

Inhaltsverzeichnis

Matthias Beilein / Claudia Stockinger / Simone Winko

Einleitung

Kanonbildung und Literaturvermittlung in der Wissensgesellschaft 1

I. MECHANISMEN DER KANONBILDUNG: TEXTUELLE UND/ODER SOZIALE FAKTOREN?

Benjamin Specht

Polyvalenz – Autonomieästhetik – Kanon

Überlegungen zum Zusammenhang von Textstruktur und historischer Ästhetik
bei der Herausbildung des deutschsprachigen Literaturkanons 19

Rainer Grübel

Kanon, kulturelles Bewusstsein und kulturelles Gedächtnis

Bruch, Wandel und Stetigkeit in Kanones der russischen Literatur
des 20. Jahrhunderts zwischen 1984 und 2009 41

Leonhard Herrmann

System? Kanon? Epoche?

Perspektiven und Grenzen eines systemtheoretischen Kanonmodells 59

Dominic Berlemann

Das soziale Gedächtnis und der Nebencode des Literatursystems

am Beispiel von Gert Ledigs Luftkriegsroman *Vergeltung* 77

Elisabeth Kampmann

Der Kanonisierungsprozess in den Dimensionen Dauer und Reichweite

Ein Beschreibungsmodell mit einem Beispiel aus dem Wilden Westen 93

Harro Segeberg

Von Kanon zu Kanon

Ernst Jünger als Jahrhundertautor 107

II. WERTUNG UND KANON IN INSTITUTIONEN

Günter Scholdt

Innere Emigration und literarische Wertung 123

Annika Rockenberger / Per Röcken

Ist Edition ein Kanonisierungsfaktor?

Unvorgreifliche Überlegungen zur Präzisierung der Fragestellung 145

Doris Moser

Kanon, Koffer, Kunstbericht

Staatliche Literaturförderung und nationale Kanonisierungstendenzen

in Österreich 159

Anja Johannsen

(Un)sichtbare Handschriften

Zur problematischen Funktion von Literaturhäusern in Kanonisierungs-

prozessen. 179

Anja Heumann

Der literarische Kanon in journalistischen Texten 193

Imke Borchers

Worin liegt das Erfolgsrezept der Reihe um den Privatdetektiv Pepe Carvalho?

Analyse am Beispiel von *Los mares del Sur* von Manuel Vázquez Montalbán 209

Wolfram Göbel

Die Veränderung literarischer Kanones durch Books on Demand 225

III. FORMEN DER LITERATURVERMITTLUNG IN DER WISSENS- GESELLSCHAFT

David-Christopher Assmann

Extrinsisch oder was?

Bodo Kirchhoff und Andreas Maier auf dem Markt der Aufmerksamkeit 239

Steffen Martus

»Für alle meine Freundinnen«

Multimediales Marketing von Bestsellern am Beispiel von Susanne Fröhlich 261

Thomas Wegmann

Warentest und Selbstmanagement

Literaturkritik im Web 2.0 als Teil nachbürgerlicher Wissens-

und Beurteilungskulturen. 279

Stephan Porombka

Weg von der Substanz. Hin zu den Substanzen

Literaturkritik 2.0ff. 293

Thomas Ernst

Wer hat Angst vor Goethes PageRank?

Bewertungsprozesse von Literatur und Aufmerksamkeitsökonomien im Internet. . 305

Fotis Jannidis

Wertungen und Kanonisierungen von Computerspielen 321

Register 345