

RAFAŁ POKRYWKA

Die Macht der Marke und ihre Grenzen im Transfer der deutschsprachigen Literatur ins polnische literarische Feld des 21. Jahrhunderts

Hinter dem kritischen und kommerziellen Erfolg literarischer Texte stehen nicht selten Autor(inn)en, verstanden als mächtige Akteure des literarischen Feldes sowie als Marken, die beim Publikum bestimmte Erwartungen erwecken und zur Gestaltung von entsprechenden Wertungsstrategien beitragen. Derartige Wertungen überschreiten nicht immer nationale Grenzen. Am Beispiel der polnischen Rezeption der deutschsprachigen Literatur kann bewiesen werden, dass die Macht der genannten Akteure kulturgeographisch begrenzt ist und dass sie im Kulturtransfer stereotypisiert werden. So lassen sich einzelne Rezeptionsfälle in Figuren ausdrücken: Metapher (Allgegenwart) – Günter Grass, Metonymie (Repräsentation) – Elfriede Jelinek, Litotes (Abwesenheit) – Daniel Kehlmann und Wolf Haas im polnischen Feld.

1 Einleitung

Das Schicksal der übersetzten Literatur ist in großem Maße durch Ungewissheit gekennzeichnet. Ein literarischer Text entsteht meistens im sicheren Kulturfeld, dessen Grenzen sich mit den Grenzen der Sprache, der symbolischen Macht seiner Akteure, schließlich mit den Einflüssen der ökonomischen und politischen Gewalt decken. Aus diesem Kontext ausgerissen und in ein neues literarisches Feld geworfen, ist der Text auf die Unterstützung des neuen literarischen Feldes angewiesen, in dem sein Autor als Garant der Qualität sich neu verorten sowie bestimmte Themenbereiche, Genres und Stilverfahren für sich beanspruchen muss. Die These Bourdieus, das literarische Feld sei ein unsicherer Ort des sozialen Raums (vgl. BOURDIEU 1999: 358), wird hier um die Position erweitert, die jedem Autor im neuen literarischen Feld aufgezwungen wird und die, bedenkt man die Zahl von Übersetzungen und medialen Präsenzen in mehreren Kulturfeldern, als vielfache Unsicherheit zu bezeichnen wäre. Diese Unsicherheit besteht somit nicht nur in der Vervielfachung der *illusio*, verstanden als Interesse der Akteure am Spiel, das in jedem Feld aufs Neue erzeugt wird, sondern auch in der Vielfalt der *collusio*, die

zwischen Akteuren des Feldes unvermeidlich ist (vgl. ebd. 360) und die sich im gegebenen sprachlichen und kulturellen Kontext jeweils neu gestaltet.

Es scheint, dass das oben genannte Phänomen für viele Bereiche von Bedeutung ist, die als Bestandteile des literarischen Felds bezeichnet werden. Der Habitus des Autors wird im Transfer seines Produkts in ein anderes literarisches Feld zum Teil undeutlich, stattdessen wird (zumindest in der ersten Phase der Vermarktung) ein Versuch unternommen, seinen Namen als Marke, die von künstlerischer Qualität zeugen soll, für den Text (und umgekehrt) anzuwenden. Derartige Praktiken sind besonders bei unbekanntem Autoren relevant, deren Namen in der Zielkultur wenig oder nichts bedeuten und die sich nur durch den Wert ihrer Texte bzw. durch den Einsatz angesehener Akteure bewähren können. Somit geht auch die den Autor umgebende Struktur von Instanzen – das literarische Feld – verloren, sowohl im Raum der Positionen (es kommen neue Akteure sowie entsprechend andere Kapitalformen) als auch im Raum der Werke (die unterschiedlich kategorisiert und hierarchisiert werden).

Hier wirft sich schon die erste Frage auf: In welchem Maße können **AutorInnen** übersetzter Texte als Akteure des neuen literarischen Felds bezeichnet werden? Eine Binsenwahrheit ist es, dass die meisten fremdsprachigen Schriftsteller im neuen Feld als soziale Akteure marginal bleiben, um nicht zu sagen: keine Akteure sind, weil sie über kein nennenswertes Kapital in der Zielkultur verfügen, ihr Habitus demzufolge wesentlich verarmt ist und über die Annahme der Rezipienten „Er/sie hat dieses Buch geschrieben, muss also Schriftsteller(in) sein“ nicht hinausgeht. Dieser Sachverhalt ergibt sich aus der Regelmäßigkeit des Literaturbetriebs, zuerst ein Buch zu publizieren und zu rezipieren, manchmal mächtige Akteure für die Werbung zu gewinnen, und erst dann (meistens nach dem Erfolg) den/die Autor/in selbst als kulturelle Instanz zu bemühen. Anders im Fall von anerkannten Schriftsteller(inne)n, deren Prestige mit jedem veröffentlichten Text wächst und um neue Elemente bereichert wird, die den Namen des **Autors** der Autorin erkennbar machen. Beispielhaft für eine derartige Einbürgerung im 21. Jahrhundert ist die Rezeptionsgeschichte von Michel Houellebecq außerhalb des französischen literarischen Feldes – bekannt geworden dank der kontroversen *Elementarteilchen*, erarbeitet sich der Schriftsteller einen Namen als Skandalist, bedeutender Akteur des heimatischen Literaturbetriebs sowie als Spezialist für wichtige gesellschaftliche Probleme, in letzter Zeit – durch die Veröffentlichung des Romans *Unterwerfung* – für die **Islamisierung** Europas. Auf diese Weise, kann er in vielen literarischen Feldern als **Marke** und Autorität fungieren. Das Interesse an Houellebecq geht in Polen so weit, dass sogar die Marke seiner Jacke (Camel Legend) als Erkennungszeichen ihres Besitzers eine Rolle in der Vermarktung spielt.

