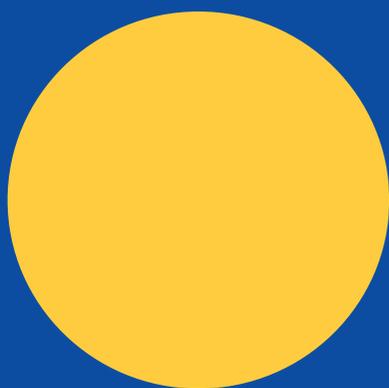


MAREN LICKHARDT

Pop in den 20er Jahren

Leben, Schreiben, Lesen
zwischen Fakt und Fiktion



Universitätsverlag
WINTER
Heidelberg



REIHE SIEGEN

Beiträge zur Literatur, Sprach- und Medienwissenschaft

Band 177

Eine Schriftenreihe
der Universität Siegen

Herausgegeben von
Walburga Hülk
Georg Stanitzek
Niels Werber

GERMANISTISCHE ABTEILUNG

Verantwortlicher Herausgeber
dieses Bandes
Niels Werber



MAREN LICKHARDT

Pop in den 20er Jahren

Leben, Schreiben, Lesen
zwischen Fakt und Fiktion

Universitätsverlag
WINTER
Heidelberg

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet
über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Mit Dank an die HerausgeberInnen der Reihe, insbesondere Niels Werber,
und an die Universität Siegen für die freundliche Unterstützung.

ISBN 978-3-8253-6660-5

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede
Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne
Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für
Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung
und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

© 2018 Universitätsverlag Winter GmbH Heidelberg
Imprimé en Allemagne · Printed in Germany
Druck: Memminger MedienCentrum, 87700 Memmingen
Gedruckt auf umweltfreundlichem, chlorfrei gebleichtem
und alterungsbeständigem Papier.

Den Verlag erreichen Sie im Internet unter:
www.winter-verlag.de

0	Einleitung.....	7
1	Vorläufiges. Begriffliches, Konzeptuelles, Geschichtliches.....	13
	1.1 Pop, Literatur und die Kultur der 20er Jahre.....	13
	1.2 Neue Sachlichkeit.....	29
	1.3 Avantgarde.....	39
	1.4 Ästhetizismus.....	46
	1.5 Treffpunkt der Diskurse und Stile.....	51
2	Stilvoll Leben. Pop-Ikonen.....	59
	2.1 Erika und Klaus Mann rund um die Welt und an der Riviera.....	59
	2.2 Die Fitzgeralds aus Amerika.....	67
	2.3 It-Girl Ruth Landshoff-Yorck.....	71
3	Öffentlich Leben. Pop-AutorInnen.....	77
	3.1 Die Ullstein-Stars Vicki Baum und Erich Maria Remarque.....	77
	3.2 Die Fräuleinwunder Irmgard Keun, Joe Lederer und Mascha Kaléko.....	84
	3.3 Der fiktionale Walter Serner.....	89
4	Mondän Schreiben. Pop-Topoi.....	93
	4.1 Die Snobs bei F. Scott und Zelda Fitzgerald. In durch Weltgewandtheit und Eleganz.....	93
	4.2 Blondinen für Diamanten. Lorelei auf Bildungsreise in Europa und Charlott etwas verrückt.....	102
	4.3 Kosmopolitisch. Louis Lou erobert Amerika.....	113
	4.4 Global Player. HochstaplerInnen, Fassadenkletterer, Schauspielerinnen, Rennfahrer.....	119
5	Intermedial Schreiben. Pop-Zirkulationen.....	135
	5.1 Musik. Unterhaltung und Rausch.....	135
	5.2 Kino. Unterhaltung und Reiz.....	137
	5.3 Lifestyle-Zeitschriften. Unterhaltung und Codes.....	144
	5.4 Stätte, Kosmetik, Mode. Stabilisierung der Elemente.....	164
6	Glanzvoll Schreiben. Pop-Oberflächen.....	191
	6.1 Poetologisches zu high und low.....	191
	6.2 Word-Dropping.....	200
	6.3 Schein, Sinnlichkeit und Emotionalisierung.....	202
7	Kollektiv Lesen. Pop-Interaktionen.....	219
	7.1 Lektüren zwischen Fakt und Fiktion.....	219
	7.2 LeserInnenadressierung.....	228
8	Anschlüsse und Abbruch. Anti-Pop.....	237
	Siglen-, Literatur-, Zeitschriften- und Personenverzeichnis.....	241

0 Einleitung

Ein europäischer Chronist im Jahre 1999, der die Zeit um 1925 schildern wollte, hätte zu beginnen: Es war die Zeit des ‚Bubikopfes‘, es war die Zeit des ‚kurzen Rockes‘, der ‚fleischfarbenen Strümpfe‘ [...], es war die Zeit, da die Vaterländer, statt Gut und Blut von ihren armen Teilnehmern zu fordern, wie in den mörderischen Jahren 1914 – 1918 (da man fürs Vaterland nicht nur sterben durfte, sondern auch morden mußte), sich mit dem Hab und Gut der dem Weltkrieg entronnenen Steuersubjekte zufrieden gaben, es war die Zeit, da die Radiowellen in wachsendem Andrang, täglich dichter und dichter den Erdball umspülten, ein Wellenbad, dessen Wirkung auf die Konstitution des Patienten damals noch ganz ungewiß war, es war die Zeit des ersten Zeppelinfluges über den Atlantischen Ozean, die komische Zeit, da die ‚Vereinigten Staaten von Europa‘ noch Utopie schienen und als Phantasie idealistischer Träumer von den so genannten Realpolitikern belächelt wurden [...]. Ja, es war die Zeit eben dieser grellen Dissonanz, aufgewühlter Kontraste, es war die Zeit der wilden Kinderein, Schattenwürfe nur der tragischen Verwilderungen, die noch bevorstanden, es war die Zeit der wilden Freude an wilder Lausbüberei [...], kurz: das wahre Programm der Zeit hieß: Jazz, und Jazz ist es natürlich auch, womit wir uns hier beschäftigen wollen. (Hans Janowitz: Jazz. 1925)

Nicht ganz, aber bevor ich zu den Gegenständen komme, mit denen ich mich hier beschäftigen will, sei der Titel der Arbeit erläutert. Die meisten AutorInnen, die im Folgenden behandelt werden, befanden sich zu Beginn der 30er Jahre auf dem Höhepunkt ihrer Karriere. Die meisten Texte, die im Folgenden analysiert werden, wurden zu Beginn der 30er Jahre publiziert. Dennoch wäre es merkwürdig, im vorliegenden Kontext das Jahrzehnt zu benennen, das letztlich mit Phänomenen wie Schreibverbot, Bücherverbrennung, Propagandaliteratur, Exilliteratur, innere Emigration etc. assoziiert ist. *Pop in den 20er und frühen 30er Jahren* scheidet auch deshalb als Titel aus, weil es zu sperrig klingt. Der Begriff Zwischenkriegszeit ist problematisch, weil es sich dabei um eine Ex-post-Perspektive auf die erste Hälfte des 20. Jahrhunderts handelt, die der Tatsache nicht gerecht wird, dass die nationalsozialistische Diktatur und der Zweite Weltkrieg aus der Binnenperspektive der Weimarer Republik heraus nicht nur noch in weiter Ferne waren, sondern auch nicht zwingend notwendig.¹ Es handelte sich bei der Weimarer Republik um die erste flächendeckende Demokratie auf deutschem Boden mit großen Potentialen,² deren Zusammenbruch nicht mit dem Ersten Weltkrieg oder mit irgendeinem Geschichtsfatalismus erklärt werden kann und die nicht immer nur von ihrem Ende her betrachtet

¹ Stefanie Arend und Ariane Martin: *Nachwort*. In: Irmgard Keun: *Das kunstseidene Mädchen* [1932]. Hrsg. nach dem Erstdruck von 1932 von Stefanie Arend und Ariane Martin. Berlin 2005, S. 206–266, hier S. 210.

² Helmuth Kiesel: *Geschichte der deutschsprachigen Literatur von 1918 bis 1933*. München 2017, S. 15.

werden sollte – beides gern herangezogene, konservative Deutungsmuster.³ Chancen wurden an konkreten Weichenstellungen von konkreten Personen, Personengruppen und Parteien verspielt.⁴ Gerade angesichts aktueller antimodernistischer, antizivilisatorischer Strömungen und Tendenzen muss einmal mehr daran erinnert werden, dass immer alles auch in einem positiven Sinn „ebenso gut anders sein“⁵ könnte, und wenn wir uns in die Zeit der Weimarer Republik hineinbegeben, befinden wir uns innerhalb dieser epistemologischen Koordinaten der Möglichkeiten. *Pop in der Zwischenkriegszeit* scheidet auch deshalb als Titel aus, weil nicht der Krieg das Ende der Weimarer Kultur war, sondern schon der nationalsozialistische Terror ab 1933. Aber natürlich gab es zwischen 1918 und 1933 nicht nur die Weimarer Republik auf deutschsprachigem Gebiet. Fast zeitgleich wurde die Erste Republik Österreichs gegründet, die bis 1938 bestand. Berlin war das Zentrum des deutschsprachigen Pop, weshalb der Akzent der folgenden Ausführungen auf der Weimarer Republik liegen wird, aber viele der Pop-AkteurInnen, die es im Laufe ihres Lebens und Wirkens nach Berlin verschlagen hat, waren ÖsterreicherInnen.⁶ Außerdem gab es ja auch noch die Schweiz. *Pop in der Weimarer Republik* scheidet also auch deshalb als Titel aus, weil es sich dabei um eine geopolitische Formation handelt, die nicht mit der deutschsprachigen Kultur der Zeit von 1918 bis 1933 in eins zu setzen ist. *Pop zwischen 1918 und 1933* klingt einfach nicht gut. Bleibt nur *Pop in den 20er Jahren*. Aber selbstverständlich kann es sich bei Pop in den 20er Jahren nicht um exakt dasselbe Phänomen handeln wie bei Pop ab den 50er Jahren. Man könnte sich also lange darüber streiten, ob wir es in den 20er Jahren mit Pop oder mit Protoformen bzw. Präfigurationen von Pop zu tun haben. Es soll in der vorliegenden Arbeit nicht der Eindruck erweckt werden, es sei alles in den 20er Jahren schon einmal da gewesen, was man ab den 50er Jahren vorfindet. Auf eine begriffliche Unterscheidung von Proto-Pop und Pop oder Präfigurationen von Pop und Pop wird dennoch verzichtet, weil sich schließlich auch

³ Moritz Föllmer und Rüdiger Graf (Hrsg.): *Die ‚Krise‘ der Weimarer Republik. Zur Kritik eines Deutungsmusters*. Frankfurt, New York 2005; Fritz Föllmer: *Which Crisis? Which Modernity? New Perspectives on Weimar Germany*. In: *Beyond Glitter and Doom. The Contingency of the Weimar Republic*. Hrsg. von Jochen Hung, Godela Weiss-Sussex und Geoff Wilkes. München 2012, S. 19–30. Werner Faulstich zielt prägnant auf andere Spannungsfelder: „Die Veränderung des Lebensgefühls vieler Menschen in den 20er Jahren, speziell in Berlin und in anderen deutschen Großstädten, allen voran Hamburg und München, kann in der Tat als ‚Tanz auf dem Vulkan‘ bezeichnet werden, jedoch nicht mit Blick auf die beiden Weltkriege [...], sondern aufgrund einer prekären Balance zwischen neuen Lebensstilen und dem retrospektiven Beharren der Spießer auf Vergangenenem, also einerseits Überwindung alter Tabus und eines breiten revolutionär-kulturellen Aufbruchs und andererseits dem starren Festhalten an den Traditionen der Väter, der Rückbesinnung auf die abendländische Geschichte, letzteres ist oft verbunden mit einem angstbesetzten, resignativen Irrationalismus.“ (Werner Faulstich: *Einführung. Ein Leben auf dem Vulkan? Weimarer Republik und die ‚goldenen‘ 20er Jahre*. In: *Die Kultur der zwanziger Jahre*. Hrsg. von Werner Faulstich. München 2008, S. 7–20, hier S. 18.)

⁴ Kiesel: *Geschichte der deutschsprachigen Literatur*, S. 34.

