

Vorwort: Zum Problem einer Einführung in die Rezeptionsforschung	9
Kapitel 1: Komponenten schriftlicher Kommunikation .	11
1.1 <i>Besinnung auf die eigene Kommunikationssituation (Propädeutik)</i>	11
1.2 <i>Autor und Leser als kommunikationstheoretische Kategorien</i>	16
1.2.1 Der Autor	16
1.2.2 Der Leser	23
1.2.3 Die Instanzen der Autor- und Leserseite (Schema)	25
1.2.3.1 Erläuterungen zum Schema	26
1.2.3.2 Terminologische Klärungen	27
1.2.3.2.1 Der Adressat	27
1.2.3.2.2 Der ideale Leser	28
1.2.3.2.3 Der intendierte Leser	28
1.2.4 Beziehungen zwischen den Instanzen	29
1.2.4.1 Parallelen und hierarchische Beziehungen	29
1.2.4.2 Vermittlungsprobleme	30
1.2.4.2.1 Das Verhältnis der fiktiven Ebene zu den beiden anderen Ebenen	30
1.2.4.2.2 Das Verhältnis zwischen dem realen Autor und dem abstrakten Autor	34
1.2.4.2.3 Das Verhältnis zwischen dem realen Leser und dem impliziten Leser	36
1.2.4.2.4 Das Verhältnis zwischen dem realen Autor und den realen Lesern	37
Kapitel 2: Rezeptionsforschung – Versuch eines systematischen Aufrisses	39
2.1 <i>Die Erforschung der Autorinstanzen</i>	39
2.1.1 Der reale Autor	39
2.1.2 Der abstrakte Autor	40
2.1.3 Der fiktive Autor	40

2.2	<i>Die Erforschung der Leserinstanzen</i>	41	X
2.2.1	Der fiktive Leser	41	
2.2.2	Der implizite Leser	41	
2.2.3	Der reale Leser	42	X
2.3	<i>Rezeptionsästhetik contra Rezeptionsgeschichte</i>	43	
2.3.1	Impliziter Leser contra realer Leser	43	
2.3.2	Rezeptionsästhetik	43	
2.3.3	Rezeptionsgeschichte (Der Entwurf von H. R. Jauff) ...	45	
2.3.4	Verbindung von Rezeptionsästhetik und Rezeptionsgeschichte	48	
2.4	<i>Makrokommunikation zwischen Autor und Leser</i>	52	
2.4.1	Rückkoppelung – ein Beispiel (>Werther<)	53	
2.4.1.1	Rezeptionsästhetische Analyse	54	
2.4.1.2	Die Kommunikationssituation	56	
2.4.1.3	Rückkoppelung: Der Autor als Rezipient von Publikumsreaktionen	56	
2.4.1.4	Historische Voraussetzungen der Fehlrezeptionen	58	
2.4.1.5	Rückkoppelung: Differenzierungen	59	
2.4.1.6	Das intendierte Publikum (die Adressaten)	59	
2.4.1.7	Rückkoppelung: Folgen	60	
2.4.2	Rückkoppelung: Versuch einer Typenbildung	61	
2.4.2.1	Rezeptionserfolg	62	
2.4.2.2	Fehlrezeption	62	
2.4.2.3	Esoterische und pädagogische Nichtanerkennung der Ansprüche des Publikums	63	
2.5	<i>Die Rücksicht auf das Publikum, oder: Der konditionierte Autor</i>	64	
2.5.1	Unterhaltungsliteratur	65	
2.5.2	Kolportageliteratur	67	
2.5.3	Die Unterscheidung von Unterhaltungsliteratur und Kolportageliteratur	70	
2.5.4	Historische Begründung der Unterscheidungen	72	
2.5.5	Ästhetik der Identität und Ästhetik der Gegenüberstellung	77	
2.6	<i>Der konditionierte Leser</i>	81	
2.6.1	Vorschläge für die Beschreibung individueller Kompetenzbildung	81	

