

Aus:

BARBARA KORTE, SYLVIA PALETSCHKEK (HG.)

History Goes Pop

Zur Repräsentation von Geschichte in populären
Medien und Genres

Juni 2009, 350 Seiten, kart., zahlr. z.T. farb. Abb., 29,80 €, ISBN
978-3-8376-1107-6

Geschichte hat gegenwärtig Konjunktur – besonders populäre Präsentationen prägen das Geschichtsbild nachhaltig. Dennoch ist das Forschungsfeld populärer Geschichtskulturen bisher wenig bearbeitet worden.

Die Beiträge des Bandes beschäftigen sich aus inter- und transdisziplinärer Perspektive mit Geschichtsdarstellungen in Print, Film und Fernsehen. Hinzu kommen Analysen von Medien und Genres, die bisher kaum erforscht wurden, etwa Geschichtstheater, Computerspiele oder Stadtrundgänge.

Mit Beiträgen u.a. von Angela Schwarz, Kees Ribbens, Wolfgang Hochbruck und Judith Keilbach.

Barbara Korte (Prof. Dr.) lehrt englische Literatur- und Kulturwissenschaft an der Universität Freiburg mit besonderen Schwerpunkten im 19., 20. und 21. Jahrhundert.

Sylvia Paletschek (Prof. Dr.) lehrt neuere und neueste Geschichte an der Universität Freiburg.

Weitere Informationen und Bestellung unter:
www.transcript-verlag.de/ts1107/ts1107.php

INHALT

Geschichte in populären Medien und Genres: Vom Historischen Roman zum Computerspiel

BARBARA KORTE UND SYLVIA PALETSCHKEK

9

I. GESCHICHTE IN PRINTMEDIEN

Zehn Thesen zum historischen Roman

PETER PRANGE

61

Zwischen Affirmation und Revision populärer Geschichtsbilder: Das Genre *alternate history*

MICHAEL BUTTER

65

Kleiner Hobbit und Großer Artus: Populäre mittelalterliche Mythen und ihr Potenzial für die Förderung historischen Denkens

NICOLA EISELE

83

Historische Sachbücher - Historische Fachbücher: Der Fall Werner Maser

MARTIN NISSEN

103

Die Darstellung des Zweiten Weltkriegs in europäischen Comics: Eine Fallstudie populärer Geschichtskultur

KEES RIBBENS

121

II. GESCHICHTE AUDIOVISUELL

**Geschichte im Film: Zum Umgang mit den Zeichen
der Vergangenheit im Dokudrama der Gegenwart**

MATTHIAS STEINLE

147

**Zur Entwicklung dokumentarischer Formen der
Geschichtsvermittlung im öffentlich-rechtlichen
Fernsehen der Bundesrepublik**