⁵ Robert Musil: *Der Mann ohne Eigenschaften*. Bd. 1. Reinbek bei Hamburg 1987, S. 19.

⁶ Primus-Heinz Kucher und Julia Bertschik: *Baustelle/Laboratorium Kultur. Einleitende Überlegungen*. In: „*baustelle kultur*“. *Diskurslagen in der österreichischen Literatur. 1918-1933/38*. Bielefeld 2011, S. 9–26, hier S. 15.

Pop-Phänomene ab den 50er Jahren immer im historischen Wandel befunden haben und sich die Semantik von Pop stets verschiebt.

Die vorliegende Arbeit strebt keine historische Vollständigkeit an. Das Korpus wäre leicht erweiterbar, vor allem mit Blick auf andere Medien. Andererseits kann die Zuordnung der hier behandelten AutorInnen zu Pop je nach Gesichtspunkt bestritten werden, ragen sie doch in andere Bereiche oder Strömungen hinein, vereinigen sie vielfältige und bisweilen widersprüchliche Tendenzen in sich. Zunächst einmal muss man aber überhaupt für die Vorstellung bereit sein, dass es Pop in den 20er Jahren *avant la lettre* gegeben hat⁷ und dass Literatur und Kultur der 20er Jahre in formaler wie funktionaler Hinsicht mit Blick auf Pop noch einmal neu konturiert werden können, es sich also nicht lediglich um ein Umlabeln von ‚populär‘ zu ‚pop‘ handelt. Hat man erst einmal den deduktiven Prozess vollzogen, Pop-Konzepte der Gegenwart auf die 20er Jahre zu beziehen, und zwar mit dem Ergebnis, dass es passt, können nicht nur umgekehrt aus der Perspektive der 20er heraus aktuelle Pop-Konzepte modifiziert werden, sondern es zeigen sich in den 20er Jahren noch einmal andere Nuancen an Texten und andere Dynamiken in kulturellen Prozessen. Vor dem Hintergrund könnte man das Korpus, das üblicherweise der Neuen Sachlichkeit zugerechnet wird, differenzieren. So wurde die Arbeit gedacht. So soll sie aber nicht aufgebaut sein.

Die Arbeit wird entlang der Gliederung ‚Leben – Schreiben – Lesen‘ Schlaglichter auf einzelne Facetten dessen werfen, was man als Pop in den 20er Jahren bezeichnen könnte. Dabei soll deutlich werden, wie sich im Kontext von Pop Produktion und Rezeption wechselseitig bedingen. Ohne einer theoretischen Bestimmung vorgreifen zu wollen, kann Pop grob als Phänomen der Rückkopplung aufgefasst werden, bei dem sowohl seitens der ProduzentInnen als auch der RezipientInnen eine gleichberechtigte „Unterwerfung unter die ikonische Zeichenproduktion“⁸ vollzogen wird, die sich nicht nur textuell, sondern auch lebensweltlich unter der Voraussetzung des Populären einstellen kann, das seinerseits wiederum massenmediale Distribution voraussetzt.⁹ Die Konvergenz von Produktion und Rezeption, Leben und Ästhetik, Massenmedien und Kunst gehört notwendig zu Pop und spiegelt sich in dieser Trias, wobei sämtliche Aspekte an jedem Punkt des Kommunikations- bzw. Semioseprozesses präsent sind; wie gesagt: Rückkopplung. Mit der gewählten Zuordnung von einzelnen Texten und AutorInnen zu einem der Punkte

⁷ Christian Jäger spricht in Bezug auf die Pop-Literatur der 90er Jahre von der Wiederkehr der Neuen Sachlichkeit. Das trifft es nicht genau. Allerdings kann man von der Wiederkehr bestimmter Phänomene der 20er Jahre sprechen, die sich von der Neuen Sachlichkeit differenzieren lassen und die eigentlich in gewisser Weise in den 20ern schon Pop sind (Christian Jäger: *Wiederkehr der Neuen Sachlichkeit. Eine Obduktion der neuen deutschen Pop-Literatur*. In: *Berlin. Kultur und Metropole in den zwanziger Jahren*. Hrsg. von Godela Weiss-Sussex und Ulrike Zitzlsperger. München 2007, S. 62–77).

⁸ Dean MacCannell: *Sights and Spectacles*. In: *Iconicity. Essays on the Nature of Culture*. Hrsg. von Paul Bouissac u.a. Tübingen 1986, S. 421–435, hier S. 426; Moritz Baßler: *Leitkultur Pop? Populäre Kultur als Kultur der Rückkopplung*. In: *Kulturpolitische Mitteilungen* 148/1 (2015), S. 34–39, hier S. 36.

⁹ Rudolf Helmstetter: *Der Geschmack der Gesellschaft. Die Massenmedien als Apriori des Populären*. In: *Das Populäre der Gesellschaft. Systemtheorie und Populärkultur*. Hrsg. von Christian Huck und Carsten Zorn. Wiesbaden 2007, S. 44–72, hier S. 44.

wird lediglich ein bestimmtes Merkmal dominant gesetzt. Die vollständige Trias von Leben, Schreiben und Lesen konstituiert das Phänomen Pop, sodass fast jede/r AutorIn und fast jeder Text an jeder Stelle auftauchen könnte bzw. zumeist alle Facetten stets in ihrer Verschränkung vorliegen. Stilvoll und öffentlich Leben sowie mondän, intermedial und glanzvoll Schreiben schließen sich jeweils nicht gegenseitig aus. Auch Lesen und Schreiben liegen fast immer in einer Wechselwirkung vor. Es würde aber Redundanzen erzeugen, wenn man all diesen Verflechtungen in jedem Fall nachginge.

AutorInnen oder künstlerische bzw. massenmediale Artefakte der 20er Jahre mit Blick auf Populär- und Massenkultur zu untersuchen, ist keineswegs neu.¹⁰ Unter dem Gesichtspunkt Pop fallen aber ganz andere Phänomene auf, die Irmgard Keun vielleicht im Blick hatte, als sie ihrer Ich-Erzählerin Doris aus dem *Kunstseidenen Mädchen* das magische Wort ‚Glanz‘ in die Feder gelegt hat,¹¹ die aber in den 20er Jahren noch nicht einheitlich semantisiert werden konnten bzw. für die es noch kein ausgeprägtes kulturdiagnostisches Bewusstsein gab.¹² In Bezug auf Pop gilt es herauszuarbeiten, wie bestimmte ästhetische Versatzstücke und Verfahren zwischen Kunst, Massenmedien und Lebenswelt zirkulieren, sodass Fakt und Fiktion in eins fallen.¹³ So erhalten literarische Texte vor dem Hintergrund eines virulenten Zeitschriftendiskurses nicht nur eine intermediale Gestalt, sondern es kommt zu einer Integration der Konsumkultur/Warenästhetik.¹⁴ Formal schlägt

¹⁰ Das ist untertrieben. Unter dem Stichwort ‚Goldene Zwanziger‘ ist dazu einiges geschrieben worden. In nahezu allen Überblicksdarstellungen finden sich Kapitel zu diesem Aspekt.

¹¹ Irmgard Keun: *Das kunstseidene Mädchen*. Hrsg. von Stefanie Arend und Ariane Martin. Berlin 2005. Im Folgenden zitiert mit der Sigle KM und Seitenangabe.

¹² Ruth Landshoff-Yorcks folgende Äußerung, die an späterer Stelle diskutiert werden wird, soll einen Vorgeschmack darauf liefern, dass etwas im Umschwang war, das nach Pop klingt: „Wir gehören zu einer fiktiven Geheimverbindung, die keine Statuten hat, deren Mitglieder sich an merkwürdigen Geheimzeichen erkennen [...]. Unsere Beschäftigungen und unsere Lebensweise werden von diesen [Erwachsenen] kurzweg als sinnlos bezeichnet werden, aber man erlaubt uns in den meisten Fällen, sie mit Persönlichkeit zu decken. Wir glauben natürlich, daß die Begabung aus Hundespazierengehen, Telephonieren, Ausschlafen, Kleider herschenken oder bestellen eine ausreichende Tätigkeit zu machen, ihnen einfach mangelt. [...] Wir glauben nicht, daß es nötig ist, modern zu sein, aber wir glauben, daß es wichtig ist, gern zu sein. [...] Es ist unnötig, daß dieses jeweilige Gegenüber den Kern unseres Wesens zu fassen bekommt; aber es steht jedem Mitmenschen frei, sich der guten Meinung, die wir von uns hegen, anzuschließen.“ (Ruth Landshoff-Yorck: *Ich über uns*. In: *Das Mädchen mit wenig PS*. Feuilleton aus den zwanziger Jahren. Hrsg. von Walter Fähnders, Berlin 2015, S. 63–66, hier S. 63.)

¹³ Till Huber: *Ausweitung der Kunstzone. Ingo Niermanns und Christian Krachts ‚Docu-Fiction‘*. In: *Depressive Dandys. Spielformen der Dekadenz in der Pop-Moderne*. Hrsg. von Alexandra Tacke und Björn Weyand. Köln u.a. 2009, S. 218–233, hier S. 223; Moritz Baßler: *Definitely Maybe. Das Pop-Paradigma in der Literatur*. In: *Pop. Kultur und Kritik* 4/1 (2015), S. 102–159, hier S. 126.

¹⁴ Thomas Hecken, Marcus S. Kleiner und André Menke: *Popliteratur. Eine Einführung*. Stuttgart 2015, S. 9. Das Warenhaus ist in dem Zusammenhang sowohl kulturhistorisch als auch motivgeschichtlich von großer Bedeutung. Das Warenhaus stellt ebenso ein Medium der Pop-Kultur dar wie die Boulevard-Printmedien oder das Kino, kann im vorliegenden Kontext aber nicht eigens berücksichtigt werden. Vgl. dazu Burckhard Dücker: *Das Warenhaus als Ritualraum der Moderne. Warenhausgestaltungen in der deutschen Literatur zu Anfang des 20. Jahrhunderts*. In: *Konsum und Imagination. Tales of Commerce and Imagination. Das Warenhaus und die Moderne in Film und Literatur*. Hrsg. von Godela Weiss-Sussex und Ulrike Zitzlsperger.

sich dies in einem paradigmatischen, oberflächigen Stil nieder. Funktional wird durch die implementierte Beachtungs- und Aufforderungssignatur von Massenmedien, Reklame etc. ein besonders wirksamer Appell an LeserInnen gerichtet, die eigene Lebenswelt zu ästhetisieren. Alltägliches aus der Konsumkultur findet nicht nur Eingang in die Kunst und verändert deren Formen, sondern das ästhetisch Aufgeladene wird wieder in den (Konsum-)Alltag zurückgespielt. Durch diese Rückkopplung von Produktion und Rezeption wird eine Ästhetisierung der Lebenswelt forciert,¹⁵ deren feine Gliederung gesellschaftliche Distinktionen erlaubt. Bei Pop handelt es sich um einen Prozess, in dessen Rahmen um kulturelle Ordnungsmuster nach dem Ersten Weltkrieg gerungen wird, indem ‚ästhetische Formen‘ etabliert werden. Und diese Formen, die einerseits kontingente Geschmacksurteile spiegeln und andererseits ein existentielles Bedürfnis nach Orientierung stillen, sind das Gegenteil von Populär- und Massenkultur, die ihrerseits als relativ ungeformt empfunden werden. Pop setzt Populär- und Massenkultur voraus, bedeutet aber in mancher Hinsicht gerade deren Überwindung, indem sich ästhetische Kategorien etablieren, die kreuz und quer zu allen traditionellen gesellschaftlichen, oftmals als essentialistisch postulierten Klassifikationsschemata verlaufen, aber eben Linien erzeugen. Es geht also im Folgenden nur am Rande um die Populär- und Massenkultur der 20er Jahre. Erst recht geht es nicht um Populär- und Massenkultur. Bzw. einige der zu untersuchenden Texte könnten dieser Kategorie unter bestimmten Gesichtspunkten zugeordnet werden. Dies spielt aber im vorliegenden Kontext keine Rolle. D.h. es wird nicht untersucht werden, wie beliebt bestimmte Texte auf Basis welcher Merkmale waren – vor allem bei Letzterem handelt es sich um einen stark reduktionistischen Ansatz –, sondern wie sie – zumeist reflexiv – an einer massenmedialen, pop-kulturellen Formgebungspraxis bzw. Pop-Ästhetisierung partizipieren, die sich freilich unter der Bedingung einstellt, dass sie beliebt waren.¹⁶ Aber auch wenn ästhetische Formen für Pop von großer Relevanz sind, bedeutet das nicht, dass sich im Sinne einer literarischen Poetologie oder Ästhetik festschreiben ließe, was Pop ist.¹⁷ Stattdessen gilt es, die Dynamik zwischen verschiedenen Medien, Gattungen, Formen und Rezeptionspraktiken zu rekonstruieren, die Pop immer wieder neu entstehen lassen.¹⁸ Verbunden ist Pop mit einer für die 20er Jahre spezifischen Medienkonvergenz von Radio,¹⁹ Kinofilmen, Zeitschriften und Literatur, die

Frankfurt am Main 2015, S. 165–184; Ulrike Zitzlsperger: *Stadt- und Weltbilder. Das Berliner Warenhaus als kolossale Erscheinung im Feuilleton der Zwischenkriegszeit*. In: Weiss-Sussex, Zitzlsperger: *Konsum und Imagination*, S. 185–200.

