

Welch Gegentrend: In Amerika schießen kleine Buchläden aus dem Boden, und auf der Teenie-Plattform werden literarische Bestseller gemacht.

## Sensation: Die Leseratte ist in den USA und auf TikTok zu Hause

### SUBTEXT

VON KARL GAULHOFER

**S**o sehen wir es gewöhnlich, in der Abenddämmerung des Abendlandes: Die Menschen lesen immer weniger Bücher, und wenn, dann nur noch als E-Book. Alles Gedruckte hat bald ausgedient, Buchhandlungen gehen ein, es wird ja nur mehr online bestellt, bei Amazon.

Dort steht: „Kunden, die Artikel in Ihrem Einkaufswagen gekauft haben, haben auch Folgendes gekauft“, und da klicken wir dann drauf, zu Hause auf der Couch, so praktisch, so einsam. Und weil ja alles in unserer atomisierten Digitalwelt aus den USA kommt, ist auch diese Entwicklung dort sicher schon viel weiter fortgeschritten – for better or for worse.

Aber mal ehrlich: Wollen Sie sich wirklich von einem anonymen Algorithmus einreden lassen, welches Buch Sie als nächstes lesen? Und wenn nein: Ticken die Amerikaner so anders? Eine Überraschung, jüngst zu lesen in der „New York Times“: Der Absatz gedruckter Bücher stieg bei ihnen im Jahr 2020. Das war kein Lockdown-Sondereffekt, denn im Jahr darauf legte er weiter zu, um zehn Prozent. Noch unglaublicher: Überall in den USA schießen kleine, unabhängige Buchläden aus dem Boden. Heute gibt es davon um 300 mehr als vor zwei Jahren, 200 weitere machen bald auf. Warum? Brancheninsider haben eine vorgestrig klingende Erklärung parat: Menschen wollen, dass echte Menschen ihnen Bücher empfehlen, in leibhafter Präsenz, in unmittelbarer räumlicher Nähe und aus eigenem Mund. Wer hätte das gedacht.

Dieser Trend bewirkt auch, dass eine Speerspitze der digitalen Innovation durch fast schon missbräuchliche Nutzung abstumpft. TikTok, das soziale Netzwerk aus China, ist bekanntlich der liebste Tummelplatz der Teenager. Bisheriger Hauptzweck (zugegeben polemisch formuliert): Junge Menschen, denen fad ist, machen sich aus freien Stücken lächerlich, indem sie in musikalisch untermalten Kurzvideos vor laufender Kamera herumhopsen.

**Die uralte Mundpropaganda lebt wieder auf: Als schwingt man ein Laserschwert, um ein Lagerfeuer zu entzünden.**

Aber was tun sie nun? Sie formieren sich, unter dem Hashtag #BookTok, zu Lesezirkeln. Bücher besprechen, wie bieder ist das denn! Freilich informieren sie oft wenig über Autor, Inhalt oder Schreibstil, wie in einer Rezension oder Literatursendung. Vielmehr vermitteln sie ihre Gefühle beim Lesen. Besonders emotional geht es in den populärsten Videos zu: Da wird ein Roman, der genervt hat, mit theatralischer Geste in eine Ecke gepfeffert. Wenn aber etwas gefallen hat, fließen Tränen der Rührung und Begeisterung. Da denkt sich der Betrachter: Das will ich auch erleben. Schon gekauft! Wir müssen erkennen: Am Werke ist hier, in technologisch zeitgemäßem Gewand, ein schon in der Steinzeit gebräuchlicher Kommunikationsmechanismus – die Mundpropaganda. Es ist, als würde man ein Laserschwert schwingen, um ein Lagerfeuer zu entzünden.

Am häufigsten abgefeiert werden Titel aus den Genres Jugend, Fantasy, Science-Fiction und „Romance“. Aber auch Klassiker wie der „Große Gatsby“. Immer mehr Erwachsene machen mit, eloquente Vielleser kommen auf 50.000 bis 100.000 Follower, sind also literarische Influencer. So hat sich BookTok in nur eineinhalb Jahren zum wichtigen Erfolgsfaktor des US-Verlagswesens entwickelt. Und zum Bestseller-generator: Unter den US-Top-Ten der gedruckten Bücher stammen heuer vier von Colleen Hoover, einer von BookTok „gemachten“ Autorin. Marktforscher rechnen vor: 20 Millionen Bücher zusätzlich wurden 2021 dank dieser Plattform auf dem US-Markt zusätzlich verkauft. 2022 sind es bis dato bereits 30 Millionen. Noch nie hatte ein soziales Netzwerk einen solchen Einfluss auf Buchverkäufe, resümiert die „New York Times“.