Diesem Beispiel ist unschwer zu entnehmen, dass sich die Einbürgerung im neuen literarischen Feld auf Stereotype und Figuren stützt, die dem Leser bewusst machen sollen, mit wem er es zu tun hat. Kein gründliches Wissen vom Autor wird verlangt, sein symbolisches Kapital wird auf einige Parolen beschränkt, die als wiederholbare Phrasen (in Interviews, Rezensionen, auf Buchumschlägen) ihre Anwendung finden. Es zählt weniger die Tatsache, wer der gegebene Schriftsteller tatsächlich ist, als das, wie er dargestellt wird, und demzufolge, auf welche Funktionen sein Auftreten und Prestige im neuen Feld reduziert werden kann. Das Ziel der übernationalen Vermarktung ist es somit viel mehr, eine leicht erkennbare Marke für den Autor und seine Produkte zu kreieren, als ihm den Status eines sozialen Akteurs zu verleihen, umso mehr als er den Kämpfen im neuen literarischen Feld fern bleibt, in seiner Struktur wenig Orientierung hat oder auch, direkt gesagt, an einer neuen Modellierung der *illusio* kein Interesse hat, weil er die Werbung und den Verkauf im Ausland seinem Verlag bzw. dem ausländischen Verlag überlässt, der von der Situation in der Zielkultur mehr verstehen sollte.

Aufgrund dieser Verschiebungen wird das Gewicht der Präsenz anders verlagert als auf die Instanz des Akteurs selbst. Bourdieu behauptet: „Produzent des *Werts des Kunstwerks* ist nicht der Künstler, sondern das Produktionsfeld als Glaubensuniversum, das mit dem Glauben an die schöpferische Macht des Künstlers den Wert des Kunstwerks als *Fetisch* schafft“ (BOURDIEU 1999: 362). Den Wert des Kunstwerks bestimmen somit Auseinandersetzungen zwischen mächtigen Akteuren und Institutionen. Da der Name des Künstlers als Marke am häufigsten mit seinen Produkten und ihrer Qualität gleichgesetzt wird, erscheint auch seine Position im unsicheren Feld als Effekt von Kämpfen, in denen es sich um Autorität, Prestige, Anerkennung handelt, all das, was als symbolisches Kapital bezeichnet wird. Die Veränderung des Feldes muss eine grundlegende Veränderung der Position, somit auch eine Veränderung der Positionierung, vor allem derjenigen des literarischen Werkes, nach sich ziehen (vgl. ebd. 368). Diese Annahme lässt sich auch bei der fast vollkommenen Veränderung des Feldes anwenden, die bei der Übersetzung des Kunstwerks zustande kommt (selbst wenn der internationale Kulturtransfer nicht gerade ein Schwerpunkt der Interessen von Bourdieu ist).

Die Frage, inwieweit sich das ursprüngliche literarische Feld rekonstruieren lässt bzw. in welchem Grade ein neues Universum von Positionen und Positionierungen gestaltbar wäre, das einem (wörtlich und metaphorisch) übersetzten Autor ähnliche Rezeptionsbedingungen und zugleich die Anhäufung von symbolischem Kapital ermöglichen würde, wird immer wieder in verschiedenen Theorien ins Spiel gebracht, die sich mit sozialer Rezeption, Kulturtransfer,

Markenbildung, Wertungen, im Allgemeinen: mit Voraussetzungen der *illusio*, befassen. Die Literatursoziologie macht auf den Prozess des *Branding* aufmerksam, der Markenbildung, „die als Rahmen für die Produktion, Distribution und Rezeption der konkreten Produkte in Form von Büchern fungiert“ (DÖRNER/ VOGT 2013: 151). Den entscheidenden Einfluss auf diesen Prozess haben Vermarktungsstrategien, indem sie das Image des Autors gestalten (das mit der Qualität seiner Werke synonymisch sein soll), um den Zuordnungen und Erwartungen der Rezipienten zuvorzukommen (vgl. ebd. 152). Als ebenso wichtig wie die Qualität des Werkes erscheinen Wertungsinstanzen, Selbstpräsentation, Beziehungen im Literaturbetrieb (vor allem der Verlag), Renommee – die Elemente, die in Bourdieus Konzepten des sozialen, kulturellen und symbolischen Kapitals zu finden sind. Eine erfolgreiche Übertragung des Autors (als Position und Positionierung, als Marke und Produkt) in ein neues literarisches Feld hängt somit von einer mächtigen Beeinflussung des Feldes mittels der oben genannten Faktoren ab.

Der neueste Diskurs um den Begriff „Weltliteratur“ kann um diese Feststellungen nicht umhin. So schöpft Pascale Casanova in ihrer Arbeit *The World Republic of Letters* aus der Literatursoziologie und wiederholt an manchen Stellen die Thesen Bourdieus: „Literary prestige also depends on the existence of a more or less extensive professional *milieu*“ (CASANOVA 2007: 15), wobei sie mit *milieu* wahrscheinlich das literarische Feld meint, zumindest in seinem beruflichen Ausmaß. Die Autorin bemüht sich vor allem, die Theorie des „internationalen literarischen Raums“ (*international/ world literary space*, ebd. 2007: 4, 11), verstanden als „a world of rivalry, struggle, and inequality“ (ebd. 4), zu forcieren. Somit überträgt sie die Hauptmerkmale des literarischen Feldes auf die Weltliteratur als ein einheitliches System mit einem Kanonisierungszentrum (Paris – *Greenwich meridian of literature*, ebd. 87), Kanonisierungsinstanzen (*consecrating authorities*, ebd. 12), die auf der „Börse der literarischen Werte“ (*the bourse of literary values*, ebd. 12) ihre Positionen einnehmen. Casanovas Projekt zur Durchsetzung einer literaturwissenschaftlichen Perspektive, die alle bisher übersehenen Elemente der Kanonbildung vereinigen könnte, scheint mutig und oberflächlich zugleich, was aus dem vorausgesetzten Umfang des zu analysierenden Materials (Weltliteratur im literatursoziologischen und postkolonialen Sinne) zwangsläufig resultieren muss.