¹⁵ Kaspar Maase: *Einleitung. Zur ästhetischen Erfahrung der Gegenwart*. In: *Die Schönheiten des Populären. Ästhetische Erfahrung der Gegenwart*. Hrsg. von Kaspar Maase. Frankfurt am Main 2008, S. 9–27, hier S. 11.

¹⁶ Das gilt zumindest für das vorliegende Korpus. Tatsächlich bedürfen Pop-Phänomene wie Pop Art nicht zwingend der Popularität, auch wenn sie mit der Alltags- und Konsumkultur interagieren.

¹⁷ Hecken, Kleiner, Menke: *Popliteratur*, S. 31.

¹⁸ Hecken, Kleiner, Menke: *Popliteratur*, S. 194.

¹⁹ Primus-Heinz Kucher: *Radio-Literatur und Medienromane im Zeichen der Medienrevolution der 1920er Jahre. Die Radiowelt-Diskussion, A. Höllriegels Hollywood-Feuilleton-Roman und F. Rosenfelds Die goldene Galeere*. In: *baustelle kultur. Diskurslagen in der österreichischen Literatur 1918-1933/38*. Hrsg. von Primus-Heinz Kucher und Julia Bertschik. Bielefeld 2011, S. 349–376.

neue Rezeptionspraktiken bedingt und die ihrerseits aus kombinatorischen Rezeptionspraktiken resultiert.²⁰

Dass bei Pop neben anderen Aspekten Fakt und Fiktion in gewisser Weise in eins fallen, zeigt die Nähe zu dem, was unter dem Stichwort Postmoderne untersucht wurde. Außerdem drängt es sich geradezu auf, im vorliegenden Kontext das viel beschworene Postfaktische einmal mehr zu umkreisen. Das würde allerdings den Rahmen der Untersuchung sprengen. Daher sei lediglich an dieser Stelle betont, dass Pop keineswegs Populismus begünstigt, auch wenn sich im Postfaktischen zunächst einmal ein gemeinsamer Nenner zeigen mag. Vielmehr müsste innerhalb der neuen ontischen Sphäre des Postfaktischen oder, besser gesagt, des Faktualfiktionalen/Fiktionalfaktualen differenziert werden, wie einzelne Phänomene zu bewerten sind,²¹ genauso wie nicht alle Fakten oder alle Fiktionen per se gut oder schlecht sind. Dass sich Faktuales und Fiktionales zunehmend vermischen, mag eine Herausforderung darstellen, aber das war der Roman im 17. Jahrhundert auch, als er sich in Europa verbreitet hat und sich überhaupt erst einmal ein Fiktionalitätsbewusstsein herausbilden musste, damit er goutiert werden konnte, und sich Fakt und Fiktion so voneinander getrennt haben, wie wir es heute kennen. In den 20er Jahren wird diese Grenze wieder fluide, und zwar in dem Diskurs, der im Folgenden als Pop beschrieben werden soll. Ab 1933 wurde dieser Diskurs brutal unterbunden, weil die ihm inhärente moderne und zivilisierte Transgressivität sowie die Möglichkeit, produktiv mit Kontingenz umzugehen, für manche/viel zu viele nicht erträglich war.

Ich danke den Mitgliedern der Forschungsstelle Populäre Kulturen an der Universität Siegen für Gespräche und Kooperationen. Johann Bookmeyer danke ich für Hilfe bei der Recherche sowie Korrekturarbeiten am Manuskript; Christina Hünsche für das Lektorat.

Hinweis: Zur bildlichen Begleitung sei die Internetseite www.illustrierte-presse.de sehr empfohlen. Dort machen das Seminar für Medien- und Kommunikationsforschung der Universität Erfurt sowie die Sächsische Landesbibliothek – Staats- und Universitätsbibliothek Dresden (SLUB) u.a. Lifestyle-Zeitschriften der 20er Jahre zugänglich.

²⁰ In Bezug auf neue Medien und die aktuelle Medienlandschaft: Henry Jenkins: *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York, London 2006, S. 3, 11, 15.

²¹ Johannes Odendahl: *Ästhetische Erziehung in Zeiten des Postfaktischen*. In: *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik* 47/3 (2017), S. 1–16.

1 Vorläufiges – Begriffliches, Geschichtliches, Konzeptuelles

1.1 Pop, Literatur und die Kultur der 20er Jahre

Die historische Semantik von ‚populär‘ und ‚pop‘ ist von Thomas Hecken gründlich aufgearbeitet worden.²² Unnötig zu erwähnen, dass ein historisch-semantischer Zugang – im semasiologischen Sinn – in Bezug auf die 20er Jahre nicht möglich ist. Man würde schlicht nicht fündig werden. Eine frühe Erscheinung des Lautkörpers mit minimalen Bezügen zum Konzept Pop stellt laut Allen Kaprow ein Werbeslogan für Kellogg’s *Rice Krispies* in den USA am Ende der 20er Jahre dar:²³ „Snap! Crackle! Pop!“²⁴ Einen von zahlreichen Ursprungsmythen erzählt Reyner Banham, für den Pop als Bewegung in dem Augenblick beginnt, in dem Richard Hamilton in der Londoner Hanover Gallery ausgestellt wird, also 1955.²⁵ Man könnte auch die Ausstellung *This is tomorrow* in der Whitechapel Art Gallery von 1956 anführen, die u.a. mit der Independent Group verbunden ist, die ihrerseits auf den knalligen Begriff Pop setzt.²⁶ Und wenigstens einmal erwähnt werden muss auch der Name Lawrence Alloway... Auf Basis historisch-semantischer Beobachtungen können sich abstrahierbare Einsichten in das Konzept Pop ergeben, und einige der Erkenntnisse, die an Phänomenen ab den 50er Jahren gewonnen wurden, lassen sich auf die 20er Jahre beziehen. Dass ab den 50er Jahren Semantiken zur Verfügung stehen, die u.a. diese Phänomene bündeln, bedeutet nicht, dass es derartige Konzepte zuvor überhaupt nicht gegeben hätte. So ist für Pop Fine Art zentral, dass es zu einer Entgrenzung von Kunst kommt und die Werbe- und Warenwelt integriert wird. Hamilton, der dieserart verfährt, beruft sich dabei auch auf Marcel Duchamps (1848-1925) und Filippo Marinetti (1876-1944).²⁷

Um das Phänomen Pop von außen einzukreisen, ist es am leichtesten, von dem auszugehen, was die zeitgenössische Pop-Literatur ausmacht oder eint, auch wenn sie nicht mit Pop ins eins fällt, sondern ein sekundäres Phänomen darstellt. Was Pop im Sinne einer spezifischen Pop-Ästhetik in Bezug auf Literatur, was literarischer Pop oder Poppigkeit in der Literatur sein könnte, ist noch nicht befriedigend geklärt, aber es gibt eben einen relativ stabilen, gut untersuchten Kanon dessen, was als Pop-Literatur bezeichnet wird,²⁸

²² Vgl. insg. Thomas Hecken: *Pop. Geschichte eines Konzepts 1955-2009*. Bielefeld 2009.

²³ https://www.ricekrispies.com/en_US/snap-crackle-pop.html.

²⁴ Hecken: *Pop. Geschichte eines Konzepts*, S. 67.

²⁵ Hecken: *Pop. Geschichte eines Konzepts*, S. 9.

²⁶ Hecken: *Pop. Geschichte eines Konzepts*, S. 67.

²⁷ Hecken: *Pop. Geschichte eines Konzepts*, S. 10.

²⁸ Vgl. u.a. als historischen Längsschnitt: Moritz Baßler: *Der deutsche Pop-Roman. Die neuen Archivisten*. München 2002; Thomas Jung: *Vom Pop international zur Tristesse Royal. Die Popliteratur, der Kommerz und die postmoderne Beliebigkeit*. In: *Alles nur Pop? Anmerkungen zur populären und Pop-Literatur seit 1990*. Hrsg. von Thomas Jung. Frankfurt am Main 2002,

mit dem einige Texte der 20er Jahre problemlos vergleichbar sind. Berücksichtigt man die übliche Korpusbildung sowie die häufigsten Annahmen zur neuen deutschen Pop-Literatur, kann man festhalten, dass sie sich – und das ist eine gleichermaßen banale wie wichtige Definition – als Reaktion auf Pop bzw. Pop-Kultur konstituiert.²⁹ Die neue deutsche Pop-Literatur ist also nicht ästhetisch, stilistisch oder strukturell einheitlich definiert.³⁰ Das muss vielleicht eigens betont werden, weil die Lage in Bezug auf die Bildmedien ein wenig anders ist. Auch dort liegen zahlreiche Bezüge zur Pop- und Konsumkultur vor, jedoch gibt es auch ästhetische Parameter. Man würde wohl kaum ein verschwommenes Bild – einer Bachlandschaft – in Pastellfarben als Pop einordnen. Natürlich werden literarische Verfahren geltend gemacht, die für Pop-Literatur konstitutiv sind. So neigt die Pop-Literatur zu Archivierung³¹ und Listenbildung,³² und das sind formale, für Pop-Literatur charakteristische Phänomene, d.h. die Pop-Literatur archiviert die zeitgenössische Kultur durch konkrete Benennung von Marken und Namen in einem nicht-narrativen Modus. Außerdem gilt Pop-Literatur als dynamisch und sinnlich, als intermediär stilistisch von Film und Musik geprägt. Aber diese Verfahren und Stile sind für Pop-Literatur allein für sich genommen nicht signifikant. Das sind sie nur dann, wenn sie mit einer konkreten, sichtbaren Kommunikation mit der Pop-Kultur einhergehen. Das bedeutet – um es zu wiederholen –, dass als gemeinsamer Nenner der Pop-Literatur zunächst einmal nur von besagten Bezugnahmen ausgegangen werden kann. Und diese lassen sich recht eng fassen als Bezugnahmen auf Pop-Kultur und nicht auf Populärkultur oder das Populäre im Allgemeinen.³³

S. 29–53; Jörgen Schäfer (Hrsg.): *Pop-Literatur*. (Text + Kritik, Sonderband. Hrsg. von Heinz-Ludwig Arnold). München 2003; Eckhard Schumacher: *Gerade Eben Jetzt. Schreibweisen der Gegenwart*. Frankfurt am Main 2003; Johannes G. Pankau: (Hrsg.): *Pop-Pop-Populär. Popliteratur und Jugendkultur*. Bremen u.a. 2004; Sascha Seiler: „Das einfache wahre Abschreiben der Welt.“ *Pop-Diskurse in der deutschen Literatur nach 1960*. Göttingen 2006; Alexandra Tacke, Björn Weyand (Hrsg.): *Depressive Dandys. Spielformen der Dekadenz in der Pop-Moderne*. Köln u.a. 2009.

