

Inga Klein

HOCHSTAPELEI ALS MEDIEN- KULTURELLE FIGURATION

Erzählte Täuschung
in Auto/Biografien
und Öffentlichkeit

[transcript] Edition Kulturwissenschaft

Inga Klein
Hochstapelei als medienkulturelle Figuration

Inga Klein, geb. 1981, ist Kulturwissenschaftlerin und leitet die Geschichtswerkstatt Hamburg-Eppendorf. Sie promovierte an der Universität Hamburg, war dort als wissenschaftliche Mitarbeiterin tätig und Stipendiatin der Isa Lohmann-Siems Stiftung. Ihre Forschungsschwerpunkte sind Diskurs- und Medienanalyse, kulturwissenschaftliche Technikforschung, Sicherheits- und Körpertechnologien sowie Figurationen des Täuschens.

Inga Klein

Hochstapelei als medienkulturelle Figuration

Erzählte Täuschung in Auto/Biografien und Öffentlichkeit

[transcript]

Die vorliegende Arbeit wurde 2024 unter dem Titel »Nach dem Fall. Hochstapelei als Figuration in medialer Ver-Dichtung und auto/biografischer Legitimation« als Dissertation zur Erlangung des akademischen Grades einer Doktorin der Philosophie (Dr. phil.) an der Fakultät für Geisteswissenschaften der Universität Hamburg angenommen.

Gedruckt mit freundlicher Unterstützung der Geschwister Boehringer Ingelheim Stiftung für Geisteswissenschaften in Ingelheim am Rhein.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <https://dnb.dnb.de/> abrufbar.

2026 © transcript Verlag, Bielefeld

Hermannstraße 26 | D-33602 Bielefeld | live@transcript-verlag.de

Die automatisierte Analyse des Werkes, um daraus Informationen insbesondere über Muster, Trends und Korrelationen gemäß § 44b UrhG (Text und Data Mining) zu gewinnen, ist ohne schriftliche Zustimmung der Rechteinhaber*innen untersagt.

Alle Rechte vorbehalten. Die Verwertung der Texte und Bilder ist ohne Zustimmung des Verlages urheberrechtswidrig und strafbar. Das gilt auch für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und für die Verarbeitung mit elektronischen Systemen.

Umschlaggestaltung: Kordula Röckenhaus

Druck: Elanders Waiblingen GmbH, Waiblingen

<https://doi.org/10.14361/9783839463758>

Print-ISBN: 978-3-8376-8071-3 | PDF-ISBN: 978-3-8394-6375-8

Buchreihen-ISSN: 2702-8968 | Buchreihen-eISSN: 2702-8976

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier mit chlorfrei gebleichtem Zellstoff.

Inhalt

I Hochstapler:innen und ihre Geschichten	9
1 Auftakt	9
1.1 Konturen und Konjunkturen medialer Aufmerksamkeit	10
1.2 Begriffliche Annäherungen	13
2 Empirisch-kulturwissenschaftliche Schlaglichter	17
2.1 Forschungsfragen	19
2.2 Aufbau der Studie	23
II Hochstapelei in Verflechtungen	25
1 Forschungsstand	25
1.1 Performative Identitäten und kulturelle Praxis: Kulturwissenschaftliche Ansätze	25
1.2 Diskursive Widerständigkeit und soziale Ambivalenz: Thematische Nachbarschaften	29
2 Theoretische Perspektivierungen	33
2.1 Kulturelle Performanzen und strategische Sinnstiftung	34
2.2 Inszenierung und Medientheatralisierung	38
2.3 Medienkulturelle Figurierungsprozesse	42
3 Quellenmaterial und kritische Einordnung	47
3.1 Auto/Biografien als öffentliche Selbstpositionierung	48
3.2 Journalistische Medientexte als strukturierte Erzählung von Welt	59
4 Methodisches Vorgehen	62
III Dramaturgien der medialen Ver-Dichtung	67
1 Entdeckung und Enthüllung	67
2 Ambivalente Etikettierungen normativer Abweichung	70
2.1 Folgenreiche Zuschreibungen	71
2.2 Ist das ein Hochstapler? Konkurrierende Label	74

2.3	Diagnostische Blicke: Expertise im medialen Diskurs	78
3	Die Notwendigkeit des Scheiterns	83
3.1	»Er hat nie Abi gemacht«: Bildungsbiografisches Scheitern	86
3.2	Bagatellen und Zufallsfunde: Institutionelles Scheitern	88
3.3	Graduell, temporär, wiederholt: Scheitern üben	91
4	Logiken der Unterhaltung	94
4.1	Inszenierungen der Superlative: Aufmerksamkeitslenkung und Relevanz-Erzeugung	95
4.2	Dramatisieren, glätten, verkürzen: Dynamisiertes Erzählen	98
4.3	Auf der Flucht mit <i>bild.de</i> : Nähe und Distanz	100
4.4	Ein Bild von einem Mann: Narrative Visualisierungen	103
5	Medien im/als Gericht	110
5.1	Eine »Eulenspiegelerei«, »irrwitzig und skurril«	111
5.2	Flüchtige Entzauberung	114
5.3	Therapeutisches Selbstverhör? Medien über Medien	119
6	Fortsetzung folgt	123
IV	›Wahre‹ Geschichten und Geschichten als Ware	127
1	Zwischen Referenzialität und Rezeptionserwartung: Auto/Biografien und soziokulturelle Wirkmacht	127
2	Das Populäre der Hochstapler-Auto/Biografien	129
2.1	Ausschluss und Anerkennung	129
2.2	Prototypen der (Selbst-)Vermarktung	131
3	Die Authentisierung der Stimme	134
3.1	Auf den ersten Blick: Titel, Umschlag, Klappentext	137
3.2	»Liebe Leserin, lieber Leser«: Metaperspektivische Rezeptionsanweisungen ..	148
3.3	Materialisiertes Bezeugen in Dokumenten, Fotografien und Interviews	154
4	Rhetorisches Legitimieren	163
4.1	Absichtsvolle Un-Ordnung: Aufbau, narrative Rahmen und Anekdotisierung	165
4.2	»Selten hat die Welt so gelacht«: Komik zwischen Verbindung und Diskreditierung	168
4.3	Fach- und Szenesprachen: Kompetenzdemonstrationen	170
5	Verborgenes enthüllen: Der Blick in die Trickkiste der Hochstapelei	177
5.1	Biografische Zwänge und alternative Aufstiege	177
5.2	Die Figur des Geschichtenerzählers und die fantastischen Storys	182
5.3	Doing und making, Rollen und Requisiten	186
6	Zweite Karrieren	190

V Zwischen Skandalisierung und Normalisierung	193
1 Strategien der Rechtfertigung	193
1.1 Rehabilitation durch gezielte Skandalisierung	194
1.2 Triumph über Habgier, Einfalt und Snobismus: Moralische Relativierung	198
1.3 Blinde Flecken und unsichtbare Geschädigte: Die problematischen Anderen ...	202
2 Wir alle!? Diskursive Verschiebungen	208
VI Schlusswort	217
Anhang	223
Quellen	223
Literatur	236
Abbildungsnachweise	262
Dank	265