2.6.2	Historische Konditionierung des Publikums	83
2.6.2.1	Späte Rezeptionserfolge	83
2.6.2.2	Spätere Fehlrezeptionen	84
2.7	<i>Rezipientenschichten</i>	85
2.7.1	Produktive Rezeption	86
2.7.1.1	Der Autor als Leser	86
2.7.1.2	Aneignung von Tradition	88
2.7.2	Reproduzierende Rezeption	89
2.7.2.1	Literaturwissenschaft	89
2.7.2.2	Literaturkritik	90
2.7.2.3	Inszenierungen	91
2.7.2.4	Bearbeitungen	91
2.7.2.5	Der »mediale Ort«	92
2.7.3	Rezeptionsentscheidungen	93
2.7.3.1	Lektüreangebote und -empfehlungen	93
2.7.3.2	Rezeptionsbehinderungen	94
2.7.3.3	Textherstellung	95
2.7.3.3.1	Edition	95
2.7.3.3.2	Material, Technik und Ökonomie der Textherstellung	97
2.7.4	Passive Rezeption	98
2.7.4.1	Historische Wirkungsforschung	99
2.7.4.2	Empirische Wirkungsforschung	101
2.7.4.2.1	Buchmarktforschung	101
2.7.4.2.2	Literaturpädagogische Forschungen	102
2.7.4.2.3	Wirkungsanalyse – Beispiel und Folgerungen	103
2.7.4.2.3.1	Einschränkung des Gegenstandes	103
2.7.4.2.3.2	Rezeptionssteuerung durch den Fragebogen	105
2.7.4.2.3.3	Semantische Differenzierung, Polaritätenprofil	106
2.7.4.2.3.4	Assoziationsräume	107
2.7.4.2.3.5	Allgemeine Ergebnisse zum Verhältnis zwischen Textstruktur und Rezeption	108
Kapitel 3: Rezeptionstheoretische Modelle		113
3.1	<i>Grundriß erkenntnistheoretischer Positionen</i>	113
3.1.1	Positivismus	113
3.1.2	Transzendente Erkenntnistheorie	113
3.1.3	Hermeneutik	114
3.1.4	Semiotik	115
3.2	<i>Rezeptionsmodelle</i>	116

3.2.1	Objektive (materiale) Ästhetik	116
3.2.2	Das phänomenologische Modell	118
3.2.2.1	Allgemeine Charakteristik	118
3.2.2.2	Schematisierte Ansichten	119
3.2.2.3	Adäquate Konkretisation	121
3.2.3	Hermeneutik	123
3.2.3.1	Traditionelle Hermeneutik: Das Ganze und die Teile	123
3.2.3.2	Hans-Georg Gadamers »philosophische Hermeneutik«	124
3.2.3.2.1	Hermeneutik des Daseins: Verstehen als Sich-Verstehen ..	124
3.2.3.2.2	Wirkungsgeschichte als Überlieferungsgeschehen	124
3.2.3.2.3	Wahrheit contra Methode	125
3.2.3.2.4	Latenter Subjektivismus	127
3.2.3.2.5	Die »Kunst der Interpretation«	129
3.2.3.3	Von der Wirkungsgeschichte zur Rezeptionsgeschichte: Hans Robert Jauss	129
3.2.4	Semiotische Modelle	131
3.2.4.1	Subjektorientierte Literaturbetrachtung	131
3.2.4.2	Strukturelle Semiotik: Jan Mukařovský	135
Kapitel 4: Das Problem der adäquaten Konkretisation ...		142
4.1	<i>Rezeptionstypen</i>	142
4.1.1	Adäquate Konkretisation im engeren Sinn	142
4.1.2	Adäquate Konkretisation im weiteren Sinn	144
4.1.3	Anschließung	145
4.2	<i>Ein Beispiel</i>	145
4.3	<i>Versuch eines Fazits aus kommunikationsorientierter Sicht</i>	153
4.3.1	Adäquate Konkretisation: Verstehen und Werten	153
4.3.2	Synthetische Konkretisation	157
4.3.3	»Normalisierung«	160
4.3.4	Schlußüberlegung	161
Anmerkungen		163
Anhang 1: Textnachweise		172
Anhang 2: Lektürehinweise		172
Anhang 3: Literaturverzeichnis		173
Anhang 4: Autorenregister		181