

## WAS BEDEUTET ‚LITERATUR‘ HEUTE? POTENZIALE BEGRIFFLICHER AKTUALISIERUNGSSARBEIT IN DER POSTDIGITALITÄT

---

Lucas Alt

Universität Bielefeld | lucas.alt@uni-bielefeld.de

### ABSTRACT

Die Frage „Was ist Literatur?“ stellt sich in Zeiten der (Post-)Digitalität unter neuen Vorzeichen. Der vorliegende Beitrag zeigt einerseits Nutzen und Notwendigkeit solcher Grundfragen für literaturdidaktische Prozesse auf und verweist im Zuge dessen auf innerfachliche und überfachliche Potenziale literarischer Kompetenz. Er versteht sich als Plädoyer für eine fortwährende literaturtheoretische Reflexionsarbeit kultureller (Re-)Produzent:innen. Andererseits legt der Beitrag zentrale Bedingungsfaktoren eines postdigitalen Literaturbegriffs offen, wobei argumentiert wird, dass neben vielerorts stark repräsentierten Konventionen und Logiken vor allem ökonomische Gesichtspunkte in den Vordergrund treten, denen künftig höheres Gewicht im deutschdidaktischen Diskurs einzuräumen wäre.

### SCHLAGWÖRTER

— POSTDIGITALITÄT — LITERATURBEGRIFF — ÖKONOMIE DER AUFMERKSAMKEIT — BOOKFLUENCER

## ABSTRACT (ENGLISH)

### WHAT DOES 'LITERATURE' MEAN TODAY? THE POTENTIALS OF RETHINKING TERMINOLOGY IN POSTDIGITAL TIMES

The question "What is literature?" is posed in a new light in times of (post-)digitality. This article demonstrates the benefits and necessity of such fundamental questions for literary didactic processes and, in the course of this, points to the potential of literary competence within and across disciplines. It is intended as a plea for ongoing theoretical reflection on the part of cultural (re-)producers. On the other hand, the article reveals central conditioning factors of a post-digital concept of literature, arguing that, in addition to conventions and logics that are strongly represented in many places, it is above all economic aspects that come to the fore, which should be given greater weight in the German didactic discourse in the future.

## KEYWORDS

— POSTDIGITALITY — CONCEPT OF LITERATURE — ECONOMY OF ATTENTION — BOOKFLUENCER

## 1 — EINSTIEG: „ES GIBT NICHTS PRAKTISCHERES ALS EINE GUTE THEORIE“<sup>1</sup>

Oftmals sind es ganz grundlegende Fragen, die zum produktiven Weiterdenken anregen und eine Veränderung von Perspektiven hervorrufen. Als progressive Impulse wirken sie tief ins Tätigsein hinein und fordern dazu auf, ihnen weitere grundlegende Fragen anzuschließen. Eine solche Grundfrage des Faches Deutsch ist die nach dem Wesen der Literatur. Je nachdem, wie eine Lehrperson oder Literaturdidaktiker:in diese Frage beantwortet, werden sich aus der Antwort Konsequenzen für die Arbeit mit dem Gegenstand ergeben, etwa im Hinblick auf Text(stellen)auswahl, Ziele, Methoden- und Medieneinsatz, aber auch hinsichtlich thematischer Schwerpunktsetzungen und der Bereitschaft, weitere Fragen anzuschließen. Begriffe und Definitionen sind machtvollere Arbeitsmittel, sie richten Perspektiven auf die Welt, die Nutzen und Sichtbarkeit generieren, aber auch Grenzen setzen und Ausschlüsse bilden. Definitionsarbeit ist nie neutral, sie steht immer im Dienst von Interessen. Dieser Zusammenhang gilt selbstverständlich nicht nur für Wissenschaft, Bildungspolitik und -arbeit, auch in vielen alltäglichen Situationen entscheidet das Verständnis von einer Sache über die Haltung zu ihr und den Umgang mit ihr.

Lehrkräfte sind (Re-)Produzierende von Kultur (vgl. Kepser 2013, 63; Giroux 1994). Als Multiplikator:innen von Wissen, Perspektiven und Begriffen prägen sie in beträchtlicher Weise die Vorstellungen von Welt generationenübergreifend mit. Bezogen auf den Begriff der Literatur dürften sowohl fachwissenschaftliche wie Alltagsdiskurse Eingang in die Formung schulisch kolportierter Sichtweisen auf die Sache Literatur finden. Naheliegend ist, dass eng umrissene Konzepte von Literatur neben weiten, unscharfen Begriffen existieren und in unterrichtlichen Prozessen situativ variiert werden.

Anliegen dieses Beitrags soll es nicht sein, einen verbindlichen Literaturbegriff für alle Lehr-, Lern- und Lebenssituationen bereitzustellen. Weil aber davon ausgegangen wird, dass die Reflexion von Grundfragen und Begriffen als alltägliche theoretische Tätigkeit das praktische Handeln professioneller Lehrpersonen bestimmt, soll es in diesem Beitrag unter anderem um die Herausbildung eines Problembewusstseins für dieses Unterfangen – und zwar vor dem Hintergrund veränderlicher kultureller Konstituenten – gehen. Der Beitrag versteht sich also einerseits als Plädoyer für eine intensive (literatur-)theoretische Auseinandersetzung mit dem Tätigsein als Produzent:in literarischer Kultur. Andererseits sollen einige mögliche konkrete Orientierungspunkte für einen aktuellen Literaturbegriff und die sich daraus ergebenden Aufgaben in gegenwärtigen kulturellen Zusammenhängen, dem Zeitalter der (Post-) Digitalität, aufgezeigt werden.

Die möglichen Konstituenten des Literaturbegriffs, wie sie hier entwickelt werden, entfalten ihre Wirkungen einerseits hinsichtlich einer stärkeren innerfachlichen Verschränkung, etwa mit Blick auf eine „Fusion“ (Maiwald 2022, 6) der Gegenstandsbe-  
reiche der Literatur- und Mediendidaktik. Andererseits weisen sie über die Fachgrenzen hinaus und können überfachlich relevant werden – nicht zuletzt, weil sie zentrale Sichtweisen aus anderen kultur- und sozialwissenschaftlichen Fächern produktiv machen.

<sup>1</sup> Dieses bekannte Zitat geht auf den Psychologen Kurt Lewin zurück. Im englischen Original lautet es, „[...] there is nothing so practical as a good theory“ (Lewin 1951, 169).

## 2 — WAS IST LITERATUR?

Die Frage danach, was Literatur ist, lässt sich weder kurz noch abschließend klären. Und doch ist es wichtig, sie grundsätzlich und immer wieder neu zu stellen. Nicht nur, weil Literatur-Lehrkräfte ihr – zurecht! – permanent begegnen und angehalten sind, sich irgendwie kompetent dazu zu verhalten, sondern vor allem, weil das Verständnis von einer Sache immer Konsequenzen für ihren Gebrauch hat.

Während Angehörige des akademischen Betriebs unter „Literatur“ selbstverständlich auch fachwissenschaftliche Texte verstehen und somit die sehr weite Definition der ‚Gesamtheit aller geschriebenen Texte‘ kennen (vgl. Worthmann 2004, 28), greift ein alltagssprachliches Verständnis, das sich maßgeblich entlang von Kategorien aus Schule und Buchmarkt formiert, zwar den Aspekt der Schriftlichkeit auf, beschränkt sich aber oftmals auf fiktionale Texte. Erzeugnisse, die vor allem faktuale Referenzialität für sich reklamieren, werden hingegen eigens mit Zusatz markiert, z.B. als Sach-, Fach- oder Ratgeberliteratur.

