

Inhalt

I. Einleitung	7
1. Mitspieler des Literaturbetriebs	7
2. Der ausdifferenzierte und professionalisierte Literaturbetrieb der Gegenwart	9
3. Der selbstreflexive Literaturbetrieb	12
4. Annäherungen an eine Theorie des Literaturbetriebs	15
II. Der Autor	20
1. Der Autor als Marke	20
2. Zur Geschichte des Autors	24
3. Autorenvereinigungen	29
4. Der Übersetzer als Autor	34
III. Literaturförderung	40
1. Wer fördert auf welche Weise und zu welchem Zweck Literatur?	40
2. Literaturpreise, Wettbewerbe, Stipendien	43
3. Kanonbildung	48
4. Der Literaturbetrieb in seinen Institutionen	52
IV. Literaturkritik	57
1. Literaturkritik – kleine Berufskunde	57
2. Geschichte der Literaturkritik	59
3. Was ist ein guter Roman? Zur Frage der Wertung	62
4. Debattenkultur	65
5. Literaturkritik und Journalismus	73
V. Verlagswesen und Buchhandel	77
1. Geschichte und Struktur des Verlags	77
2. Verlagskonzerne und Independent Verlage	82
3. Die neuen Mittler – Agenturen	84
4. Organisations- und Vertriebsstruktur des Buchhandels	86
5. Was verkauft der Buchhandel?	89
VI. Medien und Literaturbetrieb	94
1. Lesekulturen	94
2. Literatur in traditionellen Printmedien	98
3. Literatur und die Massenmedien Rundfunk und Fernsehen	101
4. Literatur im Internet	106
5. Digitalisierung: E-Book und Googles Buchsuche	108
6. Der Literaturbetrieb als Event: die Lesung	113

6 Inhalt

VII. Literatur oder Betrieb?	118
1. Gegenwartsliteratur und Gegenwartsliteraturbetrieb	118
2. Wann endet die digitale Revolution?	122
Literaturverzeichnis	126
Weblinks	133
Abbildungsnachweis	135
Namenregister.	136
Sachregister	140