

Inhalt

Einleitung	VII
------------------	-----

Kapitel 1

Am Schreibtisch: Geschichte, Erforschung und Inszenierung

schriftstellerischer Arbeit	1
1.1 Macht Kunst Arbeit?	1
1.1.1 <i>An die Arbeit! Eine Begriffsannäherung</i>	3
1.1.2 <i>Geburt des Genies: Zur sozialen Sonderstellung des</i> <i>Künstlers</i>	9
1.1.3 <i>Kunst schafft Arbeit! Von der Genieästhetik zum</i> <i>Unternehmertum</i>	16
1.2 Autorschaft erforschen	23
1.2.1 <i>Tod und Wiederauferstehung: Stand der Debatte</i>	26
1.2.2 <i>Subjektform Autor: Zur gewählten Methodik</i>	31
1.3 Schriftstellerische Arbeit im Wandel	36
1.3.1 <i>„Freie“ Schriftsteller auf dem Markt</i>	38
1.3.2 <i>Autor als Profi: Arbeitspraktiken im Umbruch</i>	46
1.3.3 <i>Schreiben, aber als Ausbildungsberuf</i>	55
1.4 Inszenierungsstrategien der Kreativen zwischen Kunst und	
Wirtschaft	66
1.4.1 <i>Manager erzählen Geschichten</i>	69
1.4.2 <i>Unternehmer und Künstler: Johann Holtrop und</i> <i>Rafael Horzon</i>	74
1.4.3 <i>Schriftstellerische Arbeitsästhetik der Gegenwart</i>	79

Kapitel 2

Das Genie: Rainald Goetz bei der Arbeit	87
2.1 Inszenierung: Insignien des Autors	90
2.1.1 <i>Hier wird gearbeitet!</i>	90
2.1.2 <i>Umfassende Autofiktion als Schreiber-Figur</i>	98
2.2 Textprodukte	101
2.2.1 <i>Rainald Goetz: open daily</i>	101
2.2.2 <i>Notieren als Arbeit</i>	110
2.3 Sozio-ökonomische Schreibbedingungen	113
2.3.1 <i>Profi-Autor und Nachahmer</i>	113
2.3.2 <i>Lassen Sie ihn durch, er ist Arzt!</i>	119

2.4	Rezeption in Feuilleton und Wissenschaft	127
2.4.1	<i>Vitalität und Männlichkeit</i>	127
2.4.2	<i>All-in-one-Literatur</i>	134
Kapitel 3		
	Das Kollektiv: Zentrale Intelligenz Agentur (ZIA)	141
3.1	Inszenierung: Agentur für Literaturarbeit	144
3.1.1	<i>T-Shirts und Texte</i>	144
3.1.2	<i>Automatisierte Produktion, automatische Kritik</i>	149
3.2	Sozio-ökonomische Schreibbedingungen: Berliner Bohème bei der Arbeit	154
3.2.1	<i>Urbane Penner eben</i>	154
3.2.2	<i>Fiktiv-kollektive Subjektivierung</i>	160
3.3	Textprodukte: Aus Kollektivpraxis	167
3.3.1	<i>Wir höflichen Paparazzi</i>	167
3.3.2	Arbeit und Struktur	174
3.4	Rezeption in Feuilleton und Wissenschaft: Genieverdacht	180
3.4.1	<i>Herrndorfs Werk erforschen</i>	180
3.4.2	<i>Unnützes Wissen</i>	185
Kapitel 4		
	Digitaler Dilettantismus: Stefanie Sargnagel	193
4.1	Inszenierung 24/7	197
4.1.1	<i>Die rote Baskenmütze</i>	197
4.1.2	<i>Facebook-Freundin für die Hosentasche</i>	201
4.2	Textprodukt: und fertig!	208
4.2.1	<i>Digitalstrategie: Instantaner Dilettantismus</i>	208
4.2.2	<i>Ubiquitäre Hintergrund-Ästhetik</i>	214
4.3	Schreibbedingungen: uff!	219
4.3.1	<i>Digitale Schöpfung aus Erschöpfung</i>	219
4.3.2	<i>Ko-Produktion auf Facebook</i>	224
4.4	Hypes im Internet, in Feuilleton und Wissenschaft	229
4.4.1	<i>Unterm Popularitätsregime</i>	229
4.4.2	<i>Literaturwissenschaftliche Trendforschung</i>	235
Kapitel 5		
	Feierabend: Resümee und Ausblick	241
	Literaturverzeichnis	251
	Dank	295