Maßgeblich scheint für ein landläufiges Verständnis von Literatur auch ein medialer Aspekt zu sein, nämlich der des Buchformats. Die Tendenz zu Digitalisat und digitaler Distribution digitaler Produkte (z.B. Ebooks) mag diese Wesenszuschreibung zwar zunehmend aufweichen. Und auch die didaktische Arbeit am schulischen Literaturbegriff bemüht sich seit Jahrzehnten um den Einbezug vielfältiger literarischer Medien. Dennoch kann das physische Buch noch immer als „Primärmedium“ (Hahn 2019, 437) angesehen werden, das gewissermaßen signalisiert, dass es sich bei einem Kulturprodukt mit bestimmter Wahrscheinlichkeit um Literatur handeln könnte; Literatur ist in weiten Teilen des kulturellen Bewusstseins also als „buchförmige Drucksache codiert“ (Hahn 2019, 437).

Oftmals ist dem Alltagsverständnis auch ein Qualitätsaspekt eingeschrieben, der unter anderem auf die (bildungs-)bürgerliche Situiertheit des Literaturbetriebs verweist: Das Label ‚Literatur‘ bleibt, ungeachtet zahlreicher Dekanonisierungsdebatten in Fachwissenschaft und Feuilleton, vor allem für den besonders ‚gelungenen‘ fiktionalen Schrifttext zwischen zwei Buchdeckeln reserviert (vgl. Worthmann 2004, 29). Dies mag nicht zuletzt Vermarktungsgründe haben, denn der Literaturbetrieb arbeitet, neben der fachwissenschaftlichen Literaturtheorie, fleißig mit an den herrschenden Vorstellungen von dem, was Literatur sei – und was eben nicht (vgl. Worthmann 2004, 30). Das verlegte Buch als Publikationsform gilt daher nicht umsonst auch vielen primär online publizierenden Autor:innen noch immer als ‚Zielmedium‘ ihres künstlerischen Schaffens (vgl. Alt/Thiery 2025, 564).

Aus fachwissenschaftlicher Perspektive liegen die Verhältnisse komplizierter. Auch wenn ein Blick in die Forschung zahlreiche Literaturdefinitionen offenbart,<sup>2</sup> herrscht weitgehend Konsens, dass die Sache Literatur, wie oben erwähnt, nicht abschließend zu definieren sei (vgl. Strube 2009, 70; Lamping 1996, 15f.). Vielmehr handele es sich um einen offenen Begriff, dessen „literatur-machende[...] Eigenschaften“ nur

<sup>2</sup> Die Auseinandersetzung mit der Frage „Was ist Literatur?“ gehört zu den Grundthemen der Literaturwissenschaft und wurde entsprechend intensiv bearbeitet. Bekannte Diskursbeiträge stammen unter anderem von Genette 1992, Sartre 1979, Culler 2002, Eagleton 2012. Als klassisch gelten Werner Strube zufolge die Literaturdefinitionen Roman Jakobsons und Roman Ingardens. Strube fasst zusammen, für ein literarisches Werk im Sinne Ingardens wesentlich sei, „dass die Polyphonie eine harmonische ist und dass mittels der Schicht der dargestellten Gegenständlichkeit metaphysische Qualitäten wie das Tragische zur Erscheinung gelangen“. (Strube 2009, 49) Hinsichtlich Jakobsons Begriffsverständnisses hält Strube fest: „Für die Poesie ist wesentlich, dass in ihr die poetische Funktion, die Poetizität, dominiert, die sich durch Autoreflexivität auszeichnet. Für die empirisch-linguistische Struktur der Poetizität sind Äquivalenz bzw. Parallelismus wesentlich – was hinsichtlich der Lautebene die regelmäßige Wiederkehr lautlicher Einheiten bedeutet und hinsichtlich der Bedeutungsebene Mehrdeutigkeit.“

vage bestimmt und als unabgeschlossene Liste anzusehen seien (Strube 2009, 72). Klassische Literaturdefinitionen greifen die alltagsnahen Merkmale teils auf und übernehmen sie, meist werden sie aber in unterschiedlicher Weise hinterfragt, dekonstruiert oder erweitert. So ließe sich aus Perspektive einer Netzliteraturwissenschaft – aber auch mit Blick auf die langen oralen Traditionslinien im Vorfeld von Buchdruck und Co. (vgl. Schütz/Wegmann 1996, 55) – die mediale Dimension Buch leicht hinterfragen (vgl. u.a. Winko 2016, 2; Grond-Rigler 2013, 8), aus Sicht einer ideologiekritischen Literaturtheorie könnte die Einteilung in hohe und niedrige Literatur kritisiert werden (vgl. Eagleton 2012, 11); die Problematik einer Grenzziehung zwischen Fiktionalität und Faktizität zeigt sich beispielhaft am stets partiell fiktionalen Charakter sogenannter autobiografischer Texte (vgl. Martínez 2016, 5-8). Aus Perspektive multimodaler Ansätze ließe sich selbst der wichtige Aspekt der Sprachlichkeit von Literatur relativieren (vgl. z.B. Kónya-Jobs/Werner 2020, 4). Auf den ersten Blick wenig befriedigend, aber angesichts der Offenheit des Begriffs Literatur nur konsequent, stellt Friederike Worthmann fest: „Literatur ist, was für Literatur gehalten wird.“ (Worthmann 2004, 52)

Doch impliziert eine solche Minimaldefinition nicht völlige Beliebigkeit. Vielmehr geht es um eine diskursiv verhandelte und literaturtheoretisch informierte Stellungnahme bzgl. der Frage, was für Literatur gehalten werden *soll* – denn jeder Literaturbegriff trägt Implikationen für seine Nutzung. Umgekehrt gilt, dass das Lesen von Literatur ohne theoretische Vorstellung davon, was Literatur überhaupt sein kann, nicht möglich ist (Köppe/Winko 2008, 1; Neuhaus 2022, 49). Ob bewusst oder intuitiv, die Auseinandersetzung mit Literatur braucht also eine Art Arbeitsbegriff, eine (wenigstens vage) Vorstellung von ihrem Gegenstand.

Gerade weil offen ist, was Literatur (alles) bedeuten kann, ist ein aktiver Umgang mit dieser Frage so zentral. Die Haltung gegenüber dem literarischen Text (bzw. dem, was dafür gehalten wird) entscheidet über die Rezeptionserfahrung. Statt Antworten zu liefern, könnte ein Nachdenken über die Frage „Was ist Literatur?“ Reflexions- und auch Streiträume öffnen, die elementar für die gesellschaftliche (und somit auch schulische) Funktion und Relevanz von Literatur sind. Von großer Bedeutung ist daher auch die wiederholte Selbstklärung zu dieser Frage seitens der kulturellen (Re-)Produzent:innen des Bildungssystems, weil ihr Umgang mit Literatur erheblich darüber mitentscheidet, was Literatur künftig sein kann und welche Bedeutung sie für gesellschaftliche Zusammenhänge entfalten darf.

Der hier zu entwickelnde Begriffsraum geht zunächst grundlegend von Literatur als sozialer Kommunikationsform aus. Literarische Medien werden also nicht als unveränderliche Gegenstände fokussiert, sondern erscheinen, genau wie der Begriff der Literatur, in ihren Bedeutungen höchst wandelbar, je nach Kontext, Zeit und Raum, in dem Verständigung über sie stattfindet. Weil gesellschaftliche Implikationen dem Literarischen eingeschrieben sind (vgl. Eagleton 8f.), bedeutet über Literaturbegriffe zu reflektieren, auch etwas über die eigene gesellschaftlich-kulturelle Situation zu erfahren, sich im „Handlungsfeld Literatur“ (Abraham/Kepser 2005, 14) zu bewegen und zu entwickeln. Umgekehrt beeinflusst die Perspektive auf Gesellschaft und Kultur auch das Verständnis von dem, was Literatur ist.

### 3 — (POST-)DIGITALE KULTUR: VERNETZUNG UND ÖKONOMIE

Das Präfix „post“ bezeichnet in den Kulturwissenschaften bekanntlich nicht lediglich den Zustand einer nachgelagerten Zeitdimension, sondern gleichermaßen eine Wirkungsdimension, die sich aus dem derart Bezeichneten für gesellschaftliche und kulturelle Zusammenhänge ergibt. So meint etwa „Postkolonialismus“ weniger, dass Kolonien und Kolonialismus gänzlich der Vergangenheit angehörten, sondern vielmehr die Tatsache, dass sich koloniale Denk- und Handlungsweisen zutiefst eingeschrieben haben in Geschichte und Bewusstsein einer Kultur, gewissermaßen zu Selbstverständlichkeiten geworden sind – und daher der kritischen Beforschung bedürfen (vgl. Cramer 2014, 13).

