

Evelin Alexandra Urban

Literaturkritik für das Internet

Online-Publikation im

Verlag LiteraturWissenschaft.de

Marburg 2007

INHALTSVERZEICHNIS

1.	EINLEITUNG: HINTERGRUND UND ZIELSETZUNG DER ARBEIT.....	4
2	DAS INTERNET ALS PUBLIKATIONSMEDIUM FÜR LITERATURKRITIK.....	7
2.1.	VIRTUELLE LITERATURKRITIK: UNTERSCHIEDE ZUR PUBLIKATION IN PRINTMEDIEN.....	7
2.2.	SUCHMASCHINEN – DIE ELEKTRONISCHE HILFE BEI RECHERCHEN	11
2.3.	AKTUALITÄT UND QUALITÄT: MEDIAL BEDINGTE AUSWIRKUNGEN AUF DIE TEXTSORTE LITERATURKRITIK.....	15
3.	VERFASSER UND ADRESSATEN VON LITERATURKRITIK IM WORLD WIDE WEB	19
3.1.	TRADITIONELLES KRITIKER-VERSTÄNDNIS UND QUALIFIKATION DER INTERNET- REZENSENTEN.....	19
3.2.	DIE DEMOKRATISIERUNG DER LITERATURKRITIK: VOM EINFLUSS DER REZIPIENTEN ...	21
4.	DEUTSCHSPRACHIGE REZENSIONSFORUMS UND ‚BÜCHERSEITEN‘	24
4.1.	REDAKTIONELL BETREUTE WEBSITES FÜR REZENSIONEN UND LITERATURKRITIK	24
4.1.1.	ALLGEMEINE THEMISCHE TENDENZEN UND SELEKTIONSKRITERIEN.....	25
4.1.2.	BUCHBESPRECHUNG, KLAPPENTEXT ODER INHALTSANGABE? ZUR AUFMACHUNG DER REZENSIONEN	26
4.1.3.	DER KRITIKER ALS ‚ICH‘: BESCHREIBUNG SUBJEKTIVER LESEERFAHRUNGEN.....	30
4.1.4.	MEHRFACHBESPRECHUNGEN ALS NONVERBALER WERTUNGSAKT	33
4.1.5.	DIE SPRACHLICHE WERTUNG UND ‚GUT GEMEINTE RATSCHLÄGE‘:	36
4.2.	LITERATURKRITIK IN ZEITSCHRIFTEN UND ONLINE-MAGAZINEN.....	40
4.2.1.	THEMATISCHE BANDBREITE DER RUBRIKEN	41
4.2.2.	ALTERNATIVES REZENSIEREN IN GASTKRITIKEN.....	44
4.2.3.	REDAKTIONSBEITRÄGE: DER KRITIKER IM PLURAL.....	47
4.2.4.	PROVOKATION DURCH IRONIE.....	48
4.2.5.	AUTORENPORTRÄTS UND PROBLEMORIENTIERTE REZENSIONEN.....	50
4.2.6.	LITERATURKRITIK AUF EINEN BLICK	52
4.3.	KRITIK UND WISSENSCHAFT: REZENSIONSFORUMS AN UNIVERSITÄTEN	54
4.3.1.	ABGRENZUNG: FEUILLETONISTISCH UND WISSENSCHAFTLICH	55
4.3.2.	FORMALE VORSCHRIFTEN FÜR REZENSIONEN	58
4.3.3.	WISSENSCHAFTLICHE SACHLICHKEIT UND KULTURJOURNALISTISCHE POLEMIK.....	59
4.3.4.	WAS BEDEUTET ‚PROFESSIONELLE‘ LITERATURKRITIK?.....	64
4.4.	‚LAIENKRITIK‘: REZENSIEREN ALS HOBBY AUF HOMEPAGES	66
4.4.1.	GUTE BÜCHER - SCHÖNE BÜCHER - LIEBLINGSBÜCHER.....	68
4.4.2.	MANIFEST DES UNWISSENS.....	70
4.4.3.	‚TOP‘ ODER ‚FLOP‘: ZUM KRITISCHEN LAIENVOKABULAR	72
4.4.4.	BUCHWERTUNG NACH SCHULNOTEN	73

4.4.5. <i>KOMMUNIZIEREN UND INFORMIEREN</i>	74
4.5. ONLINE-BUCHHANDEL: LITERATURKRITIK ALS WERBETRÄGER?	76
4.5.1. <i>„EVENT-SHOPPING“ IM INTERNET</i>	78
4.5.2. <i>DER KUNDE ALS BUCHHÄNDLER</i>	79
4.5.3. <i>REZENSIONEN ALS VERKAUFSSTRATEGIE</i>	83
5. FUNKTIONEN HEUTIGER LITERATURKRITIK IM INTERNET	86
5.1. ZWISCHEN TRADITION UND INNOVATION	86
5.1.1. <i>INFORMIERENDE ORIENTIERUNGSFUNKTION</i>	87
5.1.2. <i>SELEKTIONSFUNKTION</i>	88
5.1.3. <i>DIDAKTISCH-VERMITTELNDE FUNKTION FÜR DAS PUBLIKUM</i>	89
5.1.4. <i>DIDAKTISCH-SANKTIONIERENDE FUNKTION FÜR LITERATURPRODUZENTEN</i>	91
5.1.5. <i>REFLEXIONS- UND KOMMUNIKATIONSSTIMULIERENDE FUNKTION</i>	92
5.1.6. <i>UNTERHALTUNGSFUNKTION</i>	93
5.2. NEUE FUNKTIONEN DER LITERATURKRITIK IM INTERNET	95
5.2.1 <i>WERBEFUNKTION</i>	95
5.2.2. <i>GESELLSCHAFTLICH-INTEGRIERENDE FUNKTION</i>	97
6. FAZIT: WIRKT DIE INTERNET-KRITIK NOCH ALS „GATEKEEPER“ DER LITERATUR?.....	100
7. LITERATUR.....	105
7.1. FORSCHUNGLITERATUR.....	105
7.2. ELEKTRONISCHE QUELLEN: INTERNETSEITEN UND ADRESSEN	106
7.2.1. <i>REZENSIONEN AUS DEM INTERNET</i>	109