²⁹ Hecken, Kleiner, Menke: *Popliteratur*, S. 1–2; Jung: *Tristesse Royal*, S. 40. John Fiske geht – natürlich nicht mit pejorativem Gestus – davon aus, dass Pop-Literatur einen Common Sense voraussetzt, der wiederum auf Klischees basiert (John Fiske: *Understanding Popular Culture*. London, New York 1989, S. 118). Man könnte den Common Sense als das Populäre auffassen, und die – bewussten – Klischees als Teil einer Formgebungspraxis, durch die Pop-Kulturen entstehen.

³⁰ Eckhard Schumacher und Kerstin Gleba: *Vorwort*. In: *Pop seit 1964*. Hrsg. von Eckhard Schumacher und Kerstin Gleba. Köln 2007, S. 11–16, hier S. 12.

³¹ Baßler: *Die deutsche Popliteratur*.

³² Matthias Schaffrick und Niels Werber (Hrsg.): *Liste. Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik (LiLi)* 47/3 (2017), S. 303–430; Matthias Schaffrick und Niels Werber: *Die Liste, paradigmatisch*. In: *LiLi* 47/3 (2017), S. 303–316; Matthias Schaffrick: *Listen als populäre Paradigmen. Zur Unterscheidung von Pop und Populärkultur*. In: *KulturPoetik* 16/1 (2016), S. 109–125.

³³ Natürlich bezieht sich die Pop-Literatur auch auf die Populärkultur und auf Populäres im Allgemeinen, aber das machen zahlreiche literarische Phänomene auch, die nicht Pop-Literatur sind. Bei der Pop-Literatur werden die Referenzen als ästhetisch distinktive innerhalb einer bestimmten Medienkultur inszeniert.

Das Populäre ist das, was viele beachten,³⁴ was voraussetzt, dass die Massenmedien ein Apriori des Populären bilden.³⁵ Pop-Kulturen konstituieren sich als durch Stilverbünde sichtbare und erkennbare distinkte Gruppen unter Bezugnahme auf das Populäre.³⁶ In dieser Konstellation unterhält Pop-Kultur eine parasitäre Beziehung zum Populären.³⁷ „Pop wäre demnach eine Form des Populären. Also wäre das Populäre ein lose gekoppeltes Medium, das Pop für strikter gekoppelte Formbildungen nutzt.“³⁸ Das kontingente, gleich-gültige moderne Individuum bedarf dieser Formen, weil es nicht mehr selbstverständlich kulturell verortet ist. Stilverbünde führen also zu einer Kopplung von Individuen und reduzieren in ihrer sichtbaren Distinktionsfunktion Kontingenz in einer nicht mehr segmentierten oder stratifizierten, modernen Gesellschaft.³⁹

Die Akteure der Populärkultur wurden im Lauf von deren Geschichte zunehmend sensibler für das Spiel der Distinktionen in seinen negativen (Ausgegrenztwerden) wie in seinen attrahierenden Varianten (Profilierung als herausfordernde Normverletzer und Garanten vorenthaltener Genüsse); gezieltes Sichunterscheiden von anderen ästhetischen Praktiken und Stilen wurde zum grundlegenden Imperativ und zum Markenzeichen für Populärkultur.⁴⁰

Gerade die im Zitat so benannte Populärkultur funktioniert in der Hinsicht indifferenter, sodass dieser Begriff in dem Kontext zu vermeiden ist. Was hier eigentlich beschrieben wird, ist Pop-Kultur, und die wäre demnach ein formsensibles Oberflächenphänomen, das der Orientierung dient und gleichzeitig trotz aller Möglichkeiten, subversiv zu sein, per se einen Machtdiskurs ausbildet.

Indem Pop konstitutiv ein diskursives Phänomen ist, geht es in den Popdiskursen entsprechend um die Erlangung symbolischer Macht, d.h. Definitionsmacht als Diskursmacht. Popdiskurse sind Kämpfe um Bedeutung, mit dem Ziel, diskursive Hegemonie zu erlangen, Anschlussysteme des richtigen und falschen Pop-Verständnisses. Die festgeschriebenen

³⁴ Thomas Hecken: *Pop-Literatur um 1968*. In: *Text + Kritik. Sonderband Pop-Literatur* 2003, S. 41–54, hier S. 41.

³⁵ Helmstetter: *Der Geschmack der Gesellschaft*, S. 44–72; Thomas Hecken: *Theorien der Populärkultur. Dreißig Positionen von Schiller bis zu den Cultural Studies*. Bielefeld 2007, S. 7; Hecken, Kleiner, Menke: *Popliteratur*, S. 9.

³⁶ Jochen Venus: *Die Erfahrung des Populären. Perspektiven einer kritischen Phänomenologie*. In: *Performativität und Medialität Populärer Kulturen. Theorien, Ästhetiken, Praktiken*. Hrsg. von Marcus S. Kleiner und Thomas Wilke. Wiesbaden 2013, S. 49–73, hier S. 54; Thomas Hecken: *Pop-Konzepte der Gegenwart*, S. 96–99 (in: www.uni-münster.de/Ejournals/index.php/pop/article/view/755/720 (Aufruf: 03.01.2018)); Thomas Hecken und Marcus S. Kleiner: *Einleitung*. In: *Handbuch Popkultur*. Hrsg. von Thomas Hecken und Marcus S. Kleiner. Stuttgart 2017, S. 2–14, hier S. 8; Thomas Jung: *Trash, Cash oder Chaos? Populäre deutschsprachige Literatur seit der Wende und die sogenannte Popliteratur*. In: *Alles nur Pop*, S. 15–28, hier S. 26.

³⁷ Niels Werber: *Die Ausnahme des Pop*. In: *LiLi* 46/3 (2016), S. 321–332, hier S. 324.

³⁸ Werber: *Ausnahme des Pop*, S. 324.

³⁹ Venus: *Erfahrung des Populären*, S. 54.

⁴⁰ Kaspar Maase: *Bewegliche Grenzen. Überlegungen zur Bestimmung von Populärkultur in der Weimarer Republik*. In: *Populärkultur, Massenmedien, Avantgarde. 1919-1933*. Hrsg. von Jessica Nitsche und Nadine Werner. München 2012, S. 21–36, hier S. 30.

Pop-Welten besitzen klare Codes wie jede popkulturelle Szene, die man erlernen, internalisieren oder kennen muss, um sich an den jeweiligen Pop-Diskursen beteiligen zu können [...].⁴¹

Die Zugehörigkeit zu einer Pop-Kultur ist insofern Ausdruck von Kontingenz, als sie aus einer freien Wahl resultiert, die auf einem Geschmacksurteil basiert und auf ganzer Linie ge- und erlebt wird. Dadurch erscheint Pop-Kultur als unmittelbar zugänglich und präsent, sodass sie gemäß Jochen Venus dem hermeneutischen Nachgraben entgeht.⁴² Dennoch kann man mit guten Gründen einwenden, dass die En- und Decodierungsleistungen, die das Spiel mit der Distinktion erfordert, im Grunde doch Verstehensprozessen entsprechen, die sich nicht völlig inkommensurabel zu einer hermeneutischen Exegese hochkultureller Artefakte verhalten. Kulturhermeneutische Prozesse sind sicher immer im Gang, wenn die Sinnlichkeit und Sichtbarkeit von Zeichenträgern, die einen Stilverbund konstituieren, also unterscheiden und charakterisieren, kulturelle Differenzen und Identitäten erzeugen,⁴³ auch wenn es einen dem Erlebnis unmittelbar zugänglichen ästhetischen Kristallisationspunkt gibt wie ein Lied, einen Film, eine Marke, einen Star ... Außerdem ist Pop-Kultur natürlich öffentlich und durchaus inklusiv, aber es ist eines ihrer wesentlichen Merkmale, dass es eine Grenze gibt und dass vor denjenigen, die ausgeschlossen sind, eine gewisse Hermetik inszeniert wird.⁴⁴ Die Codes sind – wirklich oder vermeintlich – nicht allen gleichermaßen bekannt bzw. nicht für alle gleichermaßen aufschlussreich. Dietrich Diederichsen bringt diese Dynamik folgendermaßen auf den Punkt: „Pop tritt nur als Geheimcode auf, der aber gleichzeitig für alle zugänglich ist.“⁴⁵ Man kann dies aber auch umkehren und sagen, dass Pop zwar allen zugänglich ist, sich allerdings letztlich dadurch konstituiert, dass es Geheimcodes gibt. Stilverbünde bewegen sich in jedem Fall auf der Stelle, an der populäre Kulturen eine untrennbare Wechselwirkung mit Pop-Ästhetik eingehen, die Grenzen zwischen Leben und Kunst verschwimmen, Lebensentwürfe in ästhetisch wahrnehmbaren Zeichenträgern encodiert sind. Dieser entdifferenzierte, avantgardistische Zug von Pop-Kultur macht es schwer, einen diskursiven und einen ästhetischen Anteil eigens herauszupräparieren und zu beobachten. Wesentlich ist aber, dass es sich bei Pop-Kulturen nicht lediglich um soziale, soziodemographisch oder sozialpraktisch konturierte Gebilde handelt, die hinsichtlich ihrer Mitgliederzahl eine kritische Masse erreicht haben, sondern dass im Lifestyle ästhetisch wird, also sinnlich wahrnehmbar, was diese Gebilde ausmacht. Demnach wäre, stark vereinfacht gesagt, ein/e PhysikerIn VertreterIn einer sozialen oder funktionalen Schicht oder eines Berufs,

⁴¹ Hecken, Kleiner, Menke: *Popliteratur*, S. 37.

⁴² Venus: *Erfahrung des Populären*, S. 56–57.

⁴³ Dass beispielsweise in *Tristesse Royale* Ekel und Langeweile bezüglich dieses Distinktionsspiels bekundet wird (vgl. dazu u.a. Stefanie Roenneke: *Adieu Tristesse! Wie viel Camp steckt in Pop?* In: *Poetik der Oberfläche. Die deutschsprachige Popliteratur der 1990er Jahre*. Hrsg. von Olaf Grabienski, Till Huber und Jan-Noël Thon. Berlin, Boston 2011, S. 111–124), beweist gerade, wie elementar dieser Aspekt für Pop ist.

⁴⁴ Freilich kann man dies von allen Kulturen sagen. Allerdings wäre zu überlegen, ob bzw. dass bei Pop-Kulturen eine ästhetische Zeichenpraxis prägnanter ist.

⁴⁵ Dietrich Diederichsen: *Pop – deskriptiv, normativ, emphatisch*. In: *Texte zur Theorie des Pop*. Hrsg. von Charis Goer, Stefan Greif und Christoph Jacke. Stuttgart 2013, S. 182–195, hier S. 192.

Schach- oder Computerspiele zu spielen, Teil einer Populärkultur, in Kostümen auf *Star-Trek-Conventions* zu gehen, ein Phänomen der Pop-Kultur.⁴⁶ Oder auf die Weimarer Republik bezogen, wäre die weibliche Angestellte eine Vertreterin einer neuen sozialen oder funktionalen Schicht oder eines Berufs, weibliches Mitglied in einem Sportverein zu sein, Teil der Populärkultur, die Neue Frau der 20er Jahre ein Phänomen der Pop-Kultur.

