Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin

Band: 83 (1957)

Heft: 3

Illustration: Heb Sorg Mathilde bi dr Abfahrt, dini Uusrüschtig hät ales in alem zweituusig Schtutz koscht!

Autor: Sigg, Hans

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Siehe Rechtliche Hinweise.

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. Voir Informations légales.

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. See Legal notice.

Download PDF: 21.05.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

PHILIUS kommentiert

Es gibt Verleger, die nicht Bücher herausgeben, welche ihnen von Autoren angetragen worden sind, sondern die Bücher animieren. Sie wissen, was zieht, was en vogue ist, und nun beauftragen sie solche Autoren mit der Aufgabe, die ebenso geschäftstüchtig sind wie sie, die Verleger. Man weiß, daß diese oder jene Region im Augenblick viel bereist wird, und schon hat man den Plan gefaßt, über diese Region ein Buch schreiben oder ein Photoalbum zusammenstellen zu lassen. Man weiß, daß Karikaturen im Schwange sind, und schon muß ein Irgendjemand eine Karikatursammlung zusammenklittern. Es gibt Bücher, die zu Bestsellern geworden sind, und schon variiert man ein klein wenig das Thema und gibt darüber eine Neuerscheinung heraus. Es geht so weit, daß Verleger mit gangbaren Neuerscheinungen zu Autoren kommen: «Können Sie nicht etwas Derartiges schreiben?»

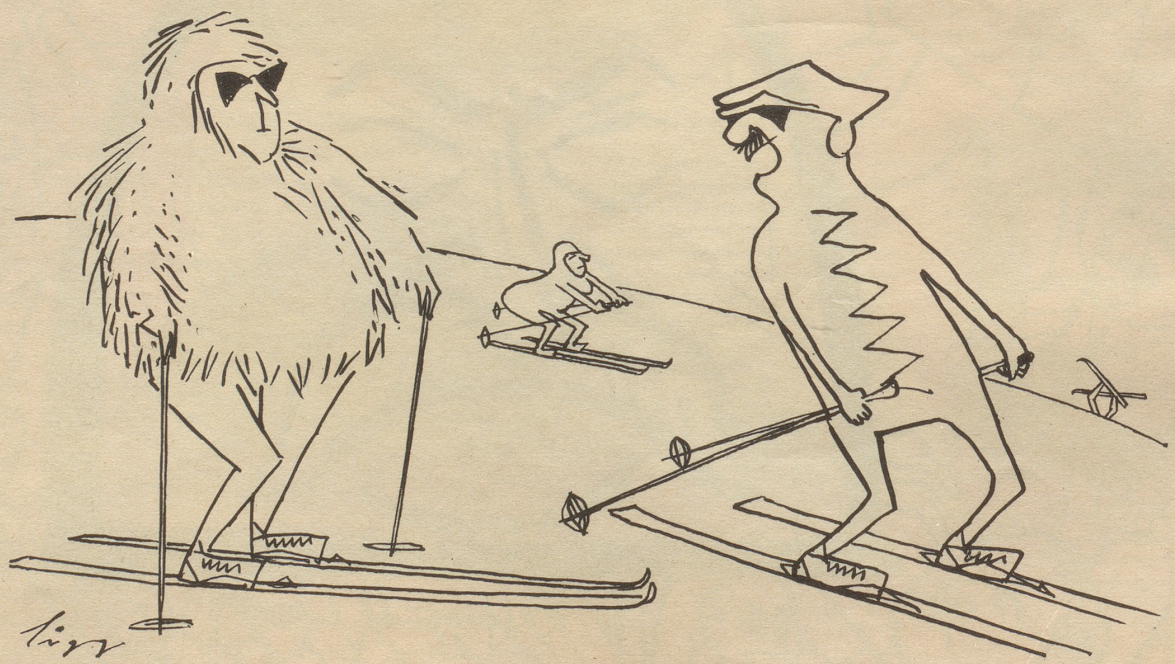
Der Verlag richtet sich also nach der Nachfrage, und man vergißt es, daß diese Nachfrage einmal durch ein bestimmtes Buch geweckt worden ist, das ein Erlebnis und eine wirkliche schöpferische Leistung war, die nicht mehr nachgeahmt werden kann. Es gab einmal ein gutes Zirkusbuch, und dann erschienen die Verleger auf dem Plan, die am laufenden Bande Zirkusbücher edierten. Einmal hatte, fast wider Erwarten, ein religiöses Motiv buchhändlerischen Erfolg, und schon setzte der Handel mit religiösen Motiven ein. Wir haben eine Parallelerscheinung zu gewissen Filmerfolgen. Ein Gruselfilm zog, und sogleich ging die Filmproduktion zu einer serienweisen Produktion von Gruselfilmen über, bis der Bedarf erschöpft war. In der Regel ist das erste Buch des Genres das werthaltige. Der Erfinder des Genres ist schöpferisch; ihn drängt es, Neuland zu betreten, und er bringt die ganze Frische und Einfallskraft eines Pioniers mit. Er schreibt oder photographiert sein Buch, weil er einen innern Auftrag hat. Er besitzt die Phantasie, Schönheit und Wichtigkeit seines Neugebietes zu erkennen und vorauszuahnen. Er geht ganz vom persönlichen, einmaligen Erlebnis aus. Er bringt den Mut mit, etwas zu kreieren. Er glaubt an seine Sache, und zwar in einem Augenblick, da der Erfolg noch nicht feststeht und noch nicht durch Markterfahrung erhärtet ist.