Um eine detaillierte Perspektive ist die Theorie des Kulturtransfers bemüht, die in den 80er Jahren in Frankreich (Centre national de la recherche scientifique) entstanden ist und die seither große Popularität, in dem für uns interessanten Kontext vor allem in der Untersuchung des kulturellen Austauschs in Grenzgebieten (beispielsweise deutsch-französischer, deutsch-polnischer

Kulturtransfer), erlangte. Auch hier werden außertextliche Elemente der Übersetzung berücksichtigt, nicht nur die Qualität des Werks und seiner Translation, sondern auch die Besonderheit des Literaturbetriebs. Es werden Marketingfaktoren genannt, vor allem der Kult „des Neuen“ (vgl. KOWAL 2013: 170f.), Prozesse der Akkulturation (mit ihren machtbedingten Resultaten der Assimilation, Integration, Separation und Marginalisierung, vgl. PRYKOWSKA-MICHALAK 2013: 191), schließlich die Rolle der „Vermittler“ (die mit mächtigen, an der Assimilation neuer Inhalte interessierten Akteuren des literarischen Feldes gleichzusetzen wären), deren Position in der Gesellschaft die Zielkultur modifizieren kann (vgl. ROSSIGNOL 2009: 218) und deren Erscheinung und Tätigkeit von einer entsprechenden Konjunktur bedingt sind (vgl. PICK 2013: 256). Die Vermittler des Kulturtransfers erscheinen für diese Studie als besonders relevant, denn sie sind es, die Objekte des Transfers (Marken, Produkte, Ideen) mediatisieren und demzufolge auch mitgestalten. Der Zugang zu Kulturgütern wird dem Rezipienten nur selten unmittelbar ermöglicht, am häufigsten bekommt er ein fertiges, vermarktetes und, hinsichtlich der Erwartungsbildung, ‚berechenbares‘ Produkt.

Im Folgenden wird versucht, einige repräsentative Rezeptionsgeschichten im deutsch-polnischen¹ Kulturtransfer des 21. Jahrhunderts darzustellen. Um die überwältigende Vielfalt von damit verbundenen Phänomenen nicht anzusprechen, konzentrieren wir uns auf den Aspekt der Markenbildung mit ihrer unvermeidlichen Vereinfachung und Stereotypisierung. Die Marken sind es, die „die Verbindung von Autor und Text zu einem ebenso schnell wie grob orientierenden Image [verdichten]“ (WEGMANN 2005: 148), somit bringen sie auch eine Verdichtung von Position und Positionierung zustande, die sich im Kulturtransfer am einfachsten assimilieren, auf dem Markt dagegen am schnellsten vermarkten und verkaufen lässt. Dass eine vollkommene Übertragung des literarischen Feldes im Kulturtransfer unmöglich ist, bedarf wahrscheinlich keiner groß angelegten Erörterungen. Es stellt sich aber die Frage, ob es überhaupt möglich ist, durch Übersetzungen und Marketingstrategien im Ausland eine neue, zumindest ebenso mächtige Marke für einen im eigenen

¹ Als „deutsch-polnisch“ wird der Kulturtransfer zwischen der/den deutschsprachigen Literatur(en) und dem polnischen literarischen Feld verstanden, wobei das Phänomen aus rein stilistischen Gründen in der Formel „deutsch-polnisch“ geschlossen wird. Da in dieser Arbeit auch österreichische Autor(inn)en genannt werden, sollen sie nicht als bundesdeutsche Schriftsteller(inn)en missverstanden werden, mit Rücksicht auf die Besonderheit der österreichischen Literatur, der Zeyringer und Gollner in ihrer neuesten Literaturgeschichte Österreichs viel Platz widmeten (vgl. ZEYRINGER/ GOLLNER 2012: 15–23).

Feld angesehenen Akteur zu kreieren und demzufolge seine symbolische Macht kulturgeographisch zu erweitern.

2 Der polnische Günter Grass


Schon auf den ersten Blick erscheint die Rezeption von Günter Grass in Polen als außerordentlich. Allein das Verzeichnis von Ausgaben, Kommentaren, Rezensionen und Interviews aus den Jahren 2000–2015 könnte als separates Buch herausgegeben werden² (vgl. FAC 2015). Nicht nur die Quantität der Kommentare macht die Besonderheit dieser Rezeption aus, sondern auch ihre qualitative Verortung im literarischen Feld Polens. Zu Günter Grass' Person und Werk äußerten sich im 20. und 21. Jahrhundert nicht nur große Kulturautoritäten (wie Maria Janion) und angesehenen, in seinem Schaffen spezialisierte Literaturwissenschaftler (wie Marian Szyrocki, Zbigniew Świątłowski oder Norbert Honsza – Autor seiner polnischen Biografie), sondern auch Schriftsteller, für die das Grasssche Schaffen ein Vorbild war (wie Stefan Chwin oder Paweł Huelle), schließlich Politiker (wie Lech Wałęsa). Der Nobelpreis für Günter Grass im Jahre 1999 eröffnete einen neuen Rahmen für seine polnische Rezeption – da Grass seit Langem als Autor des Dialogs, ja beinahe als polnischer Autor angesehen wird, wurde die Auszeichnung als Beweis für das Prestige der polnischen Kultur betrachtet.

Hier kommt schon der erste und wahrscheinlich wichtigste Aspekt der polnischen Rezeption von Grass zum Vorschein. Seine familiären Verhältnisse und Beziehungen zu Polen (kaschubische Wurzeln, Jugend in Danzig, häufige Besuche in der Heimat auch nach dem Krieg), seine polnischen Themen (vor allem die *Danziger Trilogie*, *Unkenrufe*, *Im Krebsgang*), die Rolle des Vermittlers in politischen Diskussionen sowie des zwei Nationen verbindenden Gedächtnisträgers, lassen den Schriftsteller am Schnittpunkt des polnischen und deutschen Literaturfeldes verorten. Die polnischen Glorifizierungsstrategien von Grass versteigen sich zu Bezeichnungen wie „das fehlende Bindeglied der polnischen Literatur“ (CIEŚLIK 2001) oder „der deutsche Spiegel des polnischen Gedächtnisses“ (ZIELIŃSKA 2007: 78), die seine Präsenz im polnischen Kulturleben ausdrücklich thematisieren und die im regen Interesse der Kritik und Literaturwissenschaft, genannt „Grassomanie“ (MAKSYMOWICZ 1999: 249), ihre Legitimation finden. Im Unterschied zur deutschen, manchmal aggressiven Kritik (hier vor allem Marcel Reich-Ranicki) wurden seine Werke in

² Die polnische Grass-Bibliografie für die Jahre 1958–2000 wurde von Grzybkowski, Mroczkiewicz, Rybicki im Jahre 2000 auf 144 Seiten veröffentlicht.

