft zu ergreifen. Sie hätte die große, ja am besten die gesamte Presse ständig über ihre Autoren oder deren Werke und deren Leben zu unterrichten, sie hätte die Presse über die kommenden Werke der Autoren zu informieren, kurz über alles, was mit geistigen Dingen zu tun hat. Ich bin wiederum fest davon überzeugt, daß in der Korrespondenz zwischen Verleger und Autor allein eine unerlöschliche Fundgrube von Stoff liegt, der den Leser wirklich interessiert und packt, und dessen richtige Veröffentlichung den Autoren eine vervielfachte Zahl von Käufern verschaffen würde.

Man kann natürlich den Einwand erheben, daß sich solches nicht schicke, daß der Autor in der Stille arbeiten solle, daß ich hier einer smarten, mit der Würde der geistigen Dinge unvereinbaren Klamme

das Wort rede usw. Alle diese Einwände sind nicht stichhaltig. Die geistigen Dinge in allererster Linie sind keine im Verborgenen blühenden Weichlein, unsere ganze Zeit ist nicht eine Zeit solcher Weichlein; was sich heute durchsetzen will, darf nicht schamvoll beiseite stehen, und gerade die geistigen Dinge haben das größte Anrecht auf Beachtung; diese Beachtung muß man ihnen mit jedem Mittel verschaffen, sonst kommen sie mehr und mehr unter die Räder. Alle Superlative, die bei der Klamme so gern gebraucht werden, nützen aber nichts, wenn man sie einem für die geistigen Dinge und für deren Träger, die Autoren, uninteressierten Publikum vorsetzt. Nein, dies Publikum ist ein Aker, der immer und immer wieder durchpflügt werden mußte, und an dem guten Willen, sich derart bearbeiten zu lassen, ist meines Erachtens gar nicht zu zweifeln. An dem guten Willen der Presse, die weiß, wie heute der Gase läuft, ist auch nicht zu zweifeln. Unsere Zeiten sind durch eine zunehmende Ermüdung gegenüber dem wahrhaft stumpfsinnig gewordenen politischen Lied und durch die Sehnsucht charakterisiert, mit dieser Orgelei verschont, über wesentlichere Dinge unterrichtet zu werden. Vielleicht gebe ich mich hier einer Täuschung hin. Tatsache aber ist es, daß ich viele Menschen kenne, die die Zeitungen nur wegen der spärlichen Notizen über die geistigen Dinge im Feuilleton lesen und die auch nicht im Traum daran denken, die orakelnden Leitartikel über die diversen »hängen« Fragen, über das jeweilige »Gebot der Stunde«, über den »Scheideweg«, vor den man wieder einmal gestellt wird, und dergleichen auch nur zu überfliegen. Man hat solches schon ziemlich satt; man wird dessen immer mehr satt werden.

Dies ist in hohem Maße der Fall hier in Frankreich, und als Beleg hierfür verweise ich auf eine neugegründete Tageszeitung, auf die »Volonté«. Dieses Blatt erscheint in dem üblichen Zeitungsformat auf sechs Seiten. Zwei Seiten dieser sechs sind jeden Tag lediglich geistigen, literarischen Dingen gewidmet, zwei dieser Seiten machen Tag für Tag vor allem für den französischen Büchermarkt eine intensive Propaganda. Und der rasche Erfolg dieses neuen Blattes ist eben dadurch begründet, daß es nicht nur, wie die anderen Tagesblätter, eine oder zwei Spalten über geistige Dinge bringt, sondern diese zwei vollen und sehr interessanten Seiten.

Wilson, Halsey William: **The Bookman's Reading and Tools.** New York: The H. W. Wilson Company 1925 (durch G. Hedeler in Leipzig). 53 S. 8°. Mk. 2.50.

Reading ist der Erwerb der Literaturkenntnis, tools sind die bibliographischen Hilfsmittel. Literaturkenntnis und Beherrschung der Hilfsmittel sind die Grundeigenschaften, durch die sich der Buchhändler vom Bücherverkäufer unterscheidet. Die Broschüre, die Wilson darüber schreibt, ist klein, aber kleine Broschüren können zur Klasse der Katechismen gehören, und »Reading and tools« tut es. Wilson, Gründer der Wilson Company, ist Gründer und Träger der Standardwerke der heutigen amerikanischen Bücherverzeichnisse. Die Broschüre ist knapp und klar geschrieben — saving hours of time, auf 53 bequemen Seiten in 81 gezählten Abschnitten. Das Ganze steht unter dem Wahlspruch: Competition among booksellers is not limited to prices but grows keener in the consideration of service. Der erste Teil behandelt Reading, der zweite Tools, jeder schließt mit einer Bibliographie der Bücher, Zeitschriften und Zeitungen ab, die der vorangehende Text behandelt hat. Der Text bietet dabei viel mehr. Seine Paragraphen sind, beherrscht von den angegebenen Leitfäden, zugleich Kernworte über den buchhändlerischen Beruf. Der erste Teil lehrt das Lesen, nach den drei Richtungen der literarischen Grundlage (Handbücher), der buchhändlerischen Grundlage (Geschichte des Buchs und der Herstellung; des Buchhandels; Buchsammeln, Sortimentsvertrieb und -werbung; auswählende Führer durch alte und neue Erscheinungen) und der periodischen Kritik und Anzeige. Er empfiehlt dabei 40 Bücher und 20 Zeitschriften. Im Abschnitt über die buchhändlerische Grundlage heißt es: The true librarian is a sort of marrying parson whose chief end and pleasure in life is bringing about suitable unions between shy, silent books and their not always ardent lovers. Der zweite Teil, Tools, steht unter dem Wahlspruch: The difficulty is not so much to know the law, as it is to know where to find it. Er wirft einen Blick über die Entwicklung der amerikanischen Bibliographie, gibt die Grundanweisungen über Auswahl und Gebrauch der Hilfsmittel, gibt die amerikanischen und ausländischen Kataloge; für Amerika im besonderen die Auswahlkataloge und -listen, die Hilfsmittel zur Feststellung der out of print and rare books, periodische Literatur, amtliche Veröffentlichungen, Adreßbücher. Die Bibliographie hat 38 Titel.