

# Romane und Reportagen Joachim Lottmanns: Autofiktion und inszenierte Autorschaft

Bearbeitet von  
Nils Wiegand

Erstauflage 2015. Taschenbuch. 112 S. Paperback

ISBN 978 3 95934 761 7

Format (B x L): 15,5 x 22 cm

[Weitere Fachgebiete > Literatur, Sprache > Literaturwissenschaft: Allgemeines > Einzelne Autoren: Monographien & Biographien](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](http://beck-shop.de) ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

# Leseprobe

## Textprobe

### Kapitel 2.7, Die kommunikative Spielregel

Diese Feststellung betrifft auf der Ebene literarischer Kommunikation insbesondere bei Joachim Lottmann die künstlerisch-kommunikativen Rahmenbedingungen: es ist dem Adressaten vorbehalten, eine als Kunst markierte Textur auch tatsächlich als solche zu aktivieren; dabei gilt es Knapes Postulat zu beachten, dass sich die Künste unter rhetorischer Perspektive als kommunikatives Faktum analysieren lassen müssen. Zum anderen wird noch zu zeigen sein, dass dies ebenso die intradiegetische Ebene seiner Romane und Reportagen betrifft, denn tatsächlich kommt es in der literaturkritischen Debatte häufig zu einer Gleichsetzung zwischen dem Autor und seinen Erzählern – im krassen Gegensatz zu der obig ausgeführten literaturwissenschaftlichen Tradition der Trennung zwischen Erzähler und Autor. Dies ist umso mehr zu problematisieren, insofern der Autor eine Borderline-Strategie verfolgt, die sowohl in den fiktionalen, als auch in den faktualen Texten zum Tragen kommt, wobei der Text damit aus Sicht des realen Autors zur Bühne wird, auf der er sich inszenieren kann

Im kommunikativen Geschehen müssen künstlerische Texturen darüber hinaus für den Adressaten noch vor einer potenziellen Dechiffrierung zunächst im kommunikativen Setting als Kunst perzipierbar sein, da der Künstler als Kommunikator gesellschaftlichen Rahmenbedingungen unterliegt, 'die für jede Art Kunstproduktion Kontexte definieren.' Kunstsoziologisch betrachtet kann dabei für den Adressaten ein bestimmter frame-effect eintreten, der innerhalb des künstlerischen Diskurses spätestens von Marcel Duchamp durch die Ausstellung seines Urinals selbstreflexiv thematisiert wurde (1917)

Im kommunikationstheoretischen Kontext muss daher die Beeinflussungsstrategie untersucht werden, durch die ein Kommunikator die 'Einstimmung aller Beteiligten auf einen Akt ästhetischer Sonderkommunikation' steuert. Als frame-effect kann der ästhetisch-künstlerische Status eines multi- oder unikodalen Textes jedoch auch eine gewisse kommunikative Eigenmächtigkeit entwickeln, insofern man ein im abstrakten Sinne verstandenes 'Ausstellungssystem' als 'entscheidende Schnittstelle von Diskursen, Praktiken und Orten, die die Institutionen der Kunst innerhalb einer spezifischen gesellschaftlichen Formation definieren', begreift

Die von Knappe erwähnte, kontextuell-pragmatische Markierung von künstlerischen Texturen kann als Label verstanden werden, das sich ebenso über die medialen Distributionsprozesse mit kommuniziert, insofern bestimmte Settings als intertextuelle, interdiskursive Netzwerke verstanden werden können, die die Kunstwerke als Texte produzieren. Übertragen auf den literarischen Diskurs ist dabei nicht nur eine Gattungsbezeichnung wie Roman mitsamt der daran geknüpften

Erwartungshaltung relevant, die der Kommunikator in seinem projektiven Kalkül zu bedenken hat; zudem kann der Verlag sowie die Aufnahme in eine bestimmte Reihe bzw. in ein bestimmtes Programm seitens des Verlages von kommunikativer Bedeutung sein, insbesondere wenn durch diese Reihenbildung zudem eine ganz bestimmte Kanonbildung vorgenommen wird, sei diese lediglich nach stilistisch-thematischen Kriterien wie bspw. Klassiker der Jugendliteratur orientiert, oder sogar nach qualitativen Kriterien, wie die von Marcel Reich-Ranicki herausgegebene Reihe Der Kanon. Mit anderen Worten kann der strategisch operierende Kommunikator mit einer präzisen Platzierung, eingedenk strategisch ausgewählter Prätexte und Epitexturen, das kommunikative Angebot zunächst in den erwünschten kommunikativen Diskursframe setzen

In Bezug auf die Vergabe des Labels Roman wird damit vom Kommunikator eine kommunikative Spielregel aufgestellt, diese beruht auf der Akzeptanz des ‚Als-ob-Postulats‘, das alle Kommunikationsteilnehmer zunächst einmal als Festlegung auf die Interpretationsvorzeichen einer rein spielerisch-simulativen Handlung, z.B. in Form eines stillschweigenden Fiktionalitätskontrakts, akzeptieren müssen

Insofern fungieren die Gattungsbegriffe als ‚Leseinstruktionen‘ und können gleichsam als Fiktionssignale kommunikativ instrumentalisiert werden. Bei Lottmann muss dieses Geschehen jedoch immer auf der Basis einer gezielten Rahmenbrechung betrachtet werden, vor allem wenn man seine autofiktionalen Schreibweisen fokussiert. Die bislang noch nicht erläuterten Konzepte Autofiktion und Borderline-Strategie sollen nun ausführlich diskutiert werden.