Polen fast ausschließlich enthusiastisch bewertet. Das politische Engagement in der Partei von Willy Brandt wurde in Polen kaum kommentiert, auch wegen des fehlenden Wissens von der politischen Situation in der BRD in den 70er Jahren (vgl. z. B. Einträge in der deutschen und der polnischen Wikipedia, in denen dieser Rezeptionsunterschied eklatant ist). Nur die Veröffentlichung von *Beim Häuten der Zwiebel* und das Bekenntnis über den SS-Dienst zwangen das polnische Kulturfeld, die bisherigen Urteile über den „politisch reinen“ Schriftsteller Grass zu revidieren.

Obwohl er kein genuiner Akteur des polnischen Literaturfeldes ist, verfügt Grass über ein immenses symbolisches Kapital auch in Polen. Von der Stärke seiner Marke soll die Tatsache zeugen, dass Grass heutzutage keiner zusätzlichen Kontextualisierung, keines Bezugs auf andere Akteure und keines Hinweises auf eine allgemeine literarische oder politische Tendenz bedarf. Sein Name selbst (sowie sein Gesicht, verwendet manchmal als Markenzeichen auf Covers und Plakaten) reicht als Garant der Qualität. Somit überschattet Grass seine wichtigsten Vermittler – abgesehen von den besagten Publizisten, Literaturwissenschaftlern, Politikern usw. handelt es sich hier um den Übersetzer Sławomir Błaut sowie den Verlag Polnord-Oskar, der seit 1993 seine Werke herausgibt und der sich durch seinen Namen und seine dezidierte Danziger Profilierung zum treuen Grass-Anhänger bekennt – wahrscheinlich ein beispielloser Fall im modernen Literaturbetrieb.

Man ist beinahe geneigt zu sagen, dass Grass sich seine Position selber erarbeitete und die Rolle der Vermittler tatsächlich nur eine vermittelnde war. Es sollte aber nicht vergessen werden, dass Grass' anspruchsvolles Schaffen keine so großen Effekte erzielt hätte, wäre er nicht von Anfang an von mächtigen Akteuren unterstützt gewesen, die den Glauben an den Grass-Fetisch kreierten, vor allem Kritiker(inne)n, die im 20. Jahrhundert einen direkten Zugang zum Leserpublikum hatten. Hier muss betont werden, dass Grass' Position im literarischen Feld  noch vor der Wende 1989 verfestigt wurde, da sein Schaffen Objekt von zahlreichen Kritiken und Besprechungen war, die es nicht selten in deutlichen politischen Kontexten verorteten. Mirosława Zielińska beschreibt in ihrem Beitrag diese Kontexte detailliert: das politische Klima in Polen der 60er und 70er Jahre, die Stellung der katholischen Kirche, deutsch-polnische Kontakte in dieser Zeit, vor allem nach dem Besuch von Willy Brandt in Polen im Jahre 1970, Rehabilitation des polnischen Emigranten-Nobelpreisträgers Czesław Miłosz in den 80er Jahren, Kriegsrecht in Polen 1981–1983, Studentenkultur der 80er Jahre (vgl. ZIELIŃSKA 2007: 61–78). Die Position von Grass im polnischen Feld wurde noch vor dem Jahre 1989 schwer erkämpft, vor allem in Opposition zu dem vom kommunistischen Regime bestimmten

künstlerischen Geschmack, und brachte dem Schriftsteller einen immensen Erfolg in den 90er Jahren, als die meisten seiner Werke ins Polnische übertragen wurden. Deswegen ist der ‚Fall Grass‘ als große Ausnahme und der Empfang des Schriftstellers in Polen als mit anderen Rezeptionsgeschichten kaum vergleichbar zu bezeichnen.

Die Veränderungen im polnischen literarischen Feld, welche sich nach 1989 vollzogen, waren für die Rezeption von Grass überaus günstig. Die Eröffnung des Marktes sowie des literaturkritischen Betriebs trug freilich zur Erweiterung des literarischen Angebots bei, verstärkte gleichzeitig den Drang, bekannte Persönlichkeiten als stellvertretend für bestimmte Themen, Probleme oder Konventionen zu etikettieren und sie als Wegweiser in dem sich rasant entwickelnden literarischen Feld zu betrachten. Das Zeitalter der digitalen Medien findet Grass als Nobelpreisträger und Schriftstellergroße vor, unter diesen Namen wird auch seine symbolische Macht weiter verbreitet – in unzähligen Internetnotizen, -rezensionen und -etiketten, die die vorhandenen, beinahe obligatorischen Feststellungen kritiklos wiederholen. Es ist anzunehmen, dass sich dieser Prozess nach dem Tode des Schriftstellers im Jahre 2015 nur intensivieren wird.

3 Diensthabende Feministin Elfriede Jelinek

Ohne Zweifel ist das Schaffen Elfriede Jelineks in Polen gut vertreten (sieben übersetzte Romane, zahlreiche Theateraufführungen). Dem politischen Engagement Jelineks, für das sie in Österreich bekannt ist, wird jedoch kaum Beachtung geschenkt, auch ihre Verortung im „Avantgardekanal“ (TOMMEK 2015: 525) scheint, besonders nach der Kanonisierung durch den Nobelpreis mit all seinen Etiketten, unbedeutend. Sie wird vor allem als feministische Autorin herausgegeben. Im Band *Jelinek po polsku. Tlumaczenia i inscenizacje (Jelinek auf Polnisch. Übersetzungen und Aufführungen)* werden bisherige Diagnosen zur Rezeption Jelineks in Polen gesammelt. Hier konstatiert Anna Majkiewicz, dass die Autorin nur in zwei kritischen Kategorien aufgefasst wird: als feministische, tabubrechende Künstlerin (zum Teil pejorativ) sowie als mutige Denkerin, die die gesellschaftliche Wahrheit enthüllt (neutral bis lobend) (vgl. MAJKIEWICZ 2014: 23). Dabei verwenden die Kritiker(innen) ein interpretatorisches Schema, das sich als linksliberal bezeichnen lässt (vgl. ebd. 24). Daraus sollte auch Jelineks deutliches mediales Image resultieren, das ihr in Polen zugewiesen wurde (vgl. ebd. 37). Majkiewicz kritisiert dabei die Kritiker(innen) wegen der Einseitigkeit und Verflachung, die im besagten Image zu konstatieren sind, stellt zugleich das Ausbleiben eines größeren

kommerziellen Erfolgs der Autorin in Polen fest, was sie als Teil der hermetischen Höhenkammliteratur klassifiziert (vgl. ebd. 39).

