

Inhalt

1 Einleitung	9
2 Literaturkritik	
2.1 Literaturkritik in der Kommunikationswissenschaft	13
2.2 Was ist Literaturkritik?	18
2.2.1 Literaturkritik und Buchmarkt seit der Aufklärung	24
2.2.2 Literaturkritik in den Massenmedien	32
2.2.2.1 Gattungen der Kritik	32
2.2.2.2 Literaturkritik im Fernsehen	40
2.2.2.3 Literaturkritik im Hörfunk	49
2.2.2.4 Literaturkritik in den Printmedien	51
2.2.2.5 Literaturkritik im Internet	55
3 Der Einfluss der Literaturkritik auf den Absatz von Büchern	
3.1 Bisherige Untersuchungen	61
3.2 Absatzzahlen des Zwischenbuchhändlers Umbreit GmbH & Co. KG	69
3.2.1 Absatzzahlen der Sendung <i>Lesen!</i>	70
3.2.2 Absatzzahlen der Top 50 aus <i>Unsere Besten – Das große Lesen</i>	75
3.2.3 Absatzzahlen aufgrund des Deutschen Bücherpreis 2004	76
3.2.4 Absatz von Büchern unbekannter Autoren in Printmedien und Hörfunk	77
4 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Verlagen	
4.1 Abgrenzung von PR und Marketing im wissenschaftlichen Diskurs	84
4.2 Das Selbstverständnis von Pressereferenten	90
4.3 Literaturkritik als Marktkommunikation für Verlage?	91

5 Literaturkritiker	
5.1 Selbstverständnis von Literaturkritikern	95
5.2 Selektionskriterien von Literaturkritikern	98
5.3 Pressemitteilungen der Verlage als Informationsquellen?	102
5.4 Das Verhältnis zwischen Literaturkritikern und PR-Abteilungen	104
6 Literaturkritik im Sortimentsbuchhandel	
6.1 Das Untersuchungsdesign	107
6.1.1 Die Untersuchungsteilnehmer	108
6.1.2 Das Befragungsinstrument	110
6.2 Die Ergebnisse	116
6.3 Methodenkritik	129
7 Zusammenfassung und Diskussion	131
8 Literatur	141
Anhang	151
Literaturkritik in den Medien	153
Literaturkritik im Fernsehen – Literatursendungen	153
Literaturkritik im Fernsehen – Kulturmagazine	155
Literaturkritik im Hörfunk	157
Literaturkritik im Internet – Eine Auswahl	163
Absatzzahlen des Zwischenbuchhändlers Umbreit	167
Die Top 50 aus <i>Unsere Besten – Das große Lesen</i>	167
Beispiele für Literaturkritik im Hörfunk	170
Beispiele für Literaturkritik in Printmedien	170
Deutscher Bücherpreis 2004	171
Die Sendung <i>Lesen!</i> vom 14. September 2004	171
Die Sendung <i>Lesen!</i> vom 12. Oktober 2004	172
Expertengespräche mit den Sortimentsbuchhändlern	173
Anschreiben für ein Telefoninterview per Brief	173
Antwortformular im Anschreiben per Brief	174

Anschreiben für ein Telefoninterview per Email	175
Gesprächsleitfaden	176
Interviews mit den Sortimentsbuchhandlungen	180
Podiumsdiskussion „Verrissen und verkauft?“	225