EDGAR LERSCH

167

**Ereignis und Erlebnis: Entstehung und Merkmale des
zeitgenössischen dokumentarischen Geschichtsfernsehens**

THOMAS FISCHER

191

**Fiktionalität oder Fakten: Welche Zukunft hat
die zeitgeschichtliche Dokumentation?**

STEFAN BRAUBURGER

203

III. ERLEBBARE GESCHICHTE

**›Belebte Geschichte‹: Delimitationen der
Anschaulichkeit im Geschichtstheater**

WOLFGANG HOCHBRUCK

215

**Paddeln für die Archäologie:
Mit dem Einbaum in die Steinzeit**

ERWIN KEEFER

231

**Geschichte zu Fuß: Feministische
Stadtrundgänge zur Frauengeschichte vor Ort**

BIRGIT HEIDTKE

251

IV. GESCHICHTE UND NEUE MEDIEN

**Problematische Popularität? Erinnerungskultur,
Medienwandel und Aufmerksamkeitsökonomie**

ERIK MEYER

267

**Repräsentation von Geschichte in Wikipedia oder:
Die Sehnsucht nach Beständigkeit im Unbeständigen**

MAREN LORENZ

289

**»Wollen Sie wirklich nicht weiter versuchen, diese Welt
zu dominieren«: Geschichte in Computerspielen**

ANGELA SCHWARZ

313

Autorenverzeichnis

341

Register

345

GESCHICHTE IN POPULÄREN MEDIEN UND GENRES: VOM HISTORISCHEN ROMAN ZUM COMPUTERSPIEL

BARBARA KORTE UND SYLVIA PALETSCHEK

Geschichte als populäres Phänomen

*History goes pop.*¹ In vielen westlichen bzw. westlich orientierten, europäischen wie außereuropäischen Kulturen ist Geschichte ein Gegenstand populärkultureller Repräsentation, Produktion und Konsumtion. Seit den 1980er Jahren ist ein steigendes öffentliches Interesse an Geschichte zu verzeichnen, das seit der zweiten Hälfte der 1990er und insbesondere in den letzten Jahren einen bisher ungekannten Höhepunkt erreicht hat (vgl. Winter 2001 und 2006: 19-39). Auch in Deutschland ist Geschichte heute omnipräsent. Sie begegnet uns in populärwissenschaftlichen Zeitschriften, in der Unterhaltungsliteratur, in Museen und Ausstellungen, in (historischen) Themenparks, auf Mittelaltermärkten, im Kino und im TV, in Computerspielen und im Internet. Um nur ein Beispiel aus der Vielzahl populärer Geschichtsdarbietungen herauszugreifen: Ende 2008 war *Die Deutschen*, eine zehnteilige Doku-Serie zur besten Sendezeit, dem Zweiten Deutschen Fernsehen eine Investition von fünf Millionen Euro wert; im Durchschnitt rund fünf Millionen Zuschauer und Zuschauerinnen wurden mit der Sendung erreicht.² Wie nie zuvor ist Geschichte in den Alltag eingedrungen und scheint dabei verschiedenste Bedürfnisse zu befriedigen: nach historischer Bildung und Unterhaltung, nach Entspannung und Zerstreuung, nach Identität und Orientierung, nach Abenteuer und Exotismus, nach neuen Erfahrungen und Erlebniswelten oder auch nach einer Flucht aus dem Alltag in eine Vergangenheit, die überschaubarer und weniger komplex erscheint als die Gegenwart.

1 Für die redaktionelle Unterstützung bei der Fertigstellung dieses Bandes danken wir Thorsten Leiendecker sowie Doris Lechner, Christa Klein, Kathrin Göb und Katja Bay.

2 <http://diedeutschen.zdf.de/ZDFde/inhalt/10/0,1872,7413290,00.html> (Zugriff am 28 März 2009).

Dieser Geschichtsboom kann als integraler Bestandteil und als Antwort auf den beschleunigten Gesellschaftswandel in der sogenannten ›Zweiten Moderne‹ verstanden werden.³ Traditionelle Wertmuster, Lebensstile und Arbeitsweisen waren seit dem letzten Drittel des 20. Jahrhunderts radikalen Veränderungen unterworfen; dies gilt auch für staatliche Grenzen und Konstruktionen von Nationen und Ethnien. Kategorien sozialer Ungleichheit wie Geschlecht, Klasse, Rasse oder Alter erfuhren einen teilweise rapiden Wandel ihrer Bedeutung für die gesellschaftliche Platzierung und Identität des Individuums. Die Hinwendung zur Geschichte kann in dieser Situation Kontinuität, Identität und Orientierung stiften. Ein gestiegenes Bildungsniveau, vor allem aber mehr Freizeit und ein wachsendes Budget für den Kulturkonsum beförderten ebenfalls das neue Interesse an Geschichte, das auch als Ausfluss der sich seit Ende des 19. Jahrhunderts entwickelnden modernen Wissensgesellschaft begriffen werden kann. Gerade die Beschäftigung mit Geschichte in populären Vermittlungsformen befriedigt das Bedürfnis nach Unterhaltung und neuem Wissen, nach ästhetischen wie emotionalen Erfahrungen und einer risikofreien Begegnung mit fremden Lebenswelten. Jenseits dieser individuellen Aneignungsformen wird Geschichte, gerade auch in populären Präsentationsformen, von Staaten, gesellschaftlichen Eliten und verschiedensten Gruppen dazu genutzt, politische Forderungen zu legitimieren – ob zur Erhaltung des Status quo oder zur Propagierung von Veränderungen.