Noch deutlicher schildert Agnieszka Jezierska die genannte kritische Einseitigkeit. In Bezug auf Jelinek verwendet sie den Begriff *przemieszczenie – Refraktion* (Terminus von André Lefevere, vgl. JEZIERSKA 2014: 107). Als Objekt der Refraktion wird Jelinek vor allem als „diensthabende Feministin“ (*dyżurna feministka*) und „Ikone der *écriture féminine*“ (JEZIERSKA 2015: 29f.) bezeichnet, die für die Gestalt des polnischen Feminismus mitverantwortlich ist und deren symbolische Macht sich nicht nur in intensiver Leserezeption, sondern auch in einer starken Auswirkung auf das Feld der Produktion äußert (ihr Einfluss ist u. a. bei Michał Witkowski, Joanna Bator, Izabela Filipiak, Agnieszka Drotkiewicz unbestritten). Die Schriftstellerin Agnieszka Drotkiewicz wird sogar als „polnische Jelinek“ (ebd. 42) bezeichnet, was auf ein überaus starkes Image der österreichischen Autorin hinweist, das einen festen Bezugspunkt für Produzenten und Rezipienten der Literatur sowie eine erkennbare Marke darstellt. Das im Grunde verarmte Image zieht aber weitere Konsequenzen nach sich: Ihre Selbstinszenierung, in letzter Zeit vor allem auf der eigenen Internetseite, geht im polnischen Feld verloren, ihre Bücher werden nach einer kommerziellen Reihenfolge herausgegeben, nicht chronologisch, was an sich eine schwerwiegende Refraktion ist, schließlich werden viele wesentliche Merkmale ihres Schaffens außer Acht gelassen (hier z. B. der Bezug der *Liebhaverinnen* auf das Gattungsmuster des Heimatromans) (vgl. JEZIERSKA 2014: 119), was vom dominierenden feministischen Image der Autorin bedingt wird. Hinzuzufügen wäre, dass die Popularität der ‚feministischen Jelinek‘ der spezifischen Verspätung, die sich in der Assimilation feministischer Ideen in Polen abzeichnete, zu verdanken ist. Da diese Konzepte erst nach der politischen Wende 1989 in ihrem vollen Umfang wahrgenommen werden durften, wurde auch die Rezeption von Jelinek intensiv und verallgemeinernd nachgeholt, vor allem in den Jahren 2004–2009. Daher das „petrifizierte“ Image Jelineks als Autorin „einiger Kultbücher“ (JEZIERSKA 2015: 44).

Diesem Image kann der letzte Skandal um die Aufführung des Dramas *Der Tod und das Mädchen* im Teatr Polski in Wrocław (Regie Ewelina Marciniak, Premiere 21.11.2015) einen neuen **St** beifügen. Die vom polnischen Kultusminister Piotr Gliński noch vor der **St** premiere ausgesprochene Warnung, das Stück solle wegen seiner vermeintlichen pornografischen Inhalte nicht aufgeführt werden, eröffnete eine heftige Diskussion über Grenzen der Kunst, Freiheit der Kulturinstitutionen sowie die Gestalt der polnischen Kunst heute, die laut dem amtierenden Minister positive, vor allem patriotische Werte vermitteln soll. In der Polemik, an der sich Journalisten, Kulturautoritäten,

verschiedene (u. a. katholische) Milieus beteiligten, wurde Jelinek indirekt zum Akteur des Kulturfeldes in Polen (selbst wenn sie sich zur Sache offiziell nicht äußerte), dadurch zur die genannten Grenzen der Kunst definierenden Instanz sowie zum politischen Akteur (die Gegner der Aufführung hoben u. a. Jelineks Mitgliedschaft in der Kommunistischen Partei Österreichs hervor). Hier muss auch gesagt werden, dass Jelinek eine große Unterstützung vom polnischen Theatermilieu (die wichtigsten Aufführungen ihrer Stücke in Polen: *Sportchor*, Teatr im. Jana Kochanowskiego Opole 2008, Regie Krzysztof Garbaczewski; *Über Tiere*, Teatr Polski Bydgoszcz 2008, Regie Łukasz Chotkowski; *Babel*, Teatr Polski Bydgoszcz 2010, Regie Maja Kleczewska; *Winterreise*, Teatr Polski Bydgoszcz 2013, Regie Maja Kleczewska; *Schatten (Eurydike sagt)*, Teatr Polski Bydgoszcz 2014, Regie Maja Kleczewska; *Die Schutzbefohlenen*, Teatr Nowy w Zabrzu 2015, Regie Katarzyna Deszcz; *Wut*, Teatr Powszechny Warszawa 2016, Regie Maja Kleczewska) sowie vom polnischen literaturwissenschaftlichen Milieu (hier vor allem Małgorzata Sugiera in Kraków und Monika Szczepaniak in Bydgoszcz) bekommt und eine geradezu emblematische Figur für das neue, mutige Theater ist (auch dank ihrem polnischen Verlag ADiT). Da die Breslauer Kontroverse immer noch besprochen wird, ist mit einer neuen Positionierung Jelineks im literarischen und zugleich politischen Feld Polens zu rechnen.

4 Autoren unbekannter Bestseller: Daniel Kehlmann und Wolf Haas

Die Frage nach der Abwesenheit von Daniel Kehlmann und Wolf Haas in Polen³ stellt sich sofort, wenn man bedenkt, welch atemberaubender Erfolg den beiden Autoren in Deutschland und Österreich zuteil wurde. Dieses Renommee hat die östliche Grenze Deutschlands nicht überschritten, wenn auch Kehlmanns und Haas' Texte eine gewisse Spur in der polnischen Verlagsgeschichte hinterlassen haben (Übersetzungen von *Beerholms Vorstellung* und *Die Vermessung der Welt*, von Haas 8 Krimis sowie *Die Verteidigung der Missionarstellung*). Diese Abwesenheit ist zweifacher Natur. Einerseits verkaufen sich ihre Bücher eher durchschnittlich, wovon eine geringe Resonanz in Internetquellen (populäre Foren wie lubimyczytac.pl, nicht-professionelle Kritiken) sowie Mangel

3 Auf die Refraktion, die den Erfolg von Kehlmann und Haas in Polen verhinderte, gehe ich im folgenden Beitrag näher ein: Bestsellery nieczytane. Polska recepcja powieści Daniela Kehlmana, Wolfa Haasa i Daniela Glattauera. In: Zrozumieć obcość. Recepcja literatury niemieckojęzycznej w Polsce po 1989 roku. Hrsg. v. Monika Wolting u. Stephan Wolting. Kraków: Universitas 2016.

an Werbung und neuen Auflagen zeugen. Andererseits sind die beiden auch im professionellen Milieu (meinungsbildende Periodika, Literaturzeitschriften) kaum präsent. Das kann verwundern, da sie im deutschsprachigen Raum Paradebeispiele sind, wie man das „Hohe“ mit dem „Niedereren“, mit anderen Worten: kritische Anerkennung mit kommerziellem Erfolg verbinden kann.