Auch das Digitale ist mittlerweile zu einer solchen soziokulturellen Selbstverständlichkeit gelangt, und zwar in einem Maße, dass es zunehmend sinnlos erscheint, die alte Opposition von analog und digital zur Beschreibung von gesellschaftlichen Phänomenen, politischen Prozessen und medialen Praktiken noch in Anschlag zu bringen (vgl. Schmidt 2020, 57f.). Im Zuge gesellschaftlicher Medialisierung verschmelzen analoge und digitale Aspekte, sind unauflöslich ineinander verstrickt. Der Zustand der „digitalen Gesellschaft“ (Nassehi 2019), in dem Digitalisierung der Digitalität gewichen ist, in der das Digitale sprichwörtlich nicht mehr wegzudenken ist, seine Potenziale und Wirkungen also omnipräsent und ubiquitär geworden sind, kann als „postdigital“ bezeichnet werden (vgl. Schmidt 2020, 58).

Weil jedes Außen fehlt, gestaltet sich die Erforschung ‚des‘ Digitalen schwierig, es handelt sich, mit Timothy Morton, um ein „Hyperobjekt“, das sich seiner ganzheitlichen Beschreibung entzieht, nicht zuletzt weil es selbst die Wirklichkeit der Beschreibenden strukturiert. Dem Digitalen kommen mediale Qualitäten zu, in dem Sinne, dass es (neue) Differenzierungen für Welt und Wahrnehmung schafft (vgl. Nassehi 2019, 108f.), „Unbeobachtbares beobachtbar und Beobachtbares unbeobachtbar“ (Jahraus 2010, 196) werden lässt: Digitalität wird zur „Denk-Nährlösung“ (Krommer 2020, 21), einem Modus, „in which we can think and imagine differently“ (Manovich 2013, 13).

Zwecklos also, ‚das‘ Digitale in seinem gesamten Ausmaß bestimmen oder einer Art „Metasprache“ (vgl. Morton 2013, 2) unterwerfen zu wollen. Allerdings ermöglicht eine postdigitale Perspektive, die das Digitale als immanenten Bestandteil von Wahrnehmung zwar voraussetzt, aber dennoch zum partiell reflektierbaren Gegenstand erklärt, Differenzierungen und Historisierungen seiner Phänomene – und auch Überlegungen dazu, welche Aspekte des Digitalen in aktuellen sozialen Zusammenhängen eine besondere gesellschaftliche Tragweite oder gar Exemplarität entwickeln. Zentral für einen postdigitalen Standpunkt kann also die Entwicklung einer machtkritischen Perspektive gegenüber digital strukturierten Gesellschaftsverhältnissen werden (vgl. Cramer 2014, 21f.).<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Unter „Machtkritik“ lässt sich die methodische Analyse gesellschaftlicher Strukturen und Verhältnissen der Ungleichheit sowie ihrer (Re-)Produktion verstehen, der einerseits durch Aktivist:innen der Bürgerrechtsbewegungen in den USA und Europa sowie andererseits durch Denker:innen wie Michel Foucault, Hannah Arendt oder Judith Butler der Weg geebnet wurde. Eine bedeutende Rolle spielt dabei die Dekonstruktion von herrschenden Diskursen, die als Gefüge aus Wissen und Macht perspektiviert werden. Machtkritik gegenüber der digitalen Infrastruktur sozialer Realität ist angezeigt, weil Ressourcen und Einfluss hier deutlich ungleich verteilt sind. Dies schließt unter anderem demokratiegefährdende, neokolonialistische wie auch ökologieschädigende Potenziale ein. Eine machtkritische Bearbeitung digitaler Kulturphänomene steht also auch in engem Zusammenhang mit den Zielen einer Bildung für nachhaltige Entwicklung (United Nations 2015; KMK 2016) und findet zudem Anschluss im Feld der Critical Didactics.

Zu den zentralen Bedingungen digitaler Kulturphänomene zählt heute sicher der Aspekt sozialer Interaktion (vgl. Stalder 2016, 129f.). Während vor allem in den Anfangstagen des Internets große Hoffnungen auf der vernetzenden Technologie lagen, etwa hinsichtlich radikaldemokratischer Gestaltungsmöglichkeiten für politische Prozesse (vgl. Stalder 2016, 83f., 209f.), weicht diese Utopie mehr und mehr einer kommerzialisierten Version, in der wenige große Unternehmen wirkmächtig global agieren.<sup>4</sup> Die einschlägigen Leitunternehmen der Plattformökonomie, die die Vernetzungspotenziale des Internets als digitaler Infrastruktur am erfolgreichsten ausbeuten und an denen heutzutage kaum ein:e Nutzer:in vorbei kommt, sind die sogenannten GAMAM.<sup>5</sup> Die postdemokratischen Gefahren dieser zentralisierten Netzwerkmacht stellt Felix Stalder mit Blick auf kommerzielle soziale Medien deutlich heraus:

Die Nutzer haben keine Einflussmöglichkeiten auf die Ausgestaltung oder die Entwicklung der Bedingungen, unter denen sie handeln (müssen) [...]. Welche Optionen und Features den Nutzern vorgelegt werden, können diese weder bestimmen noch direkt beeinflussen. Kurz: Kommerzielle soziale Netzwerke haben ein Machtgefälle institutionalisiert zwischen jenen, die sich an den Benutzeroberflächen aufhalten und jenen, die Zugriff auf die Rückseite der Dienste haben. Die Möglichkeiten der Nutzer, sich zu organisieren und Einfluss zu nehmen – etwa auf den Umgang mit ihren Daten –, sind eng begrenzt. (Stalder 2016, 216)

Stalder, der an dieser Stelle die paternalistische Gestaltung der unmittelbaren Nutzer:innenerfahrung durch die kommerziellen Anbieter im Blick hat, beschreibt im Weiteren die prinzipielle gesellschaftliche Tragweite einer derart „kybernetisch“ organisierten Infrastruktur, die zunehmend zur gezielten Willensbildung, meist bei Konsum-, aber auch Wahlentscheidungen, eingesetzt werden kann. Zentral für postdemokratische Zustände ist die Vorherrschaft einer Scheinpartizipation: Während zwar Freiheit und allgemeine Beteiligung auf der (Nutzer-)Oberfläche propagiert werden, liegt die konzentrierte Handlungsmacht in den kommerziellen Sphären des Internets tatsächlich bei einigen wenigen Akteuren, die direkten Zugang zur „Rückseite der Infrastruktur“ (Stalder 2016, 213) haben.<sup>6</sup>

Sie nutzen und bewirtschaften die anfallenden Daten, etwa zu Werbe- und Kontrollzwecken, und optimieren Akkumulationsprozesse. Aus Perspektive der Prosumer:innen mag es bei der Nutzung sozialer Medien vielleicht unter anderem um das Erstellen und Teilen eigener Kulturprodukte gehen, die treibende Kraft der Plattform aber ist ein ökonomisches Kalkül, das die Beschaffenheit der Erzeugnisse zutiefst prägt und in gewisser Weise norm(alis)iert.

Die primär ökonomische Absicht, die jedem kapitalistischen Unternehmen zugrunde liegt, drückt sich auf der Benutzeroberfläche kommerzieller sozialer Medien als widersprüchlicher und gleichsam verschleierte Imperativ an die Adresse der Nutzer:innen aus. Diese werden angehalten, in ihren Beiträgen einen authentischen Selbst-

<sup>4</sup> Auf die widerständige „digitale Gegenwelt“ (Mey 2023, 10) weist neben Stalder, der die Idee der „Commons“ (Stalder 2016, 245f.) beschreibt, auch Stefan Mey hin. Zentral erscheinen hier freie Softwareprojekte mit offenen Quellcodes sowie nicht-kommerzielle Communities, die echte Teilhabe und Datenschutz bzw. -sparsamkeit versprechen (vgl. Mey 2023).

