

„Die OCR Lizenz "Text-Genius" ermöglicht ein flexibles Lesen vieler Schriftarten (Fonts) ohne aufwändiges Einlernen. Zum Erzielen stabiler Leseergebnisse bei der Texterkennung müssen nur wenige, einfache Parameter gesetzt werden.“
(Produktbeschreibung des Texterkennungssystems SIMATIC MV440 von Siemens)

In einer Zeit, in der *big data* und Algorithmen zunehmend unsere Lebenswelt bestimmen und in der Lesen immer häufiger als Synonym für Texterkennung verwendet wird, möchten wir den Blick auf individuelle Leserinnen und Leser richten. Die Fokussierung auf möglichst große Datenmengen und auf die technischen Möglichkeiten, Textbausteine semantisch zu erfassen, ist der Tatsache geschuldet, dass diese Ausrichtung ökonomisch verwertbar ist. Nun möchten wir nicht dazu beitragen, dass sich existierende Fronten in der Diskussion um das Lesen weiter verhärten: hier ökonomisch verwertbare Konzeptionen des Lesens, dort idealisierte Vorstellungen des Lesens als verschwenderisches Privatvergnügen.

Statt dessen möchten wir herausstellen, dass jedes Lesen immer auch eine ökonomische Komponente im Sinne eines volkswirtschaftlichen Effekts hat – sowohl mikroökonomisch auf der Ebene des Kaufs eines Buches oder des Herunterladens eines *e-books*, als auch makroökonomisch auf der Ebene der Printmedien und des Verlagswesens. In diesem Zusammenhang möchten wir folgende Fragen in den Mittelpunkt rücken: Was wissen wir überhaupt über die Ökonomie des Lesens als Tätigkeit jenseits dieser volkswirtschaftlichen Zusammenhänge? Und können wir eine Ökonomie des Lesens denken, die sich nicht im Fahrwasser einer Texterkennung bewegt?

Unser Interesse gilt insbesondere dem Lesen als kulturtechnische und kulturspezifische Ökonomie, also individuellen Lesegewohnheiten und Lesepraktiken, die Lesezeit und Lesefrüchte in Beziehung zueinander setzen. Wir möchten Lesen aus der Perspektive des Begriffs *οικονομία* betrachten und den Fokus auf das Zusammenspiel zwischen fachspezifisch vermittelten und individuellen Leseprozessen richten. Dabei stellt sich auch die Frage, inwieweit philologische Herangehensweisen Leserinnen und Leser in ihrer individuellen Interaktion mit Texten gleichschalten. Diese Frage beleuchten wir anhand von Augenbewegungsdaten und Gedächtnisprotokollen, die Einblicke in das Leseverhalten von Studierenden in den Philologien erlauben. Die Analyse dieser Daten legt nahe, dass individuelles Lesen nicht nur aufgrund des Primats der *big data* zunehmend ökonomisiert wird, sondern, so unsere zentrale These, dass auch die philologische Tradition selbst zu dieser Ökonomisierung beiträgt. Ausgangspunkt für diese These ist die Frage: Können wir Lesen überhaupt außerhalb ökonomischer Kategorien denken? Und sollte uns als Philologinnen und Philologen die ökonomische Komponente des individuellen Lesens nicht auch anregen, einen erweiterten Begriff von Ökonomie in der Gesellschaft stark zu machen, der inter-individueller Varianz eine zentrale Rolle zuschreibt?

Elkins, James. "Aesthetics and the Two Cultures. Why Art and Science Should be Allowed to Go Their Separate Ways." *Rediscovering Aesthetics. Transdisciplinary Voices from Art History, Philosophy and Art Practice*. Ed. Francis Halsall, Julia Jansen, and Tony O'Connor. Stanford: Stanford University Press, 2009. 34-50.

Grösser, Helmut. *Lesen als Bedürfnis: eine absatzwirtschaftliche Untersuchung der hinter dem Lesen stehenden Bedürfnisstrukturen*. Wiesbaden: Harrassowitz, 1986.

von Hayek, Friedrich August. *Individualismus und wirtschaftliche Ordnung*. Zürich: Eugen Rentsch Verlag, 1952.

Maintz, Christian. "Peter Handkes Poetik der Aufmerksamkeit." *Aufmerksamkeit, Medien und Ökonomie*. Hg. von Joan Kristin Bleicher und Knut Hickethier. Münster: Lit-Verlag, 2002. 167-178.

Mikics, David. *Slow Reading in a Hurried Age*. Cambridge, Mass: Harvard University Press, 2013.

Sheehan, Paul. "Continental Drift: The Clash Between Literary Theory and Cognitive Literary Studies." *Mindful Aesthetics: Literature and the Science of Mind*. Ed. Chris Danta and Helen Groth. London: Bloomsbury, 2014. 47-58.