Die wissenschaftliche Beschäftigung mit dieser populären Geschichtskultur, ihren Erscheinungsformen, ihrer Aneignung und ihrer gesellschaftlichen Funktion steckt noch in den Anfängen. Im deutschen Forschungskontext gingen hierzu wichtige Impulse von der in den letzten beiden Jahrzehnten virulenten interdisziplinären Forschung zur Erinnerungskultur aus. Sie ging insbesondere den Fragen nach, wie (historische) Erinnerung konstruiert wird, wie sie die Identität(en) von Nationen, Gruppen und Individuen prägt und wie die Vergangenheit mit der Gegenwart interagiert.⁴ Etwa gleichzeitig entwickelten Historiker und Didaktiker der Geschichte (wie Jörn Rüsen und Bernd Schönemann) das Konzept der Geschichtskultur. Unter Geschichtskultur versteht man die

3 Vgl. hierzu u.a. Beck/Giddens/Lash (1996), Beck/Lau (2004); als Überblick zu Potential und Grenzen der verschiedenen Modernisierungstheorien bzw. Konzepten von Moderne vgl. Degele/Dries (2005).

4 Zu nennen sind hier die von der neueren Erinnerungskulturforschung quasi ›wiederentdeckten‹ Arbeiten von Maurice Halbwachs aus den 1920er Jahren, ferner die Arbeiten Pierre Noras und vor allem die Synthetisierung und Weiterentwicklung dieser Ansätze durch Jan und Aleida Assmann. Vgl. den Überblick bei Erll (2005).

Erforschung des Geschichtsbewusstseins in einer Gesellschaft (Schönmann 2003: 17) sowie die Untersuchung der Geschichtsinterpretationen unterschiedlicher kultureller, kommerzieller wie staatlicher und gesellschaftlicher Einrichtungen (z.B. Universität, Schule, Museum, Verwaltung, Geschichtsvereine) und Medien, die »die Funktion der Belehrung, der Unterhaltung, der Legitimation, der Kritik, der Ablenkung, der Aufklärung und anderer Erinnerungsmodi in die übergreifende Einheit der historischen Erinnerung« integrieren (Rüsen 1994: 4).⁵

Für die bisherigen Forschungen zu beiden Konzepten bzw. Themenfeldern gilt,⁶ dass bislang vornehmlich die Geschichtspolitik von Staaten, Eliten und Bildungsinstitutionen sowie »hochkulturelle« Geschichtsrepräsentationen (z.B. historische Romane kanonisierter Autoren, akademische Geschichtsschreibung, »anspruchsvolle« Filme, nationale Monumente etc.) untersucht wurden. Eine Analyse populärer und massenmedialer Geschichtsprodukte setzte erst vor relativ kurzer Zeit ein,⁷ wobei die Forschungen vor allem zu den USA und teilweise auch zu Australien und Großbritannien weiter fortgeschritten sind.⁸

Dies hat mehrere Gründe. Generell haben die USA und Großbritannien in vielen Aspekten eine Vorreiterrolle in der Verbreitung der Popu-

-
- 5 Mit Maria Grever (2008: 10f.) kann Geschichtskultur verstanden werden als »umbrella concept, including: Narratives (internal side) meaning the circulation of specific contents of historical knowledge, interests and the development of personal historical consciousness; infrastructures (external side) which facilitate and structure the production, consumption, appropriation and transmission of specific historical contents«.
 - 6 Beide Konzepte können unseres Erachtens ergänzend verwendet werden. Vgl. zur Diskussion der Vor- bzw. Nachteile der Konzepte auch Cornelißen (2003) und Demantowsky (2005).
 - 7 Zum deutschen Forschungskontext vgl. u.a. Hardtwig /Schütz (2005), Korte/Paetschek/Hochbruck (2008), Langewiesche (2008a), Groebner (2008), Nissen (2009), Paetschek (2009b) sowie die unten angeführten Arbeiten zu Geschichte im Fernsehen. In jüngster Zeit öffnet sich die Geschichtsdidaktik verstärkt der populären Geschichtskultur; vgl. die Sammelbände von Horn/Sauer (2009) und Oswalt/Pandel (2009), die für diese Publikation aufgrund ihres Erscheinungstermins jedoch nicht mehr eingesehen werden konnten.
 - 8 Während die theoretische Beschäftigung mit den Ansätzen Erinnerungskultur und Geschichtskultur im deutschen Forschungskontext weiter gediehen zu sein scheint, hat die »empirische« Erforschung der populären Geschichtskultur im angloamerikanischen Kontext größere Fortschritte gemacht. Um den derzeitigen Forschungsstand zum Themenfeld populärer Geschichtskultur adäquat abbilden zu können, ist eine internationale Perspektive ein dringendes Desiderat.