Bis auf John Fiske, der an anderer Stelle erörtert werden wird, spielen die VertreterInnen der Cultural Studies im vorliegenden Kontext keine Rolle. Auch wenn Stuart Halls Überlegungen zu massenmedialen Kommunikationsprozessen bzw. En- und Decodierungen nicht unwichtig für pop-kulturelle Gruppierungen und ihre ästhetische Kommunikation sind, zielen die VertreterInnen der Cultural Studies am Phänomen Pop vorbei, weil sie letztlich andere als ästhetische Variablen dominant setzen, durch die aber im vorliegenden Kontext Pop definiert wird. Ein Punk-Outfit ist vielleicht eine eigenständige Variable, die sich quer zu Class, Gender und Race verhält und von diesen möglicherweise weder determiniert wird noch diese unterschiedlich determiniert. Pop-Kultur setzt zahlreiche der Variablen außer Kraft, die für die Cultural Studies zentral sind. Das würden die VertreterInnen wohl nicht bestreiten, aber wenn ein Phänomen schon transgressiv ist oder neue Linien erzeugt, muss man die alten Kategorien und Prozesse nicht erneut untersuchen – das wurde ja bestens getan – bzw. diese nicht zementieren, indem man sie in jeder Untersuchung als Variable/Balast mitschleppt. Der reflexiv-ästhetische Zug poppiger Kulturen unterscheidet sie von dem, was im vorliegenden Kontext unter Populärkultur verstanden wird. Diese muss nicht zwingend bzw. wurde nicht immer, wird aber im Rahmen dieser Arbeit eher als massenkulturelles Phänomen verstanden. Hans-Otto Hügel versteht Populärkultur oder Populäre Kultur als Vergnügens-, Spaß- oder Unterhaltungskultur, die er wiederum als ästhetische Kategorie fasst.⁴⁷ Er subsumiert mehr oder weniger auch das, was im vorliegenden Kontext als Pop verstanden wird,⁴⁸ und er erwähnt die postmoderne Tendenz, dass sie eine Formensprache ausprägt, in der Kunst und Populäres konvergieren. Zwar spricht er von der Teilhabe an einer Ästhetik, jedoch wird diese – so scheint es – am Artefakt festgemacht,⁴⁹ wengleich Hügel das prozessual-kommunikative Populärer Kulturen betont,⁵⁰ während im vorliegenden Kontext wesentlich ist, dass das Ästhetische reflexiv als soziale Kategorie eingesetzt wird und somit ästhetische und soziale – und in gewisser Weise existentielle – Funktionen in eins fallen. Das Ästhetische haftet nicht mehr unbedingt dem Artefakt an. Wenn Hügel für eine bestimmte Phase im 19. Jahrhundert konstatiert, dass das Motto gilt: „Sage mir, womit Du Dich unterhältst; und ich sage Dir, was Du bist“⁵¹, ist nicht das Gleiche gemeint wie in dieser

⁴⁶ Maren Lickhardt: *Star Trek. Popkultur als Szene gemeinsamer Aufmerksamkeit* (2015). In: <http://www.pop-zeitschrift.de/2015/01/03/star-trepopkultur-als-szene-gemeinsamer-aufmerksamkeit-von-maren-lickhardt3-1-2015/> (Aufruf: 03.01.2018).

⁴⁷ Hans-Otto Hügel: *Einleitung*. In: *Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien, Diskussionen*. Hrsg. von Hans-Otto Hügel. Stuttgart, Weimar 2003, S. 1.

⁴⁸ Hügel: *Einleitung*, S. 11.

⁴⁹ Hans-Otto Hügel: *Nachrichten aus dem gelingenden Leben. Die Schönheit des Populären*. In: *Die Schönheiten des Populären. Ästhetische Erfahrung der Gegenwart*. Hrsg. von Kaspar Maaße. Frankfurt am Main, S. 77–97, hier S. 77.

⁵⁰ Hügel: *Einleitung*, S. 16.

⁵¹ Hügel: *Einleitung*, S. 18.

Arbeit, die pop-kulturelle Zugehörigkeiten nicht am zugewendeten Medium festmacht. Hier gilt: Zeige mir, wie Du konsumierst, und ich erkenne, als was du dich gibst. Die Frage ist nicht, ob man *Star Wars* oder *Star Trek* lieber mag, sondern ob man eher in Kostümen auf Conventions geht oder ob man es bevorzugt, im Chanel-Outfit Champagner zu trinken, auch wenn man *Star Wars* und/oder *Star Trek* rezipiert und schätzt.

Die Weimarer Republik spielt sich – in größerem Maß, als wir dies heute kennen – auf der Straße ab, wo Populäres und auch Populistisches ausgetragen wird. Aber dass es in den 20er Jahren so etwas wie Pop-Kulturen gibt,⁵² setzt vor allem voraus, dass Massenmedien in der Weimarer Republik eine entscheidende Rolle spielen, die das Populäre generieren. Außerdem bedarf es eines gewissen Überflusses, eines gewissen Aufkommens und einer gewissen Zugänglichkeit zu Waren, Vergnügungsangeboten, Kunstprodukten. Eine effiziente Produktion, Freizeit⁵³ und auch das, was man als Kulturindustrie bezeichnen kann, machen ein Phänomen wie Pop-Kultur wahrscheinlicher,⁵⁴ um den Nexus an dieser Stelle lediglich vorsichtig zu erwähnen. Über die Kausalität ließe sich streiten, aber die Vielfalt von Konsumartikeln und Freizeitformen macht eine Auswahl gleichermaßen möglich wie nötig.⁵⁵ Zusätzlich zu diesem Überschuss muss es vermutlich auch eine Art epistemologische und axiologische Lücke geben, in die sich die Pop-Formen begeben oder aus der sie entstehen können.⁵⁶ Nun soll kein großer kulturhistorischer Abriss erfolgen, denn es dürfte auf der Hand liegen, dass diese Faktoren in der Weimarer Republik gegeben sind. Schaut man sich unter diskursanalytischen Gesichtspunkten Publikationen zur Weimarer Republik an – und im Folgenden v.a. Lexikonartikel und Überblicksdarstellungen, die besonders prägnant zuspitzen, was in und zu Weimar kursiert –, fallen die Schlagworte Populärkultur und Massenkultur oder Massengesellschaft mit Blick auf Medienpräsenz und Konsumphänomene fast immer.⁵⁷ Zunächst hatte der Erste Weltkrieg auf dehumanisierende Weise über die massenhafte Vernichtung menschlicher Körper zu einer makabren Egalisierung geführt. Dann waren ökonomische Mechanismen

⁵² Nadja Geer datiert Pop ebenfalls – überzeugend – unter dem Schlagwort der Sophistication zeitlich zurück, betrachtet aber insgesamt eine konservativere Variante als im vorliegenden Korpus (Nadja Geer: *Sophistication. Zwischen Denkstil und Pose*. Göttingen 2012).

⁵³ Dirk Stegmann: *Angestelltenkultur in der Weimarer Republik*. In: Faulstich: *Die Kultur der zwanziger Jahre*, S. 21–40, hier S. 29; Katharina von Ankum: *Material Girls. Consumer Culture and the „New Woman“ in Anita Loos' Gentlemen prefer Blondes and Irmgard Keun's Das kunstseidene Mädchen*. In: *Colloquia Germanica* 27/2 (1994), S. 159–172.

⁵⁴ Martin Seeliger: *Popkultur. Gesellschaftliche Strukturierung und situative Aushandlung*. In: *Philosophie und Popkultur*. Hrsg. von Thomas Hecken und Marcel Wrzesinski. Bochum 2010, S. 177–192, hier S. 185–186.

⁵⁵ Christoph Rauen: *Pop und Ironie. Popdiskurs und Popliteratur um 1980 und 2000*. Berlin 2010, S. 15.

⁵⁶ Thomas Jung: *Vorwort*. In: *Alles nur Pop*, S. 9–14, hier S. 11.

⁵⁷ Peter Hoeres: *Die Kultur von Weimar. Durchbruch der Moderne*. Berlin-Brandenburg 2008, S. 8; Detlev Peukert: *Die Weimarer Republik. Krisenjahre der Klassischen Moderne*. Frankfurt am Main 1987, S. 166; Bernd Balzer und Volker Mertens (Hrsg.): *Deutsche Literatur in Schlaglichtern*. Mannheim u.a. 1990, S. 19; Volker Meid (Hrsg.): *Literaturlexikon. Begriffe, Realien, Methoden*. München 1983, S. 481, und sehr viele mehr. Vgl. auch Heckens Ausführungen zur Kultur der Weimarer Republik (Hecken: *Pop. Geschichte eines Konzepts*, S. 43–47).

am Werk, die den Prozess vom „bürgerlichen Individuum zur anonymen Masse“⁵⁸ weitergetrieben haben, angefangen bei der Inflation. Eine massenhafte Vermehrung von Geld bedeutet Entwertung und damit auch „Verlust von Ordnungen, Werten und Orientierungen im privaten, öffentlichen wie politischen Leben.“⁵⁹ Für Geld gilt: „[Z]ero’s power to signify growth and multiplication is fused with zero’s signification of a void [...]“⁶⁰ Bei weitem nicht für alle, aber für manche wendet sich das Blatt ab 1923/1924. Ab dann ist Masse auch mit Kultur, mit Freizeit und Konsum verbunden,⁶¹ was regelmäßig in einem Atemzug mit dem Amerikanismus der 20er Jahre genannt wird.⁶² Wir bewegen uns in der Zeit der so genannten relativen wirtschaftlichen Stabilisierungsphase, der Zeit eines – wie der Name schon sagt: relativen – wirtschaftlichen Aufschwungs im Rahmen eines nach amerikanischem Vorbild strukturierten kapitalistischen Systems, das nach dem Dawes-Plan durch amerikanische Anleihen mitfinanziert wurde.⁶³ Diese „Erholungspause für Deutschland“⁶⁴ schafft Raum und Kapazitäten für Massenproduktion, Massenkonsum und Freizeitkultur.⁶⁵ Insbesondere Freizeit bzw. das Wochenende wird in Lifestyle-Zeitschriften inszeniert, denn freie Zeit will gefüllt werden und ist nun der Raum, in dem

⁵⁸ Hoeres: *Kultur von Weimar*, S. 132.

⁵⁹ Martin Geyer: *Verkehrte Welt. Revolution, Inflation und Moderne. München 1914-1924*. Göttingen 1998, S. 22; vgl. auch Walter Benjamin: *Einbahnstraße* [1928]. In: Walter Benjamin: *Einbahnstraße. Berliner Kindheit um Neunzehnhundert*. Frankfurt am Main 2011, S. 7–76, hier S. 23.

⁶⁰ Bernd Widdig: *Culture and Inflation in Weimar Germany*. Berkeley u.a. 2001, S. 99.

⁶¹ Ulf Porschadt geht davon aus, dass Pop nach dem Zweiten Weltkrieg entsteht, weil zu dieser Zeit die jungen Menschen kaufkräftig werden, die üblicherweise als AgentInnen der Pop-Kultur betrachtet werden. Natürlich gibt es in den 20er Jahren mehr als in den 50er Jahren konkrete Armut, von der nicht wenige betroffen sind, aber eine bestimmte, den massenmedialen Diskurs prägende Gruppe eher junger Menschen ist auch schon in den 20er Jahren kaufkräftig (Ulf Porschadt: *Money, Money, Money*. In: *Sound Signatures. Pop-Splinter*. Hrsg. von Jochen Banz. Frankfurt am Main 2001, S. 40–54, hier S. 51).

⁶² Ursula Büttner: *Die überforderte Republik 1918-1933. Leistung und Versagen in Staat, Gesellschaft, Wirtschaft und Kultur*. Stuttgart 2008, S. 333; Peukert: *Weimarer Republik*, S. 166; Balzer, Mertens: *Deutsche Literatur*, S. 19, und viele andere. Aber natürlich sollte nicht übersehen werden, dass auch bzw. gerade der Bolschewismus mit Vermassung, Entfremdungsprozessen, Entwurzelungen, Gleichmacherei etc. verbunden wurde: „[...] so niveaulos wie traditionslos; so seelenlos wie gottlos; materialistisch wie rationalistisch; so naturfremd und menschenfeindlich wie technikbegeistert; so heimatlos wie großstädtisch. Die Sammelbezeichnung dafür hieß ‚Amerikanismus‘ oder ‚Kulturbolschewismus‘.“ (Kiesel: *Geschichte der deutschsprachigen Literatur*, S. 89)

⁶³ Eberhard Kolb: *Die Weimarer Republik*. München 2009, S. 67, 74. Die Betonung liegt laut Kolb zu Recht auf ‚relativ‘. Jost Hermand, Frank Trommler: *Die Kultur der Weimarer Republik*. Frankfurt am Main 1988, S. 50–56; Falko Schneider: *Filmpalast, Varieté, Dichterkreis. Massenkultur und literarische Elite in der Weimarer Republik*. In: *Literarische Moderne. Europäische Literatur im 19. und 20. Jahrhundert*. Hrsg. von Rolf Grimminger, Jurij Murasov und Jörn Stückrath. Reinbek bei Hamburg 1995, S. 453–478.

⁶⁴ Kolb: *Weimarer Republik*, S. 67.