<sup>5</sup> GAMAM steht als Akronym für: Google, Apple, Microsoft, Amazon, Meta.

<sup>6</sup> In den vergangenen Jahren hat sich an mehreren Ereignissen die politische Tragweite dieser Verhältnisse im Netz drastisch gezeigt, etwa mit Blick auf die Überwachungs- und Kontrollaktivitäten von nationalen Nachrichtendiensten (vgl. Stalder 2016, 216), oder die algorithmische Steuerung von Wahlwerbung. Zuletzt kann die teils offene, teils verdeckte Einflussnahme Elon Musks auf den Wahlkampf in Deutschland über seinen Kurznachrichtendienst X als kritisches Ereignis gewertet werden.

ausdruck zu erzeugen,<sup>7</sup> während das Medium gleichzeitig einen Sensationalismus produziert, der allerdings nicht offen kommuniziert wird, sondern vor allem durch algorithmisch vermittelte Gratifikationen und Sanktionen Struktur gewinnt.

Inhalte sollen also nicht nur der Maßgabe Echtheit, sondern, so lernen Nutzende schnell, vor allem der des Neuigkeitswerts entsprechen – eine im Grunde paradoxe Anforderung, die allerlei Betriebsamkeit und eine extensive Contentproduktion erzeugt. Die Orientierung gebende Sozialfigur des Influencers (vgl. Nymoen/Schmitt 2021) steht dabei Pate für die umfängliche Nutzung der medialen Affordanzen.<sup>8</sup> Auch wenn über die konkreten algorithmischen Parameter, die darüber entscheiden, ob ein Beitrag ‚viral‘ geht oder unsichtbar bleibt, nur wenig bekannt ist,<sup>9</sup> lässt sich doch das Grundinteresse der Plattform als eines der Nutzer:innenbindung beschreiben: Je größer das Potenzial eines Beitrags, Verweildauer und Interaktionsbereitschaft auf der Plattform zu erhöhen, desto größer die ‚Unterstützung‘ bei der Sichtbarmachung des Beitrags durch den Algorithmus.

Die Funktionsweise der sozialen Medien kann daher mit Georg Franck als „Ökonomie der Aufmerksamkeit“ (Franck 1998) beschrieben werden: Zur Bewirtschaftung großer Datenmengen im Zeitalter der entgrenzten „Informationsflut“ (Franck 1998, 66) erscheint Aufmerksamkeit als ‚das‘ knappe Gut, als zentraler Parameter, relevant von weniger relevant erscheinenden Inhalten zu trennen. Aufmerksamkeit gewinnt die Qualitäten einer „Währung“ (Franck 1998, 72), sie kann erarbeitet, verdient, verloren, ausgegeben, investiert, akkumuliert und letztlich auch in andere Kapitalsorten – auch Geld – umgewandelt werden (vgl. Franck 1998, 72f.).

Im großen Maßstab überträgt sich diese ökonomische Logik der Plattformen auf Nutzer:innen und Beiträge, etwa wenn letztere durch den Algorithmus aufgrund ihrer affektiven Anschluss- und Erregungspotenziale qualifiziert werden.

(Post-)digitale Kulturproduktion und -rezeption steht also in besonderer Weise im Zeichen des Ökonomischen. Dieser Umstand wäre bei einem Nachdenken über die Frage, was heute unter Literatur verstanden werden kann, durchaus zu berücksichtigen.

Ich möchte das an einem Beispiel verdeutlichen. Wirft man zur Klärung der Grundfrage dieses Beitrags einen Blick in die sozialen Medien selbst, stößt man unweigerlich auf das Phänomen der sogenannten Bookfluencer.<sup>10</sup> In traditioneller Sicht und gemessen an den prototypischen Merkmalen literaturkritischer Fachkommunikation, handelt es sich hierbei um Literaturkritiker:innen mit Laienstatus im digitalen Raum (vgl. Brendel-Perpina 2019, 399f., Brendel-Perpina/Reidelshöfer 2019, 113), deren Videos sich durch informell erscheinende Wertungshandlungen und Literaturtipps

<sup>7</sup> Vgl. hinsichtlich Instagram und Influencer-Marketing: Nymoen/Schmitt 2021, 71. Auch Youtube weist in mehreren Video- und Textbeiträgen zur Funktionsweise der Plattform auf den ‚selling point‘ Authentizität hin, vgl. etwa: <https://www.youtube.com/intl/de/creators/how-things-work/getting-started/> (Zugriff: 26.03.25). Dass Facebook bzw. Meta in ihren Produkten die Verwendung von Pseudonymen zugunsten von Klarnamen untersagt (Stalder 2016, 217), stützt diese Beobachtung.

<sup>8</sup> Die Affordanzen eines Mediums verweisen auf seine Angebote und Funktionen, aber auch Absichten und Anforderungen, also gewissermaßen die Maßgaben zur ‚richtigen‘ Nutzung (vgl. zum Affordanz-Begriff: Zillien 2019, 226f.). Natürlich ist es auch möglich, Inhalte zu produzieren, die nicht der Intention folgen, Abos, Likes und Follower zu erzielen (der in gewisser Hinsicht vielleicht tatsächlich authentisch wäre), nur steigt damit die Wahrscheinlichkeit, dass die distributiv-vernetzende Grundfunktionalität der Plattform nicht adäquat bedient würde und der Beitrag weitestgehend unsichtbar bliebe.

<sup>9</sup> Der Algorithmus der Plattformen ist gewissermaßen ihr Betriebsgeheimnis. Der geschlossene Code stellt, gegenüber dem offenen Code (open source) freier Softwareanwendungen, sozusagen die Definition des kommerziellen digitalen Unternehmens dar.

<sup>10</sup> Ich verwende den Begriff des Bookfluencers („Book“+„Influencer“) als Sammelbezeichnung für Content-Producer des literarischen Themenfelds auf verschiedenen Plattformen wie Booktok, Booktube, Bookstagram etc. Angesichts der algorithmisch-ökonomischen Plattformlogiken weisen die Formate große Ähnlichkeiten auf.



auszeichnen, die ausschließlich von Leselust und Bücherliebe getragen scheinen. Gegenüber professionellen Literaturkritiker:innen, die über ein größeres kommunikatives Handlungsspektrum im Umgang mit ihrem Gegenstand, dem literarischen Text, verfügen, kapriziert sich die Laienkritik auf Aspekte des Informierens und Bewertens (vgl. Petkova-Kessanlis 2012, zit. n. Brendel-Perpina 2019, 400).<sup>11</sup> Dies trifft ohne Zweifel auf einen Großteil der populär anschlussfähigen Beiträge auf Booktok & Co. zu, die vor allem durch Subjektivität sowie ein Bemühen um Authentizität und Nahbarkeit geprägt sind (vgl. Eder 2021, 69f.). Zieht man allerdings ihre Rolle im Vermarktungsprozess, insbesondere bestimmter Genreliteratur, in Betracht, zeigt sich durchaus ein professioneller Zug – der als Werbeträger:innen des Buches.