lärkultur eingenommen; in den USA hat vor allem die frühe Institutionalisierung von Public History an den Universitäten seit den späten 1970er Jahren den Forschungen zur populären Geschichtskultur Auftrieb gegeben.⁹ In Großbritannien etablierten sich diese Studiengänge erst jüngst; allerdings scheint es hier – vermittelt über die Tradition der *history workshops* und die britische Sozial- und Kulturgeschichte, vielleicht auch beeinflusst durch einen massiven *heritage*-Boom Ende des 20. Jahrhunderts – eine frühere Öffnung für populäre Formen der Geschichtsdarbietung gegeben zu haben. So forderte bereits 1994 Raphael Samuel nachdrücklich eine Beschäftigung mit populären historischen Narrativen:

»In any archaeology of the unofficial sources of historical knowledge, the animators of the Flintstones [...] surely deserve, at the least, a *proxime accessit*. Stand-up comics, such as Rowan Atkinson, whose *Blackadder* series re-animated the legendary moments of British history for a generation of television addicts, might get as much attention as the holder of a Regius chair. The impresarios of the open-air museums, and their ever-increasing staff, would be seen to have made a far more substantial contribution to popular appetite for an engagement with the past than the most ambitious head of a department« (Samuel 1994: 17).

Mittlerweile liegen mehrere substantielle Arbeiten zu Aspekten der populären britischen Geschichtskultur im 19. und 20. Jahrhundert vor.¹⁰

Neuerdings öffnet sich auch die Historiographiegeschichte für das Thema. Zwar mahnte Rudolf Vierhaus bereits 1977 an, dass die Erforschung der Geschichte der Geschichtsschreibung, »mehr als es bisher üblich ist«, auch den Geschichtsunterricht an Schulen, die Repräsentation in Museen, in der populären historischen Literatur oder durch Denkmäler berücksichtigen und »das Geschichtsbewußtsein, seine soziale und politische Funktion« untersuchen sollte (Vierhaus 1977: 111). Doch erst unter dem Einfluss des *cultural turn*, der Geschlechtergeschichte und der *New Intellectual History* bzw. der neueren Wissenschaftsgeschichte entstanden in jüngster Zeit Arbeiten, die dezidiert nach populären Formen der Geschichtsschreibung und der Interaktion von akademischer und außerakademischer Geschichtsproduktion fragten.¹¹ Dabei wird zunehmend

9 Vgl. u.a. Kelley (1978), Rosenzweig/Thelen (1998), Crane (2000) und Glassberg (2001).

10 Vgl. u.a. Bann (1986) und (1990), Mandler (1997), Mitchell (2000), Rigney (2001) und Melman (2006), die auch einen knappen Überblick über die Literatur bietet (5-10).

11 Vgl. hier die innovative Arbeit von Smith (1998), ferner auch Levine (1986), Epple (2003), Bergenthum (2004), Hardtwig (2005), Paletschek

deutlich, dass – anders als häufig unhinterfragt angenommen – die im 19. Jahrhundert entstehende moderne akademische Geschichtswissenschaft nie ein Monopol in der Geschichtsvermittlung hatte: Geschichte war im 19. wie 20. Jahrhundert, so Dieter Langewiesche (2008c: 9), zu wichtig, um sie allein den Universitätshistorikern zu überlassen. Aleida Assmanns Diagnose der gegenwärtigen deutschen Geschichtskultur kann also mit dieser Einschränkung zugestimmt werden:

»Nach dem Ende des Monopols der professionellen Geschichtswissenschaft gehört Geschichte heute einer ständig wachsenden Gruppe von Sachwaltern: neben den Professoren auch den Politikern, den Ausstellungsmachern, den Geschichtswerkstätten, den Bürgerbewegungen, den Filmregisseuren, den Künstlern, den Infotainern und den Eventregisseuren. [...] Die Geschichte verlagert dabei ihren Schwerpunkt von der Universität zum Kulturbetrieb des Marktes« (Assmann 2007: 178).