⁶⁵ Peukert: *Weimarer Republik*, S. 177–178; Brockhaus *Ezyklopädie in 30 Bänden*. Bd. 29. Mannheim 2006, S. 587; Friedrun Bastkowski, Christa Lindner und Ulrike Prokop: *Frauenalltag und Frauenbewegung im 20. Jahrhundert. Materialsammlung zu der Abteilung 20. Jahrhundert im*

durch Aktivitäten und Selbstinszenierungen die Distinktionen erzeugt werden, die durch Arbeit oder Klasse oftmals nicht mehr gegeben sind, d.h. es geht hier um mehr als nur um einen arbeitsfreien Tag. Wie Angela Schwarz herausgearbeitet hat, wird das Wochenende als gestaltete Zeit von Publikumszeitschriften geradezu erfunden. Es handelt sich nicht um ein gänzlich unbekanntes Phänomen, aber neue Arbeitsgesetze bringen einen neuen Diskurs in Gang.⁶⁶ U.a. mit dem Wochenende werden partiell pop-kulturelle Praktiken – mit starken Überschneidungen zu populärkulturellen Praktiken – durch die Massenmedien vorgeführt, d.h. reflektiert und popularisiert, aber auch überhaupt erst generiert.⁶⁷ Und diese Medien explodieren in der Weimarer Republik.⁶⁸ Ein enormer Aufschwung des Pressewesens,⁶⁹ insbesondere der illustrierten Zeitschriften⁷⁰, und ein großer Zuwachs an Lichtspielhäusern prägen das Profil der Epoche.⁷¹ – Dass dabei ein Begriff

Historischen Museum Frankfurt. Frauenbewegung und die „Neue Frau“ 1890-1933. Frankfurt am Main 1980, S. 106–107; Hoeres: *Kultur von Weimar*, S. 105, 109; Büttner: *Die überforderte Republik*, S. 331.

⁶⁶ Vgl. insgesamt zum Thema der Inszenierung Angela Schwarz: *Die Erfindung des Wochenendes in der Presse der Weimarer Republik.* In: *Deutsche illustrierte Presse. Journalismus und visuelle Kultur in der Weimarer Republik.* Hrsg. von Katja Leiskau, Patrick Rössler und Susann Trabert. Baden-Baden 2016, S. 275–304.

⁶⁷ Hoeres: *Kultur von Weimar*, S. 84, 89.

⁶⁸ Insgesamt besonders lesenswert: Corey Ross: *Media and the Making of Modern Germany. Mass Communications, Society, and Politics from the Empire to the Third Reich.* Oxford 2008, Part I, II, II; Corey Ross und Karl Christian Führer: *Mass Media, Culture and Society in Twentieth Century Germany. An Introduction.* In: *Mass Media, Culture and Society in Twentieth Century Germany.* Hrsg. von Corey Ross und Karl Christian Führer. Basingstoke 2006, S. 1–22.

⁶⁹ Winfried B. Lerg: *Die Publizistik der Weimarer Republik. Zur kommunikationsgeschichtlichen Ausgangslage.* In: *Presse im Exil. Beiträge zur Kommunikationsgeschichte des deutschen Exils 1933-1945.* Hrsg. von Hanno Hardt, Elke Hilscher und Winfried B. Lerg. München u.a. 1979, S. 17–96, hier S. 26, 30; Heinz-Dietrich Fischer: *Die Zeitschrift im Kommunikationssystem.* In: *Deutsche Zeitschriften des 17. bis 20. Jahrhunderts.* Hrsg. von Heinz-Dietrich Fischer. München 1973, S. 11–28, hier S. 20; Christian Jäger und Erhard Schütz: *Einleitung.* In: *Städtebilder zwischen Literatur und Journalismus. Wien, Berlin und das Feuilleton der Weimarer Republik.* Hrsg. von Christian Jäger und Erhard Schütz. Wiesbaden 1999, S. 9–10; Karen M. Moores: *Presse und Meinungsklima in der Weimarer Republik. Eine publizistikwissenschaftliche Untersuchung.* Mainz 1997, S. 41–42

⁷⁰ Katja Leiskau, Patrick Rössler und Susann Trabert: *Deutsche illustrierte Presse. Journalismus und visuelle Kultur in der Weimarer Republik.* In: Leiskau, Rössler, Trabert: *Deutsche illustrierte Presse*, S. 11–22, hier S. 11.

⁷¹ Hermann Kähler: *Berlin. Asphalt und Licht. Die große Stadt in der Literatur der Weimarer Republik.* Berlin 1986, S. 51; Michael Bienert: *Die eingebildete Metropole. Berlin im Feuilleton der Weimarer Republik.* Stuttgart 1992, S. 7, 11; Wilhelm Marckwardt: *Die Illustrierte der Weimarer Zeit. Publizistische Funktion, ökonomische Entwicklung und inhaltliche Tendenzen.* München 1982, S. 30–48; Walter Laqueur: *Weimar. Die Kultur der Republik* [1974]. Frankfurt am Main, Berlin, Wien 1976, S. 289; Diana Mantel: *Ruth Landshoff-Yorck. Schreibende Persephone zwischen Berliner Bohème und New Yorker Underground. Analysen zum Gesamtwerk.* Frankfurt am Main 2015, S. 55; Ernst Bloch: *Ein Sieg des Magazins* [1929]. In: Ernst Bloch: *Erbschaft dieser Zeit.* Erweiterte Ausgabe. Frankfurt am Main 1962, S. 38–39, hier S. 38.

wie „Massenunterhaltungsindustrie“⁷² fällt und eine Verschränkung von „[k]ünstlerische[r] Avantgarde und Massenkultur“⁷³ betont wird, wundert kaum.

‚Vermassung‘ als umfassende Beschreibungsformel ist nicht nur für die ersten Nachkriegsjahre, sondern insgesamt für die klassische Moderne – neben dem Narrativ bzw. der Semantik der Krise⁷⁴ – das entscheidende Stichwort.⁷⁵ In kulturkritischen Diskursen versteht man unter Masse, so Hecken,

eine Ansammlung isolierter Individuen, die durch die liberal-kapitalistische Konkurrenz aus ihren traditionellen ständischen Gemeinschaften und unhinterfragten moralischen Verpflichtungen herausgelöst worden sind, eine Ansammlung orientierungsloser, bindungsloser Individuen, die jetzt durch verschiedene Konditionierungsangebote zu einer großen, irrationalen, künstlichen, weil nicht ‚organisch‘ gewachsenen Masse formiert würden.⁷⁶

Eine negativ empfundene ökonomische, politische und damit letztlich auch stilistisch-ästhetische Egalisierung stellt sich in manchen Kontexten der Weimarer Republik als Problem dar, während in der Forschung der Erste Weltkrieg zur Deutung dieser Republik überstrapaziert wird.⁷⁷ Das betrifft z.B. auch eine übersteigerte Wahrnehmung der Kriegsliteratur bzw. des erst spät stärker einsetzenden Kriegsdiskurses. Wie Helmuth Kiesel herausstellt, sollte man „den vielbeschworenen Rest- und Neu-Militarismus oder Bellizismus der deutschen Gesellschaft zur Zeit der Weimarer Republik nicht überbetonen.“⁷⁸

⁷² Klaus Petersen: *Zensur in der Weimarer Republik*. Stuttgart 1995, S. 56; Thorsten Eitz und Isabelle Engelhardt: *Diskursgeschichte der Weimarer Republik*. Bd. 1. Hildesheim u.a. 2015, S. 289.

⁷³ Kolb: *Weimarer Republik*, S. 95.

⁷⁴ Föllmer, Graf: *Krise*.

⁷⁵ Widdig: *Culture and Inflation*, S. 213; Kiesel: *Geschichte der deutschsprachigen Literatur*, S. 87. Ulrike Baureithel zeigt, dass und wie dies mit dem Girl verbunden wird und wie Zivilisation mit Konsum und Weiblichkeit konnotiert und dem Kultur-Begriff entgegengesetzt wird (Ulrike Baureithel: *Unendliche Negation. Geschlecht als kulturelles Ordnungsmuster in der Kultur-Zivilisations-Antithese seit dem Ersten Weltkrieg*. In: *Femininisierung der Kultur? Krisen der Männlichkeit und weibliche Avantgarden*. Hrsg. von Annette Runte und Eva Werth. Würzburg 2007, S. 157–170, hier 162).

⁷⁶ Hecken: *Pop. Geschichte eines Konzepts*, S. 43; Kiesel: *Geschichte der deutschsprachigen Literatur*, S. 56.

⁷⁷ Oftmals wird davon ausgegangen, dass der Zweite Weltkrieg eine Zäsur darstellt, in deren Folge pop-kulturelle Prozesse begünstigt wurden. Mit dieser Begründung grenzen Olivier Agard, Christian Helmreich und Hélène Vinckel-Roisin die 60er deutlich von den 20ern ab (Olivier Agard, Christian Helmreich und Hélène Vinckel-Roisin: *Einleitung*. In: *Das Populäre. Untersuchungen zu Interaktionen und Differenzierungsstrategien in Literatur, Kultur und Sprache*. Hrsg. von Olivier Agard, Christian Helmreich und Hélène Vinckel-Roisin. Göttingen 2011, S. 11–36, hier S. 29). Der Erste Weltkrieg wird im vorliegenden Kontext, wie bereits betont, nicht als Movens der Pop-Kultur betrachtet, sondern er hat allenfalls die Lücke gerissen, die später mit Pop gefüllt werden konnte, aber so oder so hat es eine frühere Zäsur gegeben als den Zweiten Weltkrieg, die im Kontext von Pop beachtet werden muss.

⁷⁸ Kiesel: *Geschichte der deutschsprachigen Literatur*, S. 496. Nun hat ein Tagebucheintrag im Vergleich mit Kiesels systematischen und auf breiter Materialbasis basierenden Beobachtungen nur anekdotische Evidenz, aber nur um Harry Graf Kessler einmal erwähnen zu können, sei

Und Sabina Becker konstatiert, es könne von „einer breiten Etablierung und Bestätigung einer militärischen Maskulinität in der Weimarer Republik [...] keine Rede sein [...]“. ⁷⁹ Es mag spitzfindig sein, dies zu betonen, wenn im gleichen Atemzug darauf aufmerksam gemacht wird, dass der Verlust der Vorkriegsordnung großen Einfluss auf die Kultur der Weimarer Republik hatte, aber der Krieg und die mit ihm einhergehenden gesellschaftlichen Zusammenbrüche und Umbauten sind nun einmal nicht dasselbe. Und der Verlust der alten Ordnung, insbesondere die Lockerung ehemaliger Klassenbindungen, ⁸⁰ spielt eine entscheidende Rolle, während die konkrete Kriegserfahrung in manchen Diskursen durchaus abgestreift werden kann. Individuen, denen nach dem Wegfall der Autoritäten des Kaiserreichs der Orientierungspunkt fehlt, ⁸¹ bedürfen der von Helmut Lethen so bezeichneten ‚Verhaltenslehren‘, die ordnend auf zentrale Bereiche des Lebens Bezug nehmen, ⁸² diese deskriptiv zu kategorisieren und präskriptiv zu normieren helfen.

Wenn stabile Außenhalte der Konvention wegfallen, Diffusion der vertrauten Abgrenzungen, Rollen und Fronten gefürchtet wird, antwortet die symbolische Ordnung mit einem klirrenden Schematismus, der allen Gestalten auf dem Feld des Sozialen Konturen verleiht. Alle Phänomene – vom Körperbau bis zum Charakter, von der Handschrift bis zur Rasse – werden klassifiziert. Merkwürdig genug dienen neue technische Medien wie die Fotografie hierbei als Definitionsinstrumente. ⁸³

Auf Basis der „Aufwertung der sichtbaren Phänomene, der Bewegungsabläufe und Verhaltensmuster und der Abwehr der introspektiven Psychologie“ ⁸⁴ werden in den 20er Jahren zahlreiche Typologien entwickelt, anhand derer Menschen beurteilt werden. Sehr viele Aspekte, die Gegenstände entsprechender Taxierungen sind, fallen mit dem in eins, was pop-kulturelle Distinktionen ausmacht. Umgekehrt führt die beschriebene Kultur der

darauf hingewiesen, dass er im Mai 1929 Folgendes notiert: „Heydt wiederholte immer wieder, der Erfolg von Remarques Buch sei ihm unverständlich, da nach seinen Erfahrungen alle Kriegsteilnehmer vom Krieg nichts wissen oder hören wollten.“ (Harry Graf Kessler: *Tagebücher 1918 bis 1937*. Hrsg. von Wolfgang Pfeiffer-Belli. Berlin 1995, S. 617.)