Insbesondere im angloamerikanischen Raum finden sich äußerst abonnent:innenstarke Kanäle mit hohen Reichweiten, die Literaturgenuss – analog zu anderen Bereichen des Influencer-Marketings wie Fashion, Sport, Beauty usw. – als konsumkulturelle Lebensweise propagieren. Literatur im Medium des Buchs tritt hier „nicht so sehr als intellektuelles denn als Konsumgut“ (Pfeiffer 2023, 240) in Erscheinung. Wenn Bookfluencer in Deutschland aufgrund geringerer Aufrufzahlen noch immer als „Randerscheinung“ (Rouget 2023, 107) eingeordnet werden, wird ihre Bedeutung für den Buchmarkt möglicherweise unterschätzt. Vielmehr bilden sie als Mikro- und Nanoinfluencer einen aktuellen Trend im Influencer-Marketing ab, der die gezieltere Ansprache potenzieller Kund:innen erlaubt (vgl. Lorenz 2020, 1). Zudem finden sich mittlerweile durchaus einige Kanäle mit größerer Reichweite wie die von Jess Hengel (itsjessamess, itsjessxoxo), die, vormals Beauty- und Fashion-Influencer, mit Booktok eine effektive Nische gefunden zu haben scheint – und selbst in traditionellen Medien Aufmerksamkeit genießt (vgl. z.B. Kayser 2024, Maier-Sohn 2024, Leclerc 2024). Booktok & Co. ist als Vermarktungsstrategie also durchaus ernstzunehmen (vgl. u.a. Pfeiffer 2023, 234, Angelone 2023, 48, 159f., o.A. 2023, 7f.).

„Insgesamt“, so konstatiert Jasmin Pfeiffer, ließe sich sagen, dass die Kanäle in der Logik des Mediums „sehr eng in kapitalistische Mechanismen eingebunden sind und ihre Zuschauer:innen zum Erwerben bestimmter Güter, vorrangig natürlich von Büchern, anregen“ (Pfeiffer 2023, 241). Dies zeigt sich unter anderem an der hohen Bedeutung, die der Materialität der präsentierten Bücher zugeschrieben wird. Wichtig erscheinen etwa Farbschnitt, Covergestaltung, Haptik und Sammelwert einer Ausgabe. Das geradezu obligatorische Bücherregal (vgl. Glasenapp/Rouget 2016, 206) repräsentiert die bibliophile Grundhaltung und kann zur Distinktion, aber auch zum Ausstellen von Privatheit und Nähe dienen:

Als physischen Objekten kommt den Büchern einerseits eine gestalterische Funktion in der persönlichen Einrichtung zu, ihren ideellen Wert erhalten sie jedoch andererseits als Teil der individuellen Erinnerungs- und Wissensrepräsentation. So führen viele der jungen Booktuber\*innen liebevoll eingerichtete Regalfächer vor, die mit Lichterketten und Funko-Pop-Figuren ihrer Lieblingscharaktere ausgeschmückt sind und wie ein Schrein emotional besetzte Autorensignaturen und Fan-Artikel aus dem Nonbook-Sortiment bergen. (Lorenz 2020, 10)

<sup>11</sup> Dass es sich bei Booktok & Co. um Literaturkritik handelt, zeigen in Bezug auf Kriterien von Thomas Anz Glasenapp/Rouget 2016, 215-227 sowie in Bezug auf die Kriterien von Wolfgang Albrecht Eder 2021.

Die authentisch anmutende Requisite „Bücherregal“ zählt nicht nur auf das Konto des Wiedererkennungswerts ein, sondern trägt auch die Chiffre der Aufmerksamkeitssteigerung sowie des Kaufanreizes. Das materielle Buch erscheint somit zugleich als Kommunikationsanlass, Requisite und Konsumobjekt. Auch wenn für eine erschöpfende Analyse weitere Aspekte zu beachten wären (vgl. etwa Penke 2019), kann vorläufig festgehalten werden: Ein Literaturbegriff, wie er durch die Bookfluencer vertreten wird, ist an das vermarktungsfähige, zum Warenfetisch stilisierte, Medium Buch geknüpft. Er radikalisiert somit die landläufigen Vorstellungen von Literatur als buchgebunden und macht überdies die (alltäglich oft verschleierte) ökonomischen Qualitäten literarischer Medien deutlich sichtbar.

Für einen Literaturunterricht in der Postdigitalität liegt in diesen Beobachtungen ein großes didaktisches Potenzial. Im Folgenden soll der skizzierte Standpunkt der Bookfluencer daher keineswegs vorschnell zurückgewiesen werden, denn sie arbeiten an vorherrschenden Vorstellungen davon, was Literatur heute sei, intensiv mit. Vielmehr soll diese Perspektive als alltagsnaher Ausgangspunkt für Reflexionen über die Frage, was Literatur in der (Post-)Digitalität (noch) sein kann, genutzt werden. Damit schließt der Beitrag an die didaktische Erschließung von Booktok & Co. vor allem durch die Arbeiten von Ina Brendel-Perpina (u.a. 2019) an, innerhalb derer bereits die Förderung einer „kritischen und gleichzeitig teilhabeorientierten literarischen Marktkompetenz“ (Brendel-Perpina 2019, 135) gefordert wurde.

## **WAS BEDEUTET LITERATUR HEUTE? KONSTITUENTEN UND SCHLAGLICHTER IN DER POSTDIGITALITÄT**

Grundsätzlich sind Literaturbegriffe historisch bedingt und daher veränderlich. Die bisherigen Ausführungen produzierten den Kontext einer postdigitalen Zeitdiagnose. Die folgenden Ausführungen leiten daraus mögliche Konsequenzen für einen aktuellen Literaturbegriff bzw. seine Reflexion ab.

Unter dem Eindruck einer stark vernetzten Kultur kann als mögliche Konstituente von Literatur in der Postdigitalität zunächst ihre soziale Dimension betont werden. Dass Literatur stets eine gemeinschaftliche, gar politische Qualität hat (Eagleton 2012, 172; Culler 2002, 61), zeigt sich nicht nur seit jeher an der Situiertheit des Literaturbetriebs und der Idee eines ‚Kulturguts‘ Literatur, sondern wird mit Blick auf Kulturtechniken des Social Reading sowie gemeinschaftlicher Schreibprojekte (etwa Fanfiction) gerade in Bezug auf digitale Literaturen besonders evident (vgl. Lauer 2020a, 6f.; Lauer 2020b).

Der soziale Aspekt des Literarischen ist in Formaten, die im kommerziellen Internet stattfinden, zudem erheblich durch ökonomische Maßgaben geprägt. Ökonomie hier lediglich als monetär strukturiert zu denken, würde hingegen zu kurz greifen, vielmehr prägen die Plattformen unter dem Gesichtspunkt der Aufmerksamkeitsakkumulation die Medienangebote, die auf ihnen produziert, kolportiert und konsumiert werden. Das gilt, mit Blick auf das oben ausgeführte Beispiel, sowohl für die präsentierten Bücher als auch für die Videos der Bookfluencer, die sich zu einem gewissen Grad ebenfalls als Literatur lesen lassen. Dass ökonomische Maßgaben

als Konstituenten des Literaturbegriffs gelten können, ist nicht neu (z.B. Bourdieu 1999, Ide/Lecke 1975); in der Postdigitalität tritt dieser Aspekt allerdings deutlicher zutage – und kann so mit einigem Recht zum plausiblen Gegenstand literaturunterrichtlicher Lernprozesse werden. Literatur kann also nicht nur als soziales, sondern ebenso als ökonomisch bedingtes Kulturprodukt gedacht werden – durchaus auch in historischer Perspektive. Literatursoziologische Wissensbestände und die Bedingungen der Kulturproduktion wären bei der Frage danach, was Literatur ist, also stets mitzureflektieren.

