

Meyer

Merkantiles Erzählen – Von Kauf und Verkauf in mittelhochdeutscher Literatur

Die Arbeit widmet sich der Frage, wie eine Beschreibung von Marktszenen in vormoderner Literatur zu leisten ist, ohne diese im Spiegel moderner wirtschaftswissenschaftlicher Grundannahmen zu verallgemeinern. Der Begriff der Wirtschaft wird daher weitestgehend vermieden, zugunsten der begrifflichen Schärfung des ‚Merkantilen‘ als konkret fassbare Sphäre spezifischer Praktiken. In Kapiteln zu einzelnen Lexem wird die semantische Einbettung und Metaphorizität solch merkantil relevanter Begriffe erörtert, um in den Analysen von acht mittelhochdeutschen Einzeltexten (Der Marktdieb, Die zwei Märkte, Der Krämer, Der Pfaffe Amis, Josefs Geschichte in der Weltchronik des Johans von Wien, Flore und Blanscheflur, Der guote Gêhart, Die Rittertreue (Der dankbare Wiedergänger) das Moment des Merkantilen besonders in seiner narratologischen, aber auch in seiner metaphorischen Dimension herauszuarbeiten. Die Ergebnisse der Arbeit zielen somit auf das allgemeinere Phänomen, wie eine latent teleologische Beschreibungssprache, in diesem Fall die der Wirtschaftsgeschichte, semantisch und praxeologisch dekonstruiert werden kann, um ein Beschreibungsinstrumentarium zu liefern, das merkantile Erzählenszenen in ihrer Eigenlogik abzubilden vermag.

Cover

99,95 €

93,41 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783110775709

Medium: Buch

ISBN: 978-3-11-077570-9

Verlag: De Gruyter

Erscheinungstermin: 18.07.2022

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 1. Auflage 2022

Serie: Literatur – Theorie – Geschichte

Produktform: Gebunden

Gewicht: 791 g

Seiten: 391

Format (B x H): 170 x 240 mm