Kehlmann, der dank der Popularität der *Vermessung der Welt* als Erneuerer des historischen Romans in der deutschsprachigen Literatur gilt, dabei ein mächtiger Akteur (literarische Preise, internationales Prestige, zahlreiche Essays und Reden) mit vorbildlich entwickelten Strategien der Selbstinszenierung und nicht zuletzt mit ökonomischem Kapital ist, verdankt den Erfolg eben seiner gelungenen Positionierung (vgl. BAYER 2013: 22, BICHLER 2012: 84). Betrachtet man die Präsenz Kehlmanns im polnischen Literaturfeld durch diese Perspektive, dann erscheint sein Transfer als geradezu musterhafter Fehlschlag. Allem voran gibt es in Polen keine Konjunktur für derartiges metahistorisches Schreiben, weil der Markt einerseits von hybriden fantastisch-historischen Projekten besetzt ist (hier die Namen von Andrzej Sapkowski und Elżbieta Cherezińska), andererseits von Dokumenten und Reportagen, die als polnische Spezialität gefeiert werden (Ryszard Kapuściński und seine Nachfolger). Hier liegen vielleicht auch die Gründe für den Erfolg solcher Autoren wie Uwe Timm (*Am Beispiel meines Bruders*) oder Martin Pollack (*Der Tote im Bunker*), die mit ihrer dokumentarischen Literatur den vor allem am Zweiten Weltkrieg interessierten polnischen Leser zu gewinnen vermochten. Des Weiteren bleiben Kehlmannsche Bezüge zur bürgerlichen Tradition unbeachtet, weil sie in Polen keine deutliche Entsprechung haben. Nicht zuletzt ist die Politik des polnischen Verlags (W.A.B.) für das Schweigen um den Autor verantwortlich (nur 7 indexierte kritische Texte über Kehlmanns Schaffen in polnischer Sprache laut der Datenbank der Polnischen Nationalbibliothek, Stand: 31.03.2016). Hier ermangelte es der richtigen Einschätzung der Position Kehlmanns im Ausland, weswegen er als „einer von vielen“ herausgegeben wurde, ohne nennenswerte Wertungs- und Werbestrategien, ohne Unterstützung des polnischen literarischen Feldes.

Noch deutlicher sieht man dieses Missverständnis am Beispiel der polnischen Rezeption von Wolf Haas. Seine Romane erscheinen im Verlag Burda Książki, der sich in Ratgebern und Kochbüchern spezialisiert, werden in konventionellen Covers herausgegeben, es werden auch keine in Belletristik spezialisierten Übersetzer engagiert. Was im deutschsprachigen Raum als Marke „Wolf Haas“ bezeichnet wird, geht hier verloren – weder der Umschlag von *Der Brenner und der liebe Gott* (polnisch *Porwanie – Entführung*), noch derjenige von *Die Verteidigung der Missionarstellung* beinhalten die für Haas

typischen autoreflexiven und markenbildenden Elemente. Bedenkt man, dass die Haassche Marke auf Verbindung von *high* und *low* beruht, im Zusammenspiel von Kunst und Handwerk (vgl. DRÜGH 2011: 169), dann ist festzustellen, dass Haas in Polen keine Marke ist. Unbeliebt bei Lesern populärer, unterhaltender Krimis wegen seiner sprachlichen Besonderheit, intertextueller und metafiktionaler Spiele, Handlungsretardationen, dem Spiel mit literarischen Konventionen und vieler anderer Verfahren, die sein schriftstellerisches Können ausmachen, findet Haas ebenso wenig Beachtung bei wesentlichen Akteuren des literarischen Feldes in Polen. Seine Werke werden nicht rezensiert, entfesseln keine Diskussionen, werden in hochliterarischen Kontexten nicht verortet, erwecken auch kein größeres Interesse der Literaturwissenschaft. Grund dafür ist wahrscheinlich die eindeutige Position seines polnischen Verlegers, der mit Trivalliteratur und Frauenzeitschriften assoziiert wird und der in der Elitenkultur mit dem metaphorischen Bann belegt wird. Deshalb findet Haas keine Anhänger, weder im breiten Publikum, noch unter Kulturautoritäten, besetzt einen äußerst unsicheren Raum „Dazwischen“, einen „Wartesaal“, in dem die Entscheidung ausbleibt, ob er als anspruchsvoller oder populärer Autor gelesen werden sollte.

Was den beiden in Polen verkannten Autoren gemeinsam ist, lässt sich als fast vollkommene Refraktion im neuen literarischen Feld im Vergleich mit ihrer Position im heimatlichen Feld bezeichnen. Im deutschsprachigen Raum liest man Kehlmann und Haas wegen ihrer Markenwirkung, anders: weil sie es sind, die gegebene Texte geschrieben haben, und nicht wegen der Qualität der Texte. Ein solcher Mechanismus ist dem polnischen Leser fremd, deshalb sind sie zum Schicksal der wenigen Debütanten verurteilt. Die beiden Autoren werden auch kaum unterstützt, bei Kehlmann waren es seinerzeit Adam Krzemiński (Publizist, Politologe, engagiert in den deutsch-polnischen Dialog) und Jakub Ekier (Übersetzer, Essayist) sowie die Zeitschrift „Literatura na świecie“, die Kehlmanns Erzählungen und Interviews veröffentlichte, Haas dagegen fand keinen Anhänger, der einflussreich genug wäre, um das Interesse an seinem Schaffen zu wecken oder es gebührend zu kontextualisieren. Somit ist ihre Abwesenheit auf den Mangel an ernstzunehmender Kritik, groß angelegten Werbestrategien und sichtbarem Eingriff von Autoritäten in die in Polen verbreiteten Lesekonventionen zurückzuführen.