⁷⁹ Sabina Becker: „*Schiffbrüchige Männer*“. *Verlorene Generation? Zum Verhältnis von Krieg und Geschlecht in der Weimarer Republik*. In: *Jahrbuch zur Kultur und Literatur der Weimarer Republik* 16 (2013/2014), S. 33–68, hier S. 36–37. Wenn Sabina Becker konstatiert, dass es diese militärische Maskulinität nicht in dem Maße gegeben habe, wie angesichts eines Autors wie Ernst Jünger vermutet werden könnte, bedeutet dies gemäß Becker nicht, dass der Krieg spurlos an Männern und Männlichkeit vorübergegangen wäre. Vielmehr arbeitet Becker heraus, wie diese beschädigt wurden. Es gibt aber darüber hinaus in der Weimarer Republik einen Diskursraum, in dem der Krieg in keiner dieser Hinsichten eine große Rolle spielt.

⁸⁰ Christoph Rauen: *Pop und Ironie*, S. 16.

⁸¹ Helmut Lethen: *Verhaltenslehre der Kälte. Lebensversuche zwischen den Kriegen*. Frankfurt am Main 1994, S. 35–36.

⁸² Lethen: *Verhaltenslehren*, S. 36; Arend, Martin: *Nachwort zu Das kunstseidene Mädchen*, S. 227.

⁸³ Lethen: *Verhaltenslehren*, S. 10–11.

⁸⁴ Lethen: *Verhaltenslehren*, S. 195. Gegenstand dieser Klassifikationssysteme waren auffallend häufig Frauen (Lynne Frame: *Gretchen, Girl, Garçonne? Weimar Science and Popular Culture in Search of the Ideal New Woman*. In: *Women in the Metropolis. Gender and Modernity in Weimar Culture*. Hrsg. von Katharina von Ankum. Berkeley 1997, S. 12–40, hier S. 13–15).

visuellen Bewertung sicherlich zu einem Bemühen um Unterscheidung, das sich in popkulturellen Formen niederschlägt, was vor allem den von Lethen so bezeichneten Radar-Typus betrifft,⁸⁵ der ohne inneren Kompass auf Sicht navigiert. Kategorisierung durch sichtbare Phänomene in den Verhaltenslehren und Distinktionen durch Stilverbände in der Pop-Kultur... Verhaltenslehren und Pop-Kultur scheinen einen Zusammenhang zu haben! Was Helmuth Plessner, auf den sich Lethen beruft, als Gesellschaftsformen beschreibt, die vor den Zumutungen ‚authentischer Begegnungen‘ schützen sollen, nämlich Rollen und Masken,⁸⁶ könnte zwar nicht ausschließlich, aber in bemerkenswertem Maß nicht nur als Formen der Gesellschaft im Gegensatz zur Gemeinschaft, sondern als Formen einer sich im Entstehen befindlichen Pop-Kultur verstanden werden. Die Ressourcen sind, wie gesagt, in den 20er Jahren vorhanden: Massenmedien liefern das Populäre,⁸⁷ das zu ästhetischen Formierungen genutzt werden kann, und die ökonomischen Prozesse liefern weiteres Rohmaterial: Konsumartikel und Freizeit. Massenmedien und die relative wirtschaftliche Stabilisierung tragen also dazu bei, dass die Lücke, die der Erste Weltkrieg und mehr noch der gesellschaftliche Umbau nach dem Ersten Weltkrieg gerissen haben, gefüllt werden kann. Der Zusammenbruch der alten sozialen Ordnung setzt die Individuen frei, löst sie auf und führt sie – zumindest gefühlt – der Vermassung zu, aber es stehen durch Massenmedien und Massenproduktion Ressourcen zur Verfügung, anhand derer sich neue Identitäten und Differenzen entfalten, sich das Individuum als Teil einer sichtbar definierten Gruppe wieder stabilisiert. Möglicherweise ist das auch der Grund dafür, warum in manchen Diskursen der Krieg schneller und leichter verdrängt werden konnte, als in der Forschung üblicherweise angenommen wird.

Vielleicht ist funktionale Differenzierung in ihren frühen Varianten oder generell noch nicht der Boden für die Ausprägung von Pop-Kulturen,⁸⁸ sondern erst das, was mit dem Begriff der Masse in den und in Bezug auf die 20er Jahre beschrieben wird, scheint kontingent genug zu sein, um als Kompensationsmaßnahme ästhetisch wahrnehmbare Distinktionsmerkmale zu erfordern. Masse zeichnet Pop-Kultur gerade nicht aus, sondern stellt deren zu überwindende Voraussetzung, also ihr *Movens* dar. Ebenso sind standardisierte und massenhaft produzierte Konsumprodukte kein Teil, sondern nur eine Bedingung von Pop-Kultur. Dass die Semantik der Masse die Zeit der klassischen Moderne prägt,⁸⁹ stellt einen Indikator dafür dar, dass Masse als Problem oder Krisenerscheinung wahrgenommen wird. Wo die Masse dann z.B. bei Siegfried Kracauer ein Ornament bildet,⁹⁰ mag sie zwar ebenfalls auf bewusster Ebene kritisch in den Fokus rücken, ist aber ja gerade an der Stelle bereits ornamental gebannt. Die ungeformte – und vermutlich auch nicht ornamental denkbare – Masse ist nicht das, was Pop-Kultur auszeichnet – dies sei

⁸⁵ Lethen: *Verhaltenslehren*, S. 235ff.

⁸⁶ Helmuth Plessner: *Grenzen der Gemeinschaft. Eine Kritik des sozialen Radikalismus*. Frankfurt am Main 2002, S. 79–84.

⁸⁷ Kiesel: *Geschichte der deutschsprachigen Literatur*, S. 102.

⁸⁸ So aber Venus: *Erfahrung des Populären*, S. 52.

⁸⁹ Man denke an Gustave Le Bons *Psychologie der Masse*, die erstmals 1912 ins Deutsche übersetzt wurde, oder Elias Canettis *Masse und Macht*, das 1960 erschien, aber 1922 begonnen wurde.

⁹⁰ Siegfried Kracauer: *Das Ornament der Masse* [1927]. In: Siegfried Kracauer: *Das Ornament der Masse*. Frankfurt am Main 1977, S. 50–63.

nochmals betont. Sie stellt aber einen wichtigen Nährboden für Pop-Kultur dar, während das Ornament bereits als ein Aspekt von Pop betrachtet werden kann.⁹¹ Pop ist ein Formgebungs- und Differenzierungsmechanismus für die Massenkultur. Angebote der Massenkultur richten sich zunächst einmal an alle Schichten und Generationen.

Die Entwicklung einer massenmedialen populären Kultur ist auf jeden Fall mit einer gewissen funktionalen Demokratisierung der Gesellschaft verbunden. Sie hängt mit dem von Norbert Elias beschriebenen ‚Zivilisationsprozess‘ zusammen, der sich durch eine Verringerung des Machtgefälles innerhalb der Gesellschaft kennzeichnet, wobei die Normen des Verhaltens weniger formell und schichtspezifisch werden.⁹²

At the same time, the unprecedented circulation of sights and sounds via the mass media suggested not only a gradual displacement of regional cultural particularities but also a flattering of class hierarchies. The extent to which this new mass culture actually leveled cultural distinctions and blurred class lines in German society is, however, open to debate.⁹³

Was den massenmedialen oder verbreitungsmedialen Aspekt betrifft, so werden zunächst einmal Unterschiede eingeebnet, haben Massen- bzw. Verbreitungsmedien bis zu einem gewissen Grad einen standardisierenden Effekt, aber abgesehen davon, dass eine für die Weimarer Republik grundlegende Differenz auch im Zusammenhang mit dem Medienangebot und der Mediennutzung besteht, nämlich die zwischen Stadt und Land,⁹⁴ kann insgesamt im Kontext der Weimarer Massenmedien, insbesondere in Bezug auf Kino und Radio, von einer differenzierten und weiter differenzierenden „Social Topography of Taste“⁹⁵ gesprochen werden. Es gibt „distinctive audiences for certain types of programming that in many ways mirrors the division within German society.“⁹⁶ Soziale Unterschiede werden nicht völlig ausgeglichen. Vielmehr könnte man zunächst einmal sogar von einer sozialen Determiniertheit des Medienzugangs oder der Medienzuwendung im doppelten Sinn der Worte ausgehen. Mehr als 400 Produktionsfirmen liefern Kinomaterial, das in Berlin schon je nach Stadtteil – also sozialem Status – zu einem differenzierten Angebot führt.⁹⁷ Man findet außerdem atmosphärische und rezeptionspraktische Differenzen zwischen „Kintopp and a posh cinema“, also einem Kino, in dem man kommt und geht, wie man will, und in dem bei schlechterer Bildqualität auch geredet wird, und einem Kino, für das man Karten kauft und in dem man bei besserer Bildqualität still sitzt.⁹⁸ Auf den Punkt gebracht: „Das Kinoerlebnis war im Filmpalast anders als im Groschenkino

⁹¹ Letztlich ist das nicht nur eine Frage des Angebots, sondern der Aneignung (Thomas Hecken: *Das Versagen der Intellektuellen. Eine Verteidigung des Konsums gegen seine deutschen Verächter*. Bielefeld 2010, S. 38).

⁹² Agard, Helmreich, Vinckel-Roisin: *Einleitung*, S. 15.

⁹³ Corey Ross: *Cinema, Radio, and ‚Mass Culture‘ in the Weimar Republic. Between shared experience and social division*. In: *Weimar Culture revisited*. Hrsg. von John Alexander Williams. New York 2011, S. 23–48, hier S. 23.

⁹⁴ Ross: *Cinema*, S. 25.

⁹⁵ Ross: *Cinema*, S. 28.

⁹⁶ Ross: *Cinema*, S. 29.

⁹⁷ Ross: *Cinema*, S. 31.

⁹⁸ Ross: *Cinema*, S. 32–33.

[...].“⁹⁹ „The history of ‚mass culture‘ is not a tale of powerful new technologies bulldozing their way across the socio-cultural landscape, but rather a complex and contingent story in which social differences and human actions play a key part.“¹⁰⁰ Aber – und das ist im Kontext von Pop wichtig – auch unabhängig vom finanziellen Vermögen und sozialen Status prägen sich verschiedene Akzente aus, entstehen interne Differenzierungen und feine Unterschiede,¹⁰¹ denen als entscheidende Variable der Geschmack und weniger irgendein Determinismus zugrunde liegt. Der boulevardeske Starkult der 20er Jahre¹⁰² lehrt, dass die blonde Lilian Harvey eben nicht die brünette Colleen Moore ist. Eine neue Kultur entstand, in der es einen Unterschied machte, ob man im Romanischen Café oder im Jockey saß, ob man Charlestonkleider oder Marlenehosen trug, ob man sich mit Coty oder Kaloderma pflegte. Die Zeugnisse der 20er Jahre wimmeln von solchen Unterscheidungen auf Basis von konsumistisch generierten Äußerlichkeiten, also eigentlich popkulturellen Praktiken.¹⁰³ Darüber hinaus setzt in der Literatur der 20er Jahre auch ein poetologischer Diskurs ein, in dem es zu einer Hochwertung von Unterhaltung, Oberflächlichkeit, Zerstreung und sinnlichen Reizen kommt,¹⁰⁴ was aber als rein poetologische Debatte oder textuelle Kategorie ebenso gut unter dem Stichwort Neue Sachlichkeit laufen könnte und auch zu Recht läuft. Dass aber auch die Lebenswelt eine unter der Voraussetzung moderner Verbreitungsmedien ästhetisch aufgeladene sein muss, ist als entscheidender Punkt hervorzuheben. Diana Mantel gehört zu den wenigen ForscherInnen, die in Bezug auf die 20er Jahre am Rande von Pop sprechen. Pop aber lediglich als Schreibweise auszuweisen, „die sich durch Elemente wie das Aufgreifen und Zitieren von

⁹⁹ Büttner: *Die überforderte Republik*, S. 331.