Was Assmann hier treffend zum Ausdruck bringt, ist die Bedeutung, die die Medialisierung für die Präsenz des Historischen spielt: Geschichte ist allgegenwärtig, weil die Mediensysteme vielfältige Verbreitungs-, Konservierungs- und Aneignungsmöglichkeiten bereithalten. An diesem Punkt setzt der vorliegende Sammelband an, der eine Schneise in das Untersuchungsfeld der populären Geschichtskultur schlägt, indem verschiedene Präsentationsformen, Medien und Genres, die einer *populären* Verbreitung von Geschichte in besonderer Weise entgegenkommen, analysiert werden.

Als »populäre Geschichtsrepräsentationen« werden Darstellungen in textueller, visueller, audiovisueller sowie performativer Form verstanden, die Wissen über die historische Vergangenheit in einer verständlichen, attraktiven Weise präsentieren und ein breites Publikum erreichen, das aber nicht unbedingt ein Massenpublikum sein muss. Ziel der dem Band zugrunde liegenden Tagung war es, nicht nur unterschiedliche Disziplinen, sondern auch »Theoretiker« und »Praktiker« der Geschichtskultur in einen Austausch zu bringen.¹² Dabei konnten nicht alle Genres und Me-

(2007), Langewiesche (2008a), jetzt vor allem auch Berger/Eriksonas/Mycocock (2008) sowie Nissen (2009).

12 Die auf der Tagung *Geschichte in populären Medien und Genres* (16.-18. April 2008) an der Universität Freiburg gehaltenen Vorträge wurden für diesen Band überarbeitet und durch weitere Aufsätze ergänzt. Die Tagung wurde veranstaltet von der Freiburger DFG-Forschergruppe *Historische Lebenswelten in populären Wissenskulturen der Gegenwart* (<http://portal.uni-freiburg.de/historische-lebenswelten>). Die Forschergruppe untersucht anhand von Fallstudien den gegenwärtigen Schub der Popularisierung his-

dien abgedeckt werden; auch konzentrieren sich die vorliegenden Beiträge auf Beispiele aus dem deutschen, angloamerikanischen und europäischen Raum sowie auf populäre Geschichtsdarstellungen des späten 20. und frühen 21. Jahrhunderts. Nach einer weiteren Klärung von Begrifflichkeiten sowie einem knappen Rückblick auf die Anfänge der populären Geschichtskultur im 19. Jahrhundert stellt dieser einleitende Aufsatz Genres und Medien der populären Geschichtsrepräsentation vor und kontextualisiert dabei die späteren Einzelbeiträge. Diese sind nach ihrer Zuordnung zu unterschiedlichen Medien geordnet, obwohl angesichts der in vielen Beiträgen konstatierten Intermedialität auch andere Ordnungsmuster denkbar wären.

Populärkultur und populäre (Medien-)Genres

Trotz einer intensivierten Forschung bleibt der Begriff der ›Populärkultur‹ (*popular culture*) weiterhin unscharf. Grenzziehungen zwischen Populär- und Hochkultur erweisen sich zunehmend als durchlässig und überlappend; das Feld des Populärkulturellen ist in sich hoch differenziert. Populäre Kultur ist nicht einfach mit Massenkultur gleichzusetzen: Auch wenn sie oft marktorientiert ist, wird sie nicht ausschließlich kommerziell produziert; auch wenn Massenmedien für die gesellschaftliche Wahrnehmung und Wirkung von Repräsentationen von besonderer Bedeutung sind, wird populäre Kultur nicht nur über diese Medien verbreitet.¹³ Trotzdem macht es Sinn, ein Feld populärer Kultur anzunehmen, das sich durch das Handeln seiner Akteure, durch mediale und ästhetische Eigenschaften der in ihm erzeugten Produkte sowie durch bestimmte Formen der gesellschaftlichen Funktionalisierung bestimmen lässt.