Es kann sein, daß Verleger mit ihren Aufträgen Glück haben, daß sie an einen Autor oder Photographen herantreten, der den Auftrag nicht nur automatisch erledigt, sondern ihn so ausführt, als hätte das Buch schon längst zu seinen heimlichen Schaffenswünschen gehört. Aber viel mehr tritt das ein, daß der Beauftragte sich mehr von der Ehre des Auftrags oder dem geschäftlichen Erfolg locken läßt. Er läßt sich vom Ehrgeiz leiten, er steigert sich durch den Auftrag in Pseudoschöpferwonnen hinein, er sieht ein lockendes Honorar, sieht gute Rezensionen vor sich. Seine Arbeit braucht keine schlechte zu sein, aber sie hat das Krampfhafte oder Erzwungene einer Auftragsarbeit, wobei der Auftrag eben nicht von innen, sondern von außen her gekommen ist.

Es ist nicht mehr so, daß man zuerst die schöpferische Arbeit vollendet und dann für sie den Apparat schafft, sondern man hat zuerst den Apparat (Druckerei, Verlag, Buchhandel etc.) und will nun diesem Apparat, diesem Moloch, etwas zu fressen geben.

Ich möchte nicht etwa am Literarischen exemplifizieren, sondern am Thema des Photobuches. Photoalben sind Mode. Man sucht die Bücher mit den Augen und nicht mit dem Geist. Man hat in einer Illustrierten, einem Werbe-Inserat, einem Schaufenster gute Bilder gesehen (vielleicht auch nur effektvolle), und nun in dem hastigen Augenblick einer Geschenkswahl wählt man das, was so offenkundig effektvoll zum Auge spricht. Meine Tante liebt Katzen, was läge näher als der Kauf eines Katzenbuches? Mein Vetter liebt Hunde, also ein Hundebuch, möglichst mit vielen Bildern, und wenn der Begleittext kynologisch eine Schauderbarkeit ist, was tut's, wenn nur die Bilder sprechen. Wenn nur von den Bildern uns die Hunde möglichst rührend anschauen. Die Bildqualität spielt oft fast keine Rolle, man springt ganz einfach auf das Thema an. Daß gute Photobücher ihre Käufer finden, daß unsere wertvollen Photographen geschätzt und gekauft werden, ändert nichts an der Tatsache, daß schlechte und mittelmäßige Photoalben noch reißenderen Absatz finden.

Wir meinen also: an der Wurzel so vieler Bücher steht nicht mehr das schöpferische Erlebnis, sondern der Auftrag, der Ehrgeiz und das Geschäft.



«Heb Sorg Mathilde bi dr Abfahrt, dini Uusrüschtig hät ales in alem zweituusig Schtutz koscht!»