¹⁰⁰ Ross: *Cinema*, S. 37.

¹⁰¹ Thomas Hecken: *Avant-Pop. Von Susan Sontag über Prada und Sonic Youth bis Lady Gaga und zurück*. Berlin 2012, S. 10.

¹⁰² Hanne Loreck: *Auch Greta Garbo ist einmal Verkäuferin gewesen. Das Kunstprodukt ‚Neue Frau‘ in den 20er Jahren. Einige Überlegungen zu einer Photo- und Skulpturausstellung im Georg Kolbe Museum in Berlin*. In: *Frauen, Kunst, Wissenschaft* 9/10 (1990), S. 17–26, hier S. 24; Timm Starl: *Filmprogramm und Starporträt. Fotomontage und Bildpostkarte in der Filmreklame der Zwischenkriegszeit*. In: *Populärkultur, Massenmedien, Avantgarde. 1919–1933*. Hrsg. von Jessica Nitsche und Nadine Werner. München 2012, S. 115–136.

¹⁰³ Konrad Dussel analysiert die Inhalte politisch und weltanschaulich unterschiedlich ausgerichteter Zeitschriften in der Weimarer Republik hinsichtlich ihrer Homo- und Heterogenität, um Informationsflüsse über Milieus hinweg einschätzen zu können. Mit anderen Worten, als Dussel sie verwendet, kann man sagen, dass er den Common Ground bzw. die Common Grounds der Weimarer Republik in dieser Fallstudie ausmisst. Er kommt zu dem Schluss, dass das heterogene Korpus zahlreiche Übereinstimmungen aufweist, dass aber in verschiedenen Milieus unterschiedliche Akzente gesetzt werden (Konrad Dussel: *Getrennte Welten? Illustrierte Zeitungsbeilagen in der Weimarer Republik als Mittel soziokultureller Segregation*. In: Leiskau, Rössler, Trabert: *Deutsche illustrierte Presse*, S. 211–230, hier insb. S. 211, 227–228). Nun wäre es interessant, ähnliche Fragen zu verfolgen, um statt sozialer Milieus, die es in der Weimarer Republik selbstverständlich in weitaus stärkeren Ausprägungen gegeben hat als heute, pop-kulturelle Gruppen und Distinktionen systematisch, d.h. quantitativ zu ermitteln und zu beschreiben, indem man Lifestyle-Zeitschriften vergleicht.

¹⁰⁴ Hecken: *Avant-Pop*, S. 9.

Diskursen und Alltagselementen auszeichnet“¹⁰⁵, spezifiziert das Phänomen nicht, solange nicht verdeutlicht wird, um welche Diskurse und Alltagselemente es sich handelt, und es sind massenmedial ästhetisch aufgeladene Phänomene, um die es hier geht. Literatur und Lifestyle-Zeitschriften bilden solche Medien. Da die Literatur und die Printmedien den Hauptgegenstand des vorliegenden Bandes bilden, muss zumindest an dieser Stelle kurz auf die Rolle des Kinos und die Bücherkrise der 20er Jahre eingegangen werden.¹⁰⁶ Die alte bildungsbürgerliche Käuferschicht von Büchern ist zu dieser Zeit verarmt, und auch wenn eine neue Mittelklasse an ihre Stelle tritt und sich an jener orientiert, entsteht mit dieser doch ein neues Publikum für neue kulturelle Angebote mit einem neuen Geschmack, sodass nun das Kino zum wesentlichen Unterhaltungsmedium, aber auch zum Leitmedium kultureller Selbstvergewisserung und ästhetischer Inszenierung avanciert.¹⁰⁷ Dem wird im vorliegenden Zusammenhang nicht nachgegangen werden, aber natürlich darf nicht ungesagt bleiben, dass Kino, Kinobesuche, Filme, Starkultur und Werbung eine Dynamik aufweisen¹⁰⁸, die nicht allein als populär- und massenkulturelle beschrieben werden kann, sondern die zu einer frühen Erscheinung von Pop gehört.

Man könnte die genannten gesellschaftlich-kulturellen Umformungen mit den Schlagworten Befreiung und Uniformierung fassen. Diese Pole rahmen das Bild der Epoche neben allen anderen Kontrasten, die zu Recht immer wieder als solche betont werden. Es ist die Neue Frau, an der diese zwiespältige Modernisierung besonders sichtbar wird.¹⁰⁹ Die Frau tritt in den 20er Jahren im Kontext ihrer Erwerbstätigkeit ins Licht der Öffentlichkeit, die nicht nur aus Straßen, Büros und Kaufhäusern besteht, sondern der ökonomischen und massenmedialen Aufmerksamkeit. Als logische Folge ihrer größeren Kaufkraft werden Frauen in der Weimarer Republik zu interessanten Adressatinnen der Konsum-, Vergnügungs- und Werbeindustrie.¹¹⁰ In dem Maß, in dem sie an dem Angebot von Kinofilmen, Tanzlokalen, Schlagermusik, Mode und Schönheitsindustrie partizipieren,

¹⁰⁵ Mantel: *Ruth Landshoff-Yorck*, S. 52.

¹⁰⁶ Barndt, Kerstin: *Sentiment und Sachlichkeit*, S. 29; Lynda B. King: *Vicki Baum and the Making of Popular Success. Mass Culture or Popular Culture*. In: *Women in German Yearbook* 11 (1995), S. 151–189, hier S. 153; Kerstin Barndt: ‚Mittlerinnen zwischen Buch und Volk‘? *Die Leserin im literarischen Feld der Weimarer Republik*. In: *Jahrbuch zur Literatur der Weimarer Republik* 5 (1999/2000), S. 77–113, hier S. 77–83.

¹⁰⁷ Jasmin Lange: *Der deutsche Buchhandel und der Siegeszug der Kinematographie. 1895-1933. Reaktionen und strategische Konsequenzen*. Wiesbaden 2010, S. 46, 49–51; Kiesel: *Geschichte der deutschsprachigen Literatur*, S. 102.

¹⁰⁸ Patrick Rössler: *Stars und Sternchen. Magazine und die ‚neue Frau‘ im Film*. In: Leiskau, Rössler, Trabert: *Deutsche illustrierte Presse*, S. 233–254, hier S. 235.

¹⁰⁹ Friedrich M. Huebners 1929 herausgegebener Essayband *Die Frau von morgen wie wir sie wünschen* ist nicht nur bezeichnend für die Diskussion um die Neue Frau in den 20er Jahren, sondern dokumentiert auch und zunächst einmal, dass diese zeitgenössisch bereits als Symptom ihrer Zeit begriffen wurde. Am deutlichsten zeigt sich dies vermutlich in Richard Huelsenbecks Essay *Bejahung der modernen Frau* (Richard Huelsenbeck: *Bejahung der modernen Frau*. In: *Die Frau von morgen wie wir sie wünschen*. Hrsg. von Friedrich M. Huebner. Leipzig 1929, S. 33–37). Walter Fähnders: *Avantgarde und Moderne. 1890-1933*. Stuttgart 1998, S. 239; Bau-reithel: *Unendliche Negation*.

¹¹⁰ Bastkowski, Lindner, Prokop: *Frauenalltag*, S. 107; Elisabeth Kautz: *The Fruits of her Labor. Working Women and Popular Culture in the Weimar Republic*. Ann Arbor 1998, S. 22–29.

werden sie selbst zum Gegenstand von Kommerz und Massenmedien. Die Weimarer Öffentlichkeit entdeckt bzw. kreiert unabhängig von ihrer politischen Ausrichtung auf allen Kommunikationskanälen die Neue Frau.¹¹¹ Dies ist verbunden mit einer starken Uniformierung zum Typus,¹¹² der je nach Variante als sportlich-androgynes, kameradschaftliches, sexuell und finanziell unabhängiges Girl oder als mondäner, selbstbewusster, berechnender und lebensfroher Flapper zirkuliert.¹¹³ In diesem Zusammenhang kommt es zur Enttabuisierung des Make-up und anderer Hilfsmittel: Schönheit erscheint nicht mehr als naturgegeben, sondern durch Disziplin, Pflegeaufwand und finanziellen Einsatz steuerbar,¹¹⁴ um sich den besagten Leitbildern und Typen anzupassen; nicht zuletzt, um dem Chef im Büro und den Kunden im Kaufhaus zu gefallen und in Letzterem mit der eigenen Attraktivität als Werbeträgerin zu fungieren.¹¹⁵ Hier wäre ein – affirmierter – ökonomischer Kreislauf geschlossen. Populäres, Stil und Distinktion treffen zusammen und machen die Neue Frau nicht zu einem passiven Objekt der Populärkultur der 20er Jahre, sondern zu einer aktiven Agentin der Pop-Kultur. Und als solche changiert sie, wie Thomas Wegmann konstatiert, zwischen empirisch aufweisbarer Realität sowie Projektion, Kunstprodukt und medialer Realität.¹¹⁶ Unabhängig von dieser Neuen Frau als Gegenstand oder Konstrukt muss angemerkt werden, dass es sich in großem Maß um einen weiblichen Diskursraum handelt, innerhalb dessen die Geschlechterrollen ausgehandelt werden, und dieser Raum überschneidet sich mit dem des Pop-Diskurses. Das ist insofern interessant, als Pop ab den 50er Jahren zumeist männlich codiert ist und Gleiches über die Neue Sachlichkeit gesagt wurde.¹¹⁷

¹¹¹ Vibeke Rützou Petersen: *Women and Modernity in Weimar Germany. Reality and Representation in Popular Fiction*. New York 2001, S. 79; Patrice Petro: *Joyless Streets. Women and Melodramatic Representation in Weimar Germany*. Princeton 1989, S. 20–23. Allerdings existierten auch Publikationsorgane, in denen unterschiedliche bis widersprüchliche Weiblichkeitsbilder verhandelt wurden, und die jenseits des Mainstreams politische Aspekte thematisierten (Kerstin Wilhelms: *Frauenzeitschriften in der Weimarer Republik*. In: *Neue Frauen. Die zwanziger Jahre*. Hrsg. von Kristine von Soden und Maruta Schmidt. Berlin 1988, S. 65–72, hier S. 65–66).

¹¹² Loreck: *Greta Garbo*, S. 22–23; Petersen: *Women and Modernity*, S. 136.

¹¹³ Irmgard Roebing: „Haarschnitt ist noch nicht Freiheit“. *Das Ringen um Bilder der Neuen Frau in Texten von Autorinnen und Autoren der Weimarer Republik*. In: *Jahrbuch zur Literatur der Weimarer Republik* 5 (1999/2000), S. 13–76, hier S. 18–24; Barbara Drescher *Die ‚Neue Frau‘*. In: *Autorinnen der Weimarer Republik*. Hrsg. von Walter Fähnders und Helga Karrenbrock. Bielefeld 2003, S. 163–186, hier S. 175.

¹¹⁴ Katharina von Ankum: *Karriere. Konsum. Kosmetik. Zur Ästhetik des weiblichen Gesichts*. In: *Gesichter der Weimarer Republik. Eine physiognomische Kulturgeschichte*. Hrsg. von Claudia Schmolders und Sander Gilman. Köln 2000, S. 175–190, hier S. 176–183; Julia Bertschik: *Mode und Moderne. Kleidung als Spiegel des Zeitgeistes in der deutschsprachigen Literatur (1770-1945)*. Köln 2005, S. 195–196.

¹¹⁵ Christiane Eifert: *Die neue Frau. Bewegung und Alltag*. In: *Weimar in Berlin. Porträt einer Epoche*. Hrsg. von Manfred Görtemaker und das Bildarchiv Preußischer Kulturbesitz. Berlin-Brandenburg 2002, S. 82–103, hier S. 85.

¹¹⁶ Thomas Wegmann: *Dichtung und Warenzeichen. Reklame im literarischen Feld. 1850-2000*. Göttingen 2011, S. 343; Jens Flemming: *Neue Frau? Bilder, Projektionen, Realitäten*. In: Faulstich: *Die Kultur der zwanziger Jahre*, S. 55–70, hier S. 62.

¹¹⁷ Kurt Pinthus: *Männliche Literatur*. In: *Das Tage-Buch* 10/1 (1929), S. 903–911.