Populäre Kulturproduktion artikuliert und befriedigt zeitgenössische Bedürfnisse – auch im Bereich der Geschichtskultur, wozu Rezeptionsstudien allerdings bislang rar sind.¹⁴ In ihrer ästhetischen Gestaltung

torischer und prähistorischer Vergangenheiten und will aus den Einzelbefunden einen interdisziplinären kulturwissenschaftlichen Ansatz zur Erfassung und Beschreibung des Phänomens entwickeln. Sie fragt nach den soziokulturellen Funktionen des hier vermittelten Wissens, nach dessen inhaltlicher Beschaffenheit und medialen Vermittlungsformen.

13 Hier ist nicht der Ort, die Diskussion über populäre Kultur nachzuzeichnen. Vgl. aber Hügel (2003), Storey (2003), Fiske (1989a und 1989b) und Hecken (2007), der Positionen zur Populärkultur seit Schiller nachzeichnet.

14 Meyen/Pfaff (2006) konnten am Beispiel von Geschichtssendungen im Fernsehen zeigen, dass diese den Bedürfnissen der befragten Zuschauer nach Identitätsstiftung und Orientierung in der Gegenwart entgegenkamen.

streben populäre Geschichtsdarstellungen eine hohe Allgemeinverständlichkeit und Zugänglichkeit an. Sie bieten ihren Rezipienten und Nutzern neben Information auch Unterhaltung (›Infotainment‹, ›Histotainment‹), d.h. sinnliches Vergnügen, Entspannung und Spiel. Sie zeichnen sich durch sinnfällige, kohärente Narrative, durch Bebilderung und Formen der ›Belebung‹ aus – von der theatralischen Darstellung bis zur Möglichkeit der aktiven Partizipation. Geschichte soll mit möglichst allen Sinnen erlebbar gemacht werden. Fakten und Imaginäres gehen Synthesen ein, die dazu beitragen, Geschichte spannend und für die Lebenswelt der Rezipienten anschlussfähig zu machen. Oft werden explizit ›Brücken‹ zwischen Gegenwart und Vergangenheit gebaut.¹⁵ Identifikationsangebote werden durch personalisierte und affektive Elemente unterstrichen.¹⁶ Die genannten Elemente finden sich in unterschiedlicher Ausprägung und Kombination in allen Genres der populären Geschichtsvermittlung.

In den jeweiligen Formaten, die die Medien bereitstellen, wird Wissen nicht nur vermittelt und zirkuliert, sondern immer auch in einer bestimmten Weise figuriert. Sie sind also nicht nur Mittel der Darstellung, sondern auch der Wissensproduktion. Die Frage nach den Darstellungsmitteln und -möglichkeiten der verschiedenen Medien und Genres erweist sich somit als grundlegend für die Untersuchungen von Geschichtskultur(en). Im Folgenden wird von einem weiten Verständnis von Medien ausgegangen:

»Der historisch erweiterte Begriff des ›Mediums als Kommunikationsmittel‹ und als ›Kommunikationsorganisation‹ (nicht-technische und technische Speicher- und Verbreitungsmittel und soziale Organisationen, die ›mit einer Stimme sprechen‹) integriert die Gesamtentwicklung der Kommunikationstechniken von den oralen über die skripturalen Kulturen bis zu den modernen technischen Massen- und Individualm[edien]« (Schanze 2002: 200).

15 Die Verbindung zwischen Gegenwart und Vergangenheit zeigt sich häufig bereits in der Fragestellung oder in Titel bzw. Untertitel. So lief in der ARD 2006 eine sechsteilige historische Dokumentation unter dem Titel *Unsere 50er Jahre: Wie wir wurden, was wir sind*; auch die Fernsehserie *Die Deutschen* (ZDF 2008) stand unter dem Motto »Was ist Deutschland?«, »Wer sind die Deutschen?«, »Wohin führt ihr Weg?« (<http://diedeutschen.zdf.de/ZDFde/inhalt/26/0,1872,7379194,00.html>. Zugriff am 24. März 2009). Die Fragen »Wer sind wir? Woher kommen wir?« tauchen im Trailer immer wieder auf.

