

Europäische Hochschulschriften

Deutsche Sprache und Literatur



Klaus Bichler

Selbstinszenierung im literarischen Feld Österreichs

Daniel Kehlmann und seine mediale Inszenierung
im Bourdieu'schen Feld

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	11
Bourdieu und das Feld.....	17
Feldtheorie – Eine kurze Einführung	17
Das literarische Feld.....	21
Die Kämpfe um die Position	23
Die Mittel der Positionierung.....	25
Konsekrationsmechanismen.....	27
Kritik an Bourdieus Feldtheorie.....	31
Das literarische Feld in Österreich um das Jahr 2000.....	37
Seitenblick: Deutschland.....	37
Die österreichischen Rahmenbedingungen	38
Das österreichische Feld um das Jahr 2000	41
Exkurs: Goffman und die alltägliche Inszenierung.....	45
Markt, Marketing, Medien und die Literatur	49
Ökonomisierung des Literaturbetriebes	49
Image und Authentizität.....	51
Inszenierung und Mittel	53
Massenmedien	56
Beispiele von Künstlerinszenierungen.....	58
Daniel Kehlmann.....	63
Wer ist das?.....	63
Kehlmanns Habitus – eine erste Analyse.....	68
Exkurs: Das Produkt Daniel Kehlmann	69
Forschungsinteresse und Forschungsfragen.....	71
Methodisches Vorgehen.....	75
Analyse des ausgewählten Materials	81
Welches Image will sich Daniel Kehlmann selbst geben?	81
Der Bildungsbürger.....	81

Der jugendliche Handwerker	83
Der glatte Erfolgsmann	83
Zusammenfassung.....	84
Wie definiert Daniel Kehlmann seinen Künstlerbegriff?	85
Welche AutorInnen sieht Daniel Kehlmann als Inspiration und Vorbilder?	86
Auf welche AutorInnen bezieht sich Daniel Kehlmanns Häresiestrategie?.....	88
Wie steht Daniel Kehlmann zum Literaturbetrieb?	89
Wie steht Daniel Kehlmann zum Medienbetrieb?	92
Zusammenfassung der Ergebnisse	95
Ausblick.....	99
Literaturverzeichnis.....	101
Monographien und Aufsätze	101
Zeitungs- und Zeitschriftenartikel.....	110
Onlinequellen.....	114
Quellenverzeichnis	117
Anhang	121
Analysebögen der Inhaltsanalyse.....	121