Greift man den Literaturbegriff der Bookfluencer hinsichtlich seiner medial-materiellen Komponente auf, kann er als produktiver Ausgangspunkt für eine kritische Beschäftigung mit alltäglichen vs. fachwissenschaftlichen Diskursen zur Frage „Was ist Literatur?“ geltend gemacht werden – und zwar sowohl mit Blick auf die Selbstreflexion kultur(re-)produzierender Didaktiker:innen wie auch hinsichtlich der Diskussion mit Schüler:innen in unterrichtlichen Kontexten. In ihrer Konzentration auf das Medium Buch greifen Bookfluencer (wie die Selbstbezeichnung vorwegnimmt) in einer bestimmten Hinsicht auf einen engen Literaturbegriff zurück, der vielfältig an Alltagskonzepte anschließt, aber im Kontrast zu erweiterten Verständnissen von Literatur steht, wie sie in Fachwissenschaft und -didaktik zunehmend vertreten werden.<sup>12</sup>

In der Deutschdidaktik plädiert etwa Klaus Maiwald für die Differenzierung von Medium als Form und Literatur als Funktion, was unter anderem darauf verweist, dass Literatur keinesfalls an das Medium des Buchs gebunden ist, sondern sich in verschiedenen Formen resp. Medien realisieren kann (vgl. auch KMK 2023, 18). Unter dem Eindruck einer „Fusion“ (Maiwald 2022, 6) der „angestammten Lernbereiche und Gegenstände des Deutschunterrichts“ (ebd.) könnte dann etwa von literarischen Medien die Rede sein. Im Hinblick auf unterrichtliche Prozesse ließe sich reflektieren, welche Konsequenzen ein derart erweiterter Literaturbegriff bspw. auf die Rezeptionserfahrungen mit unterschiedlichen Medienangeboten hätte. Da Literatur nicht auf das Buch als Medium festgelegt ist, tritt sie auch nicht in Konkurrenz zu ‚anderen‘ Medien. Vielmehr ließe sich fragen, wie sich die Wirkungsweise eines Kommunikats verändert, wenn es ‚als Literatur gelesen‘ wird. Ganz pragmatisch orientiert zeigt etwa Markus Engelns, wie ein „Grundvokabular“ (Engelns 2021, 122) zur Analyse literarischer Medien aussehen könnte.

Ein postdigitaler Literaturbegriff integriert medienwissenschaftliche Wissensbestände und Sichtweisen. Im Angesicht von Medienvielfalt und -konvergenz kann ein intensiviertes Zusammendenken literarischer und medienbezogener Kompetenzen nicht nur einen hohen Lebensweltbezug entfalten, sondern auch beträchtliche Synergien, etwa im Umgang mit Fragen von Faktualität und Fiktionalität freisetzen (vgl. Maiwald 2022, 7; Martínez 2021).

Die Feststellung, dass in der Postdigitalität literarische Medien nicht nur Bücher sind und überdies häufig sozialen und ökonomischen Maßgaben unterliegen, weitet zwar den Gegenstandsbereich, liefert aber noch keine Kriterien zur Abgrenzung literarischer von nicht literarischen Medien. Wenn das Literarische eine Text- bzw. Medien-

<sup>12</sup> Die enge Verwendung betrifft die medial-materiale Seite des Literaturbegriffs. Aus Sicht von (oftmals bildungsbürgerlich situierten) Kanon- und Qualitätsdebatten bewegen sich Bookfluencer vornehmlich in einem erweiterten Begriffsfeld, weil ihre Gegenstände sich zumeist als Genretexte beschreiben lassen. Auch das didaktische Potenzial von literaturkritischem Werthandeln („Ist das noch/schon Literatur?“), das an Qualitätsfragen anknüpft, erscheint vielversprechend, kann an dieser Stelle jedoch nicht weiter vertieft werden. Verwiesen sei dazu auf die Arbeiten von Brendel-Kepser (u.a. 2019).

funktion ist, wäre also zu fragen, wie sich diese näher bestimmen ließe. Im Folgenden sollen zwei ‚Logiken‘ von Literatur benannt werden, die dabei helfen können, ein Medium ‚als Literatur‘ zu lesen, was nichts anderes bedeutet, als sich fortlaufend kritisch die Frage zu stellen: „Ist das vielleicht Literatur? Und was bedeutet meine Lesehaltung für meinen Rezeptionsprozess?“

Als eine zentrale Logik des Literarischen soll in diesem Zusammenhang der Aspekt der Fiktionalität angeführt werden. Dieser steht im Gegensatz zum Anspruch eines Mediums, vor allem faktuale Referenzen zu produzieren. Fiktionale Medien können beispielsweise über paratextuelle und auch textinterne Signale Auskunft über ihren Fiktionscharakter geben (vgl. Martínez 2016, 4; Zipfel 2014), aber diesen auch genauso gut verschleiern (vgl. Martínez 2016, 4). Auch Medien, die hauptsächlich faktual referenzieren, können fiktionale Elemente aufweisen. Genau besehen ist eine eindeutige Grenzziehung zwischen Fiktionalität und Faktizität oftmals alles andere als einfach (Martínez 2016, 5-8). Die Frage „Was ist Literatur?“ wirft hier erneut weitere Fragen auf, nämlich: „Was ist Fiktion?“ und „Was ist Fakt?“

Als weitere literarische Logik kann etwas ausgemacht werden, das ich hier als ‚ästhetische Qualität eines Mediums‘ bezeichnen möchte. Hier lassen sich etwa Inszenierungsweisen (z.B. Spannungsaufbau, Aufmerksamkeitslenkung usw.) verorten, die Reflexion und Affekt bei Rezipierenden beeinflussen. Auch der Bezug auf (Gattungs-) Konventionen (genretreu oder subversiv) sowie das Emplotment eines medialen Produkts, also die narrative Gestaltung eines Geschehens, beispielsweise als Komödie oder Tragödie, fallen unter diesen Aspekt (vgl. White 1973, 291; Culler 2002, 32f.). Zudem können Umgangsweisen mit Medialität eine bedeutende Tragweite erhalten, etwa mit Blick auf Sprachspiel, Mehrdeutigkeit und (Selbst-)Referenzialität. Nicht zu vernachlässigen ist in dieser Hinsicht auch eine hedonistische Komponente von Literatur, wenn diese Resonanzräume der Lust eröffnet, etwa indem sie zum Staunen (vgl. Pavlik 2022) oder zur Irritation anregt. Die Frage „Was ist Literatur?“ eröffnet hier also die Fragen „Wie wirkt das?“ und „Welcher Aufwand wird betrieben, damit ich so oder so denke oder fühle?“<sup>13</sup>

Ausgeklammert wurde bislang der Aspekt von Sprache (im engeren Sinne). Die Vorstellung vom literarischen Medium geht oftmals mit multimodalen Qualitäten einher, die Literatur nicht mehr ausschließlich oder gar zwangsläufig an Sprache binden (vgl. Krichel 2019). Ähnlich wie die Verbindung zum Buch unterläuft eine solche Sichtweise tradierte Vorstellungen von Literatur. Die Frage, inwieweit es für literaturunterrichtliche Prozesse grundsätzlich sinnvoll ist, von einem gänzlich von Sprache gelösten Literaturbegriff auszugehen, kann im Rahmen dieses Beitrags nicht geklärt werden. Da unterschiedliche Zeichensysteme aber durchaus literarische Qualitäten in oben dargestellter Weise entfalten bzw. miteinander verschränken können, wäre es kaum plausibel, die Verwendung von Sprache zu einem entscheidenden Merkmal literarischer Medien zu erklären. Vor dem Hintergrund einer langen Tradition, die Literatur und Sprache koppelt, könnte aber natürlich auch genau dieser Aspekt in didaktisch produktive Fragen umgewandelt werden, etwa zum Verhältnis von Mündlichkeit

<sup>13</sup> Möglicherweise trifft es zu, dass viele Medienprodukte in der Postdigitalität eine weniger dichte ästhetische Struktur aufweisen als etwa kanonisierte Literatur der vergangenen Jahrhunderte. Dies mag unter anderem an beschleunigten Produktions- und Rezeptionszyklen unter den Bedingungen digitaler Infrastruktur liegen. Zur Qualifizierung eines Mediums als literarisch/nicht literarisch soll das Argument ästhetischer Akkumulation hier jedoch nicht reproduziert werden, vielmehr stellt sich erneut eine Anschlussfrage, nämlich die nach den Gründen für spezifische ästhetische Beschaffenheiten kultureller Produkte in ihrem kulturellen bzw. sozioökonomischen Zusammenhang.

und Schriftlichkeit oder zur literarischen Qualität sogenannter textloser Bilderbücher, Stummfilme oder sprachfreier Computerspiele.

