Sonderdruck aus

Olivier Agard / Christian Helmreich /
Hélène Vinckel-Roisin (Hg.)

Das Populäre

Untersuchungen zu Interaktionen und Differenzierungsstrategien in Literatur, Kultur und Sprache

Mit 7 Abbildungen

V&R unipress

ISBN 978-3-89971-544-6

Inhalt

Olivier Agard / Christian Helmreich / Hélène Vinckel-Roisin

Vorwort 9

Einleitung 11

I. Zum Verhältnis von »hoher Literatur« und Popularität

Florent Gabaude
Intermediale Kongruenz und Porosität von Flugblatt und Theater der Frühen Neuzeit am Beispiel von Andreas Gryphius 37

Roland Krebs
Wie populär soll die Literatur sein?
Über eine Debatte in der deutschen Literaturtheorie des 18. Jahrhunderts 53

Frédéric Weinmann
Das Populäre bei Gottfried August Bürger 65

Clémence Couturier-Heinrich
Das *Magazin zur Erfahrungsseelenkunde* von Karl Philipp Moritz als popularwissenschaftliches Unternehmen 79

Aline Le Berre
Hoffmanns *Nußknacker und Mausekönig*, eine Parodie auf das Kindermärchen 93

Konrad Harrer
Ludwig Thomas »Filserdeutsch« als Konstruktion einer populären Schriftsprache 109

II. Mediale Revolutionen

Udo Schöning
Victor Hugos *Les Misérables*: Überlegungen zur Erfolgsgeschichte eines populären Romans 127

Frédéric Teinturier
»Geschrieben wird für illustrierte Zeitungsleser und Schnellfahrer« Heinrich Manns Romane am Ende der Weimarer Republik oder der Versuch, die Literatur zu popularisieren 145

Daniel Meyer
»Bucherfolg und Massenpsychologie hängen auch irgendwie zusammen«. Robert Musils Überlegungen zum Populären in seinen Tagebüchern 159

Marion Picker
»Die Massen zum Verschwinden bringen.« Kracauer, *Metropolis*, und das Medium des Films 171

III. Pop-Kultur

François Genton
Lieder, die um die Welt gingen: deutsche Schlager und Kulturtransfer im 20. Jahrhundert 189

Patrick Farges
Kitsch-Parade. Der deutsche Schlager zwischen Ur-Kult und Kultur 205

Eva Werth
Literarischer Lifestylepop. Alltägliches und lebensgeschichtliches Erzählen in popliterarischer Perspektive 223

Isabelle Ruiz
Leben bis Männer von Thomas Brussig.
Eine Satire der kleinen Männer des Fußballs 237

Dirk Weissmann
»Es könnte viel bedeuten...« Ein hermeneutisch-philologisches
Experiment mit einem Song der Gruppe Blumfeld (*Tausend Tränen tief*) 253

IV. Volk und Popularität als ideologische Chiffre

Jean-Louis Georget
Welche Zukunftsaussichten hat die Volkskunde? Eine Wissenschaft
zwischen deutscher Nostalgie und europäischer Öffnung 267

Patrice Neau
»Die Kluft zwischen Kunst und Volk überwinden.« Ideologische Kämpfe
in den bildenden Künsten der SBZ und der DDR am Beispiel der ersten
drei Deutschen Kunstausstellungen (1946–1953) 281

Carola Hähnel-Mesnard
Formen des Trivialen im Aufbau- und Betriebsroman der DDR in den
1950er Jahren. Aporien der Kunstdoktrin des Sozialistischen Realismus 297

Dominique Herbet
Die Popularität der *Neuen Zeitung* (1945–1949).
Zustimmung zu einer hegemonialen amerikanischen Kulturpolitik oder
Wiedergeburt einer elitären deutschen Kultur? 313

V. Populismus: Eine politische Denkfigur

Frank Decker / Marcel Lewandowsky
Populismus. Erscheinungsformen, Entstehungshintergründe und Folgen
eines politischen Phänomens 331

Cécile Prat-Erkert
Volkswille *versus* Populismus. Der Volksbegriff in den politischen Reden zum Thema Ausländer in Deutschland 353

