

Inhalt

Übersichten	7
Vorwort und Einleitung	9
I. Kunst als Gegenstand der Soziologie	13
1. Produktion und Rezeption	13
2. Theoretische Zugänge zur Kunstsoziologie	16
3. Art Worlds und Kunstsysteem	25
II. Das Kunstsysteem und seine Organisationen	29
1. Funktionssystem und Organisation	29
2. Die Kunst als autonomes Teilsystem der Gesellschaft	30
3. Organisationen der Ausbildung und Sozialisation	34
4. Organisierte Kunstproduktion	46
5. Organisationen der Distribution	57
6. Organisationen der Vermittlung	68
7. Organisierung des Publikums	78
8. Resümee	82
III. Der Künstler – eine prekäre Profession	85
1. Begriff und Profession	85
2. Künstlerethos und Künstlerhabitus	88
3. Historische Sozialtypen des Künstlers	92
4. Der moderne Künstler	102
5. Künstler und Bürger	106

IV. Künstlergruppen – manifeste und latente Ziele	109
1. Gruppenbildung als neuzeitliches Phänomen	109
2. Formen der Gruppenbildung	112
3. Ausgewählte Künstlergruppen (Nazarener – Barbizon – Worpswede – Brücke – Bloomsbury)	115
V. Strategien im literarischen Feld	139
1. Wie man Schriftsteller wird	139
2. Literarisches Feld und „verkehrte Ökonomie“	141
3. Skizze des George-Kreises	145
4. Skizze der Gruppe 47	155
5. Vergleich beider Gruppen	163
6. Resümee	177
VI. Zwischen Kritik und Affirmation	181
1. Transzendentierende Kritik versus affirmative Kultur	181
2. Markt und Kommerz	184
3. Pop Art und Business Artists	196
4. Gegenbewegungen	201
Literaturverzeichnis	207
Register	221