Es sollte der Eindruck vermieden werden, dass der oben beschriebene Zustand nur Kehlmann und Haas zuteil wurde. Die beiden Fälle lassen sich als Paradebeispiele für eine Tendenz im polnischen Literaturbetrieb bezeichnen. Nur wenigen deutschsprachigen Autor(inn)en gelingt es, den Mechanismen der Trivialisierung zu entkommen bzw. sich einen erkennbaren Namen zu

erarbeiten. Außer Jelinek und Grass, die vorwiegend in elitären Kontexten gelesen werden, lassen sich die Namen von Walter Moers, Daniel Glattauer, Charlotte Link und Kerstin Gier als Beispiele für einen gelungenen Transfer nennen, wenn auch lediglich in kommerziellen Kategorien. Dass die intertextuellen Spiele von Moers bzw. die zukunftssträchtigen Visionen der Liebeskultur von Glattauer in dem am Verkauf orientierten Transfer abhandeln kommen müssen, ist unvermeidlich. Auf dem anderen Pol stehen solche Namen wie Martin Walser und Peter Handke, deren Wirkung auf einige hermetische Kreise von Kennern begrenzt ist und die trotz ihrer großen Rolle im deutschen und österreichischen literarischen Feld in Polen wenig bekannt sind.

5 Figurative Präsenz

In seinem 2002 publizierten Buch *Ruchome Marginesy* über die polnische Literatur der 90er Jahre unterscheidet Przemysław Czapliński, einer der führenden polnischen Literaturwissenschaftler, folgende figurative Formen der Autorpräsenz in der Kultur: (1) Metapher, die sich in der Allgegenwart des Autors/der Autorin ausdrückt, in seiner Fähigkeit, alles und alle zu vertreten und überall willkommen zu sein, in seiner Zugehörigkeit zu festen Kanons; (2) Litotes – Abwesenheit bzw. begrenzte Anwesenheit – kommt nicht nur bei misslungenen Debüts, sondern auch bei Autor(inn)en vor, die schon einmal erklärt, zur Genüge kommentiert wurden und nunmehr als Phantome existieren; (3) Metonymie – Stereotypisierung, Verbindung des Namens mit einem Thema, Problem, Ereignis – begrenzt die Interpretation, verarmt die Poetik des Autors/der Autorin; (4) Hyperbel – übertrieben intensivierte Präsenz der Autor(inn)en, deren Popularität unverhältnismäßig zum Rang ihrer Werke ist (vgl. CZAPLIŃSKI 2002: 32–36). Wenn man diese Kategorien um die Erkenntnisse der Literatursoziologie bereichert, dann erscheinen sie als Positionen im Feld, verwickelt in Prestigekämpfe. Sowohl die Fetischisierung mancher Autoren (Metapher und Hyperbel) als auch ihre Marginalisierung (Litotes) haben ihre Wurzeln in dem von Bourdieu beschriebenen „Produktionsfeld als Glaubensuniversum“ (BOURDIEU 1999: 362), das über Wertung und Hierarchisierung des Autors entscheidet.

Diesem Gedanken folgend, lassen sich die besprochenen Rezeptionsfälle als figurative Präsenzen bezeichnen, die im Prozess des *Branding* ermöglicht bzw. verhindert wurden. So fungiert Günter Grass als Metapher, da er nicht nur Mittler, sondern auch Vaterfigur und Lehrer ist, der den wichtigsten Problemen der Zeit und zugleich seiner eigenen Erfahrung Ausdruck gibt. In dieser Hinsicht unterscheidet sich seine Position im polnischen Literaturfeld nicht viel

von derjenigen in Deutschland, selbst wenn sich das Netz von Schwerpunkten der polnischen Rezeption durch die genannten zahlreichen Refraktionen des Transfers nicht mit dem ursprünglichen deckt. Der Fall Elfriede Jelinek lässt sich als ein metonymischer kategorisieren. Ihre Wirkung wird nur auf einige bestimmte Themen beschränkt, denen sie eine Stimme verleiht, in Polen sind es Postulate des Feminismus. Litotes ist die Figur von Daniel Kehlmann und Wolf Haas. Sie haben ihre Position im polnischen Feld nicht verdeutlicht, somit ist auch ihre Markenbildung verhindert. Die Frage bleibt offen, ob die hyperbolische Anwesenheit nicht ausschließlich im ursprünglichen literarischen Feld möglich wäre, und demzufolge ob sie im Phänomen des Kulturtransfers überhaupt in Erscheinung treten könnte.

Auch wenn Czaplińskis Klassifizierung die Gründe für zahlreiche Refraktionen im polnischen Feld nicht genug durchleuchtet, kann sie beim Verständnis von künftigen Positionierungen im literarischen Feld Polens hilfreich sein. Jede Figuration kreiert einen Rahmen für nächste Fälle, die aus rezeptionstheoretischer Sicht problematisch sein könnten. Die Metonymisierung von Jelinek eröffnet einen Raum für konventionelle (herkömmliche) und konventionale (allgemein verständliche) Zuordnungen anderer, schon bekannter (wie Juli Zeh oder Sybille Berg) oder noch nicht übersetzter Schriftstellerinnen (wie Kathrin Röggla oder Sabine Scholl). Welche Ausmaße das Phänomen von *lost in translation* dabei annimmt, ist schon eine Frage von Vermarktung und Leserwartungen. Zu bedenken wäre auch, in welchem Grad die Position von Grass der parallelen Metaphorisierung von Czesław Miłosz als ‚Vaterfigur‘ der polnischen Literatur und Kulturautorität zu verdanken ist und inwieweit sie neuen Figurationen den Boden vorbereitet. Dass die Litotes eine überaus fruchtbare (nur im quantitativen Sinne) Figur ist und dass sie das künftige Schicksal vieler noch nicht übersetzter Autor(inn)en im polnischen Feld verkörpert, ist selbstverständlich. Man soll jedoch dabei nicht vergessen, dass die Litotes mit dem Verlust der Marke gleichzusetzen und trotz aller Schwierigkeiten vermeidbar ist, vor allem durch geschickte Vermarktungsstrategien. Eine zu erwartende allgemeine Veränderung der Markenbildung in Polen könnte somit einen großen Einfluss auf das literarische Feld haben.