Was sich in Amerika tut, kommt bald auch zu uns. Nur wir Feuilletonredakteure dürfen darüber klagen, weil man womöglich künftig unsere fein ziselierten Buchbesprechungen wegen frischer Konkurrenz weniger liest. Für alle anderen aber dürfen wir verkünden: Das Abendland ist, einmal mehr, vorerst gerettet.

E-Mails an: [karl.gaulhofer@diepresse.com](mailto:karl.gaulhofer@diepresse.com)

## Sensation: Die Leseratte ist in den USA und auf TikTok zu Hause



### A) Vor dem Lesen

- Sehen Sie sich auf der Social-Media-Plattform TikTok drei Videos unter dem Hashtag #Booktok an, die Sie ansprechen und konkrete Buchtipps präsentieren.
- Fassen Sie den Inhalt dieser Kurzvideos zusammen. Nennen Sie in diesem Zusammenhang auch das Buch bzw. die Bücher, um die es geht.
- Ordnen Sie die in den Videos vorgestellten Bücher in Genres ein.
- Tauschen Sie sich mit einer Partnerin bzw. einem Partner über die Bücher und Genres aus, die Sie gesammelt haben. Würden Sie die vorgestellten Bücher gerne lesen? Begründen Sie Ihre Antwort.



### B) Textbearbeitung

- Lesen Sie den Text von Karl Gaulhofer „Sensation: Die Leseratte ist in den USA und auf TikTok zu Hause“.
- Finden Sie für die untenstehenden Adjektive entsprechenden Synonyme im Text.
  - anständig, einfältig: .....
  - unnatürlich, affektiert: .....
  - bissig, überspitzt: .....
- Entscheiden Sie, welches rhetorische Stilmittel die folgenden Textpassagen jeweils beinhalten.
  - „[D]a klicken wir zu Hause auf der Couch, so praktisch, so einsam.“
  - „Dieser Trend bewirkt auch, dass eine Speerspitze der digitalen Innovation durch fast schon missbräuchliche Nutzung abstumpft.“
  - „TikTok, das soziale Netzwerk aus China, ist bekannt als der liebste Tummelplatz der Teenager.“

- Diskutieren Sie folgende Aussagen aus dem Text im Hinblick darauf, was der Autor damit aussagen möchte.
  - „Alles Gedruckte hat bald ausgedient, Buchhandlungen gehen ein, es wird ja nur mehr online bestellt, bei Amazon.“
  - „Es ist, als würde man ein Laserschwert schwingen, um ein Lagerfeuer zu entzünden.“
  - „Nur wir Feuilletonredakteure dürfen darüber klagen, weil man womöglich künftig unsere fein ziselierten Buchbesprechungen wegen frischer Konkurrenz weniger liest.“



### C) Textproduktion

Lesen Sie den Artikel „Sensation: Die Leseratte ist in den USA und auf TikTok zu Hause“ von Karl Gaulhofer aus der Tageszeitung „Die Presse“. Verfassen Sie eine **Textanalyse**.

- Benennen Sie das Thema des Textes.
- Analysieren Sie den Einsatz sprachlicher Mittel.
- Erläutern Sie die Funktion und Wirkungsweise des Textes auf die Leserinnen und Leser.

Schreiben Sie zwischen 405 und 495 Wörter. Markieren Sie Absätze mittels Leerzeilen.



### D) Weiterführende Aufgaben

- Suchen Sie sich ein Buch aus, das Sie kürzlich gelesen haben oder das Sie besonders gerne mögen. Nehmen Sie dann ein eigenes BookTok-Video auf, in dem Sie Ihren Zuseherinnen und Zusehern das Buch vorstellen. Das Video sollte maximal 60 Sekunden lang sein.
- Sehen Sie sich die Videos Ihrer Mitschülerinnen und Mitschüler an. Erstellen Sie anhand der Empfehlungen einen sogenannten „TBR-Bookshelf“ (etwa in Form einer Leseliste), um festzuhalten, welche Bücher Sie in naher Zukunft gerne lesen möchten.