## AUSBLICK

Die dargelegten Konstituenten und Logiken bilden fließende Übergänge und Verschränkungen. Es handelt sich nicht um Konstanten, sondern um einige Variablen des Literarischen, die in der Postdigitalität allerdings in den Vordergrund treten. Hinsichtlich Ästhetik und Inszenierung erscheinen beispielsweise viele vermeintlich faktuale Medienprodukte, etwa solche mit didaktischem Anspruch (z.B. Tutorials) oder solche des unternehmerischen Storytellings im Licht der Literatur. Fragen faktualer Referenzialität tangieren oftmals auch aufmerksamkeitsökonomische Aspekte eines Mediums, etwa wenn Influencer sich authentisch, verbindlich und nahbar inszenieren.

Solche Kommunikate aufgrund ihrer ästhetischen Qualität als Literatur zu lesen, fördert nicht lediglich die Fiktionalitätskompetenz, sondern kann auch einen Zuwachs an „Faktualitätskompetenz“ (Martínez 2021) bedeuten – weil eine literarische Rezeptionshaltung immer auch die ‚Gemachtheit‘ des Gegenstands in den Blick nimmt. Dies wiederum lässt postdigitale Aktualisierungsarbeit am Literaturbegriff überfachlich relevant werden, etwa hinsichtlich der Schulung kritischer Lesestrategien in politik- und sozialwissenschaftlichen Fächern oder mit Blick auf Fragen (sozio-)ökonomischer Bildung. In der Fähigkeit, ein Medium situativ *a/s* Literatur zu lesen, also die Frage „Was ist Literatur?“ während eines Rezeptionsprozesses fortwährend präsent zu halten, liegt ein erhebliches Potenzial und Ziel kritischer Rezeptionskompetenz für postdigitale Bildungsprozesse.

## QUELLENVERZEICHNIS

- **Abraham, Ulf / Kepser, Matthis (2005)**: *Literaturdidaktik Deutsch. Eine Einführung*. Berlin: Erich Schmidt. — **Alt, Lucas / Thiery, Sarah (2025)**: Instagram im Literaturunterricht? Didaktisch-methodische Überlegungen zur Instapoetry. In: Standke, Jan (Hg.): *Gegenwartslyrik im Deutschunterricht. Fachdidaktische Analysen und Perspektiven für das literarische Lernen*. Braunschweig: Beltz, 557-578. — **Angelone, Rita (2023)**: *Blogger- und Influencer-Marketing in der Praxis. Alles Wichtige für gelungene Kooperationen zwischen Unternehmen, Bloggern und Influencern*. Wiesbaden: Springer. — **Bourdieu, Pierre (1999)**: *Die Regeln der Kunst: Genese und Struktur des literarischen Feldes*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp. — **Brendel-Perpina, Ina (2019)**: *Literarische Wertung als kulturelle Praxis: Kritik, Urteilsbildung und die digitalen Medien im Deutschunterricht*. Bamberg: University of Bamberg Press. — **Brendel-Perpina, Ina / Reidelshöfer, Barbara (2019)**: Literaturkritik heute: Video-Rezensionen im Deutschunterricht. In: *MiDU*, H. 1 (2019), 112–124. DOI: 10.18716/ojs/midu/2019.1.9. — **Cramer, Florian (2014)**: What Is ‚Post-digital‘? In: *APRJA*, H. 1 (2019), 10–24. — **Eagleton, Terry (2012)**: *Einführung in die Literaturtheorie*. 5. Aufl. Stuttgart: Metzler. — **Eder, Jürgen (2021)**: Von Literatur ist alles bis Emma Angeline: ein Plädoyer für Booktube. In: *Brünner Beiträge zur Germanistik und Nordistik*, H. 1 (2021), 57–75. DOI: 10.5817/BBGN2021-1-4. — **Engelns, Markus (2021)**: Integrative Ansätze zu einer Literatur- und Medienanalyse – Oder: von den Scheinkonkurrenzen im Medienunterricht. In: Dembeck, Till / Pavlik, Jennifer (Hg.): *Medienwissenschaften und Mediendidaktik im Dialog: Zum Status Quo von Medienbildung im Deutschunterricht*. Berlin: Erich Schmidt, 113–130. — **Franck, Georg (1998)**: *Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf*. München: Hanser. — **Genette, Gérard (1992)**: *Fiktion und Diktion*. München: Brill. — **Giroux, Henry A. (1994)**: Doing Cultural Studies: Youth and the Challenge of Pedagogy. In: *Harvard Educational Review*, H. 3 (1994), 278–308. — **Glaserapp, Nicolai / Rouget, Timo (2016)**: ‚BookTube‘. Digitale Literaturkritik auf YouTube. In: Neuhaus, Stefan / Schaffers, Uta (Hg.): *Was wir lesen sollen. Kanon und literarische Wertung am Beginn des 21. Jahrhunderts*. Würzburg: K&N, 205–227. — **Grond-Rigler, Christine (2012)**: Der literarische Text als Buch und E-Book. In: Grond-Rigler, Christine / Straub, Wolfgang (Hg.): *Literatur und Digitalisierung*. Berlin: De Gruyter, 7–20. — **Hahn, Torsten (2019)**: Drucksache. Medium und Funktion der Literatur. In: *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik* H. 3 (2019), 435–449. DOI: 10.1007/s41244-019-00140-4. — **Ide, Heinz / Lecke, Bodo (Hg.) (1975)**: *Ökonomie und Literatur: Lesebuch zur Sozialgeschichte und Literatursoziologie der Aufklärung und Klassik*. Frankfurt a.M.: Diesterweg. — **Jahraus, Oliver (2010)**: Was es heißt, Literatur als Medium zu interpretieren? Zur Medialität der Literatur. In: Löck, Alexander / Urbrich, Jan (Hg.): *Der Begriff der Literatur. Transdisziplinäre Perspektiven*. Berlin: De Gruyter, 189–206. — **Kayser, Jasmin (2024)**: Über 65 Millionen Likes für ihre Buch-Tipps: Die Deutsche Jess (24) ist BookTokerin! <https://www.bild.de/unterhaltung/stars-und-leute/booktok-jess-hengel-hat-mehr-als-65-millionen-likes-674dba6e05eeae75080136a6> [10.05.2025]. — **Kepser, Matthis (2013)**: Deutschdidaktik als eingreifende Kulturwissenschaft. Ein Positionierungsversuch im wissenschaftlichen Feld. In: *Didaktik Deutsch* H. 34, 52–68. DOI: 10.25656/01:21182. — **KMK (2016)**: Orientierungsrahmen für den Lernbereich Globale Entwicklung. [https://www.kmk.org/fileadmin/veroeffentlichungen\\_beschluesse/2015/2015\\_06\\_00-Orientierungsrahmen-Globale-Entwicklung.pdf](https://www.kmk.org/fileadmin/veroeffentlichungen_beschluesse/2015/2015_06_00-Orientierungsrahmen-Globale-Entwicklung.pdf) [12.08.2025]. — **KMK (2023)**: *Bildungsstandards DEUTSCH (2022) Primarstufe und Sekundarstufe I. Beitrag zur Implementation*. Berlin: Sekretariat der Kultusministerkonferenz. — **Kónya-Jobs, Nathalie / Werner, Markus (2020)**: Ansätze zu einer multimodal orientierten Literaturdidaktik: vorgestellt am Beispiel von Social-Web-Literatur und der Jugend-Webserie DRUCK. In: *MiDU*, H.1 (2020), 1-23. DOI: 10.18716/OJS/MIDU/2020.1.6. — **Köppe, Tilmann / Winko, Simone (2008)**: *Neuere Literaturtheorien. Eine Einführung*. Stuttgart: Metzler. — **Krichel, Anne (2019)**: Visual Literacy. <https://www.kinderundjugendmedien.de/fachdidaktik/2797-visual-literacy> [30.03.2025]. — **Krommer, Axel (2020)**: Zum „Mehrwert“ digitaler Medien. Argumente gegen einen irreführenden Begriff. In: *Friedrich Jahresheft 2020*, 20–21. — **Lamping, Dieter (1996)**: *Literatur und Theorie. Poetologische Probleme der Moderne*. Göttingen: V&R. — **Lauer, Gerhard (2020a)**: Auf der Suche nach dem vertieften Lesen. Soziale Medien und das Lesen von Jugendlichen heute. In: *Der Deutschunterricht*, H. 4 (2020), 4–12. — **Lauer, Gerhard (2020b)**: *Lesen im digitalen Zeitalter*. Darmstadt: WBG. — **Leclerc, Florian (2024)**: „Man bekommt viel Liebe“ – Hashtag Booktok sorgt für Umsatz im Buchhandel. <https://www.fr.de/frankfurt/viel-liebe-auf-tiktok-93365639.html> [10.05.2025]. — **Lewin, Kurt (1951)**: VII. Problems of Research in Social Psychology. In: Cartwright, Dorwin (Hg.): *Field Theory in Social Science. Selected Theoretical Papers*. New York: Harper & Brothers, 155-169. — **Lorenz, Anne (2020)**: Bücher verschlingen oder vermessen? Die Ingebrauchnahme von Jugendliteratur in Booktubes. In: *Undercurrents. Forum für linke Literaturwissenschaft* H. 14, Online: <http://open-journal-systems.de/index.php/undercurrents/article/view/113> [31.03.2025]. — **Maier-Sohn, Kathrin (2024)**: So ist das Leben als erfolgreiche Booktokerin. <https://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.unter-30-mit-jess-hengel-aka-itsjessamess-so-ist-das-leben-als-beruehmte-booktokerin.f935470e-eaf4-48d5-9307-620cf1afd19a.html> [10.05.2025]. — **Maiwald, Klaus (2022)**: „Deutschdidaktik deutlicher auch als Mediendidaktik?“. Die Frage ist weiterhin zu stellen und weiter zu fassen. In: *Didaktik Deutsch*, H. 52 / 53, 3-9. — **Manovich, Lev (2013)**: *Software Takes Command. Extending the Language of New Media*. New York: Bloomsbury Academic. — **Martínez, Matías (2016)**: Grenzgänger und Grauzonen zwischen fiktionalen und faktualen Texten. Eine Einleitung. In: *Der Deutschunterricht*, H. 4, 2–8. — **Martínez, Matías (2021)**: Was ist und wozu dient Faktualitätskompetenz? Faktuale Erzähltexte als Gegenstand medialer Bildung. In: *MiDU*, H. 2, 1-11. DOI: 10.18716/OJS/MIDU/2021.2.2. — **Mey, Stefan (2023)**: *Der Kampf um das Internet: wie Wikipedia, Mastodon und Co. die Tech-Giganten herausfordern*. München: Beck. — **Morton, Timothy (2013)**: *Hyperobjects. Philosophy and Ecology after the End of the World*. Minneapolis: University of Minnesota. — **Nassehi, Armin (2019)**: *Muster: Theorie der digitalen Gesellschaft*. München: Beck.