Literaturverzeichnis:

- BAYER, Alexandra (2013): Das Phänomen Bestseller. Eine Analyse am Beispiel von Daniel Kehlmanns Roman *Die Vermessung der Welt*. Hamburg: Diplomica.
- BICHLER, Klaus (2012): Selbstinszenierung im literarischen Feld Österreichs – Daniel Kehlmann und seine mediale Inszenierung im Bourdieu'schen Feld. Diplomarbeit. Universität Wien.
- BOURDIEU, Pierre (1999): Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes. Übersetzt v. Bernd Schwibs u. Achim Russer. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- CASANOVA, Pascale (2007): *The World Republic of Letters*. Übersetzt v. M. B. DeBevoise. Cambridge u. a.: Harvard University Press.
- CIEŚLIK, Mariusz (2001): Guenter Grass i polski Pan Kichot. Janion, Maria.
URL: <http://wyborcza.pl/1,75517,108019.html> [31.03.2016].
- CZAPLIŃSKI, Przemysław (2002): *Ruhome marginesy: szkice o literaturze lat 90*. Kraków: Znak.
- DÖRNER, Andreas/VOGT, Ludgera (2013): *Literatursoziologie. Eine Einführung in zentrale Positionen – von Marx bis Bourdieu, von der Systemtheorie bis zu den British Cultural Studies*. Wiesbaden: Springer VS.
- DRÜGH, Heinz (2011): „Weil im Nachhinein immer einfach.“ Die Marke Haas auf dem Höhenkamm der Moderne. In: „High“ und „low“. Zur Interferenz von Hoch- und Populärkultur in der Gegenwartsliteratur. Hrsg. v. Thomas Wegmann u. Norbert Christian Wolf. Berlin u. a.: Walter de Gruyter, S. 155–169.
- FAC, Andrzej (2015): Günter Grass bibliografia polska: 2000 – 2015 (wybór).
URL: <http://www.wbpg.org.pl/sites/default/files/zalaczniki/Gunter%20Grass%20-%20bibliografia%20polska%202000–2015.pdf> [31.03.2016].
- JEZIERSKA, Agnieszka (2014): Autorka przemieszczona – uwagi na marginesie polskich tłumaczeń tekstów Elfriede Jelinek. In: *Jelinek po polsku. Tłumaczenia i inscenizacje*. Hrsg. v. Monika Szczepaniak. Bydgoszcz: Wydawnictwo UKW, S. 107–122.
- JEZIERSKA, Agnieszka (2015): Dyżurna feministka. Dlaczego i jak polskie pisarki czytają Elfriede Jelinek. In: *Studia Neofilologiczne XI*, S. 29–47.
- KOWAL, Grzegorz (2013): Transfer autorytetu. Casus Martina Pollacka. In: *Monolog, dialog, transfer. Relacje kultury polskiej i niemieckiej w XIX i XX wieku*. Hrsg. v. Mirosława Zielińska u. Marek Zybur. Wrocław: Gajt, S. 159–182.
- MAJKIEWICZ, Anna (2014): Krytyczna recepcja prozy Elfriede Jelinek w Polsce. In: *Jelinek po polsku. Tłumaczenia i inscenizacje*. Hrsg. v. Monika Szczepaniak. Bydgoszcz: Wydawnictwo UKW, S. 11–45.
- MAKSYMOWICZ, Waław B. (1999): Przyczynek do dziejów grassomanii. In: *Günter Grass i polski Pan Kichot*. Hrsg. v. Maria Janion. Gdańsk: słowo/obraz terytoria, S. 249–253.
- PICK, Dominik (2013): Czym jest transfer kultury? Transfer kultury a metoda porównawcza. Możliwości zastosowania transferts culturels na gruncie polskim. In: *Monolog*,

- dialog, transfer. Relacje kultury polskiej i niemieckiej w XIX i XX wieku. Hrsg. v. Mirosława Zielińska u. Marek Zybura. Wrocław: Gajt, S. 253–267.
- PRYKOWSKA-MICHALAK, Karolina (2013): Transfer kultury – przypadek teatru polskiego i niemieckiego. In: Monolog, dialog, transfer. Relacje kultury polskiej i niemieckiej w XIX i XX wieku. Hrsg. v. Mirosława Zielińska u. Marek Zybura. Wrocław: Gajt, S. 185–193.
- ROSSIGNOL, Sébastien (2009): Eliten und Kulturtransfer im Mittelalter. Ausgangslage und Ergebnisse. In: Mittelalterliche Eliten und Kulturtransfer östlich der Elbe. Interdisziplinäre Beiträge zu Archäologie und Geschichte im mittelalterlichen Ostmitteleuropa. Hrsg. v. Anne Klammt u. Sébastien Rossignol. Göttingen: Universitätsverlag, S. 205–235.
- TOMMEK, Heribert (2015): Der lange Weg in die Gegenwartsliteratur. Berlin u. a.: Walter de Gruyter.
- WEGMANN, Thomas (2005): „Kanonendonner legt sich um bedeutend weniger als ein Omlett“: Die Reklame-Debatte in den 1920er Jahren. In: Markt. Literarisch. Hrsg. v. Thomas Wegmann. Bern u. a.: Peter Lang, S. 133–149.
- ZEYRINGER, Klaus/ GOLLNER, Helmut (2012): Eine Literaturgeschichte: Österreich seit 1650. Innsbruck: Studienverlag.
- ZIELIŃSKA, Mirosława (2007): W ślimaczym tempie... Uwarunkowania polskiej recepcji literatury niemieckiej na przykładzie debat wokół twórczości Günтера Grassa w wybranych czasopismach literackich i społeczno-kulturalnych (1961–1981). In: Nie tylko Zachód. Recepcja literatur obcych w czasopismach polskich XX wieku. Bd. II. Hrsg. v. Agata Zawiszewska u. Aneta Borkowska. Toruń u. a.: Oficyna Wydawnicza Leksem, S. 61–78.