Reiner Marcowitz
Die Deutschen und Europa, zwischen populärer Hoffnung und elitärer Vision 363

VI. Das Populäre: Grammatische Merkmale und diskurspragmatische Funktionen

Emmanuelle Prak-Derrington / Marie-Laure Durand
Legitimierungsstrategien in der populären Presse. Über den Gebrauch von direkter Rede und Apposition in der *Bild-Zeitung* 377

Sibylle Sauerwein Spinola
Gibt es sprachliche Kriterien zur Definition des populären Diskurses? Versuch einer Eingrenzung 399

Gilbert Magnus
Die populäre Literatur als Textsorte? Eine Begriffsbestimmung 413

Britta Jallerat-Jabs
Sozialer Stil und sprachliche Kommunikation in populären Milieus 423

Michael Klemm
Bilder der Wissenschaft. Verbale und visuelle Inszenierungsstrategien der populären Wissenschaftspräsentation 437

Die Autoren 461

Vorwort

Die in diesem Band versammelten Texte sind hervorgegangen aus Beiträgen, die anlässlich des 41. Kongresses des Verbands der französischen Hochschulgermanisten (Association des Germanistes de l'Enseignement supérieur, AGES) im Mai 2008 an der Georg-August-Universität Göttingen gehalten wurden. Thema des Kongresses war: »Das Populäre: Interaktionen und Differenzierungsstrategien« – ein Thema, das schon deshalb an der Tagesordnung ist, weil die klassischen (humanistischen) Fächer an unseren Universitäten sich ganz offensichtlich in dem Maße verändern, als der vorher mehr oder weniger stillschweigend akzeptierte kulturelle Kanon nicht mehr denselben Rang beansprucht und die gleiche Selbstverständlichkeit besitzt als noch vor 30 Jahren. Folgerichtig hat sich auch das Selbstverständnis unserer Disziplinen gewandelt. Indem die Kategorie des Populären befragt und dabei auch die Hierarchie der als untersuchenswert erachteten Gegenstände hinterfragt werden konnte, hat der Kongress – wenn auch in fragmentarischer Form – eine Art Bestandsaufnahme geliefert über den gegenwärtigen Zustand der Deutschlandstudien sowie der germanistischen Sprach- und Literaturwissenschaft.

Den Herausgebern dieses Bandes ist es eine angenehme Pflicht, an dieser Stelle all den Kollegen und Institutionen zu danken, ohne deren Hilfe und Unterstützung der Göttinger Kongress nicht hätte stattfinden und der vorliegende Sammelband nicht erscheinen können. Erwähnt sei an erster Stelle die Gastfreundschaft des Seminars für deutsche Philologie der Georg-August-Universität Göttingen. Besonders bedanken möchten wir uns bei Ruth Florack und Gerhard Lauer, die die Einladung ausgesprochen und die intellektuelle und materielle Organisation des Kongresses in all seinen Aspekten unterstützt und maßgeblich gestaltet haben. Gedankt sei auch dem Deutschen Akademischen Austauschdienst, der Mission historique française en Allemagne, dem Land Niedersachsen, der französischen Botschaft in Berlin, sowie dem Universitätsbund Göttingen, die den Kongress und den Druck dieses Bandes finanziell gefördert haben. Wir danken Heinrich Detering (Georg-August-Universität Göttingen), Werner Roggausch (Deutscher Akademischer Austauschdienst),

Thomas Lienhard und Guillaume Garner (Mission historique française en Allemagne) sowie Marjorie Berthomier (Französische Botschaft in Berlin). Schließlich gilt unser Dank unseren Kolleginnen aus dem Vorstand der AGES in den Jahren 2006–2009: Claire Lecointre, Françoise Knopper und natürlich Françoise Lartillot, der Vorsitzenden der AGES zwischen Juni 2006 und Juni 2009, die die Organisation der Göttinger Tagung stets tatkräftig begleitet hat.

Paris/Göttingen, Oktober 2010

Olivier Agard
Christian Helmreich
Hélène Vinckel-Roisin