

**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 REZENSIONSFÖREN 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: REZENSIONSFÖREN 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