

Inhalt

Vorwort	7
Einführung	9
Wissenschaftlicher Standpunkt	12
Aufbau	14
Die Black Box der Verbreitung von Buchtiteln	17
Die Problematik der Verbreitung von neuen Buchtiteln	18
Zur prekären Natur des Buchprodukts	23
Theorien zur Buchproduktion: Die Emergenz der sozialen Logik	27
Die soziale Einbettung in Beziehungen und Netzwerke	29
Produktion und Rezeption: Literarisches System und Kunstwelt	30
Vermittlung: Schleusenwärter und Ideenformer	34
Zur Wertfrage: Soziale Bedeutung, Konsens und Diskurs	37
Zur Machtfrage: Kampfplatz literarisches Feld	42
Die Handlungskraft ästhetischer Objekte in Organisationsprozessen	45
Objekte und ihre Handlungskraft	45
Ästhetische Artefakte in Organisationsabläufen	48
Die Theorie der Akteursnetzwerke	55
Callons Fallstudie: Elektrofahrzeuge	58
Begriffserläuterungen zur Akteur-Netzwerk-Theorie	60
Bedingungen des Büchermachens	63
Der deutschsprachige Buchmarkt	63
Organisationsbedingungen von Buchprojekten	71

Das Buch als ästhetisches Artefakt und Produkt	81
Die Werkschöpfung	82
Die Wertschöpfung	87
Ästhetik, Wert und Prozess	93
Fallrekonstruktion: Der Weg eines Romans	97
Ausgewählte Büchermacher und ihre Praktiken	133
Die Büchermacher	133
Fall „Titel X“ interpretiert: Büchermacher in Aktion	140
Büchermachen und Ästhetisches Engineering	169
Die wechselseitige Beziehung von Identitäten	171
Netzwerkwissen	173
Bestimmen	193
Formendes Vermitteln	204
Überzeugen	208
Ein Modell zur Verbreitung ästhetischer Artefakte	223
Charakteristika von Akteuren	225
Charakteristika von ästhetischen Artefakten	240
Charakteristika von Netzwerksituationen	245
Charakteristika des Ablaufs	252
Ausgewählte Strategien und deren Effekte	257
Die erzählende Branche: Effektiv in Dialoge treten	258
Soft-Spionage: Informationsstrategien der Scouts	265
„Heiß-Machen“: Druck erzeugen	271
Zukunftsszenarien: Akteursnetzwerke antizipieren und managen	275
Zusammenfassung Strategien	278
Reflexionen	281
Zum Modell der Bücherverbreitung	281
Implikationen für die Akteur-Netzwerk-Theorie	287
Implikationen für die Verbreitung von Belletristiktiteln	289
Der Leser als Problem?	296
Literatur	301
Anhang: Empirische Methodik	311