—— **Neuhaus, Stefan (2022)**: *Grundriss des Interpretierens*. Stuttgart: UTB. ——— **Nymoen, Ole/Schmitt, Wolfgang M. (2022)**: *Influencer. Die Ideologie der Werbekörper*. Bonn: BpB. ——— **O.A. (2023)**: Die Stärke des BookTok-Trends. Hält der frische Wind an, den die Social-Media-App TikTok ins Buchgeschäft bläst? In: buchreport.express, H. 35, 7-8. Auch online: <https://www.buchreport.de/e-paper/buchreport-express/buchreport-express-352023/> [10.05.2025]. ——— **Pavlik, Jennifer (2022)**: ›Staunen‹ als literärästhetische Praxis zwischen Verstehen und Nichtverstehen. In: Heimböckel, Hendrick / Pavlik, Jennifer (Hg.): *Ästhetisches Verstehen und Nichtverstehen. Aktuelle Zugänge in Literatur- und Mediendidaktik*. Bielefeld: Transcript, 101–120. ——— **Penke, Niels (2019)**: #instapoetry. Populäre Lyrik auf Instagram und ihre Affordanzen. In: *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik* 3 (2019), 451–475. DOI: 10.1007/s41244-019-00143-1. ——— **Petkova-Kessanlis, Mikaela (2012)**: Die Textsorte Laien-Buchrezension. In: Di Meola, Claudio / Hornung, Antonie / Rega, Lorenza (Hg.): *Akten der 4. Tagung „Deutsche Sprachwissenschaft in Italien“- Rom, 4.-6. Februar 2010*. Berlin: Peter Lang, 213–226. ——— **Pfeiffer, Jasmin (2023)**: „BIG BOOK HAUL BABY!“ Literaturkritik auf YouTube. In: Catani, Stephanie / Kleinschmidt, Christoph (Hg.): *Popliteratur 3.0*. Berlin: De Gruyter, 233–244. ——— **Rouget, Timo (2024)**: Jugendliche literarische Sozialisation durch Medien. Von TikTok, Instagram und YouTube zum Buch. In: Carl, Mark-Oliver / Jörgens, Moritz / Schulze, Tina (Hg.): *Literarische Texte lesen – Texte literarisch lesen: Festschrift für Cornelia Rosebrock*. Berlin: Springer, 95–118. ——— **Sartre, Jean-Paul (1979)**: *Was ist Literatur? Ein Essay*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt. ——— **Schmidt, Robin (2020)**: Post-digitale Bildung. In: Demantowsky, Marko et al. (Hg.): *Was macht die Digitalisierung mit den Hochschulen?* Berlin: De Gruyter, 57–70. ——— **Schütz, Erhard / Wegmann, Thomas (1996)**: Literatur und Medien. In: Arnold, Heinz Ludwig / Detering, Heinrich (Hg.): *Grundzüge der Literaturwissenschaft*. München: DTV, 52–78. ——— **Stalder, Felix (2016)**: *Kultur der Digitalität*. Berlin: Suhrkamp. ——— **Strube, Werner (2009)**: Die Grenzen der Literatur oder Definitionen des Literaturbegriffs. In: Winko, Simone / Jannidis, Fotis / Lauer, Gerhard (Hg.): *Grenzen der Literatur*. Berlin: De Gruyter, 45–77. ——— **United Nations (2015)**: Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development. <https://undocs.org/en/A/RES/70/1> [12.08.2025]. ——— **White, Hayden (1973)**: Interpretation in History. In: *New Literary History*, H. 2 (1973), 281–314. ——— **Winko, Simone (2016)**: Literatur und Literaturwissenschaft im digitalen Zeitalter. Ein Überblick. In: *Der Deutschunterricht*, H. 5 (2016), 2–13. ——— **Worthmann, Friederike (2004)**: *Literarische Wertungen. Vorschläge für ein deskriptives Modell*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag. ——— **Youtube**: [https://www.youtube.com/intl/de\\_ALL/creators/how-things-work/getting-started/](https://www.youtube.com/intl/de_ALL/creators/how-things-work/getting-started/) [30.03.2025]. ——— **Zillien, Nicole (2019)**: Affordanz. In: Liggieri, Kevin / Müller, Oliver (Hg.): *Mensch-Maschine-Interaktion: Handbuch zu Geschichte – Kultur – Ethik*. Stuttgart: Metzler, 226–228. ——— **Zipfel, Frank (2014)**: 5. Fiktionssignale. In: Klauk, Tobias / Köppe, Tilmann (Hg.): *Fiktionalität. Ein interdisziplinäres Handbuch*. Berlin: De Gruyter, 97–124.

## ÜBER DEN AUTOR

Dr. Lucas Alt ist wissenschaftlicher Mitarbeiter für Literatur- und Mediendidaktik an der Universität Bielefeld. Seine Forschungsschwerpunkte sind Digitalisierung und Literaturunterricht, Literarische Ökonomik und ihre Didaktik, Literaturdidaktik und BNE.