16 So heißt es etwa im Klappentext zur DVD *Unsere 50er Jahre*: »Und mitten in dieser Zeit des Aufbruchs haben sich dramatische und anrührende Schicksale abgespielt. Diese sehr persönlichen Biographien stehen im Mittelpunkt.«

Die Medienwissenschaft untersucht Medien und einzelne Medienangebote aus verschiedenen, miteinander verwobenen Perspektiven: als Zeichensysteme, in ihren technischen Dispositiven und in den gesellschaftlichen und ökonomischen Voraussetzungen, innerhalb derer Produzenten und Konsumenten (inter-)agieren. Geschichtswissen ist historisch in vielen Medien formiert worden: in Liedern und Bildern ebenso wie in Theaterstücken. Die *history plays* William Shakespeares etwa waren im elisabethanischen England eine ebenso beliebte Form der Unterhaltung wie Komödien; die Geschichtsdramen Friedrich Schillers erregten auf den deutschen Bühnen Aufsehen. Die Entwicklung der gesellschaftlichen Mediensysteme erweiterte das Spektrum der Darstellungsmöglichkeiten kontinuierlich, konnte aber auch dazu führen, dass bestimmte Darstellungsformen (z.B. Dioramen und Panoramen mit dem Aufkommen des Films) zurücktraten. Die Angebote der Massenmedien haben das – nicht immer realisierte – Potential, große Publika anzusprechen. Populäres Geschichtswissen wird aber auch in Formen generiert, die zumindest ihren Ursprung in der Kommunikation kleinerer Gruppen haben (wie z.B. bei Reenactments oder Mittelaltermärkten).

Neben dem Begriff Medium fokussiert dieser Band den Begriff des Genres. Die literatur- und medienwissenschaftliche Forschung versteht unter Gattungen offene Systeme mit flexiblen und wandelbaren Texttypen, die einen Kern von Eigenschaften und ›Spielregeln‹ gemeinsam haben (vgl. Wenzel 2008: 230). Pragmatische Gattungsbegriffe betonen die Funktion, die Genres bei der Produktion und Rezeption von Texten einnehmen.¹⁷ Da in der Populärkultur Produktion und Konsumtion eng aufeinander bezogen sind, kommt Genres als Spielregeln in der Interaktion zwischen Produzenten, Produkten und Konsumenten eine zentrale Rolle zu. Ken Gelders Ausführungen zu populärer Literatur lassen sich auch auf andere Bereiche der populären Kulturproduktion übertragen:

»The entire field of popular fiction is written for, marketed and consumed generically: it provides the primary logic for popular fiction's means of production, formal and industrial identification and critical evaluation. Individual writers can obviously stand out in the field but they do so always in relation to the genre they write in, so that it is impossible to disentangle the two. [...] With popular fiction, generic identities are *always* visible. [...] Popular fiction announces those identities loudly and unambiguously: you know and need to know immediately that this is romance, or a work of crime fiction [...], or sci-

17 Der Literaturwissenschaftler Alastair Fowler (1982: 256) bestimmt Gattungen als Kommunikationssysteme »for the use of writers in writing, and readers and critics in reading and interpreting«.

ence fiction, or fantasy, or horror, or a western, or an historical popular novel or an adventure novel« (Gelder 2004: 40-42).

Genres machen keine starren Handlungsvorgaben, sondern geben einen Rahmen vor, in dem kreativ agiert werden kann. Dies impliziert auch der auf S.J. Schmidt zurückgehende Begriff der ›Mediengattung‹, der Teil einer handlungs- und systemtheoretischen Konzeptualisierung von Medienhandeln ist:

»Da in Medienhandlungssystemen Wirklichkeit hergestellt wird, indem Akteure auf Ähnlichkeit angelegte vernetzte und invariante Schematisierungen bilden, die sowohl im kommunikativen wie im kognitiven Bereich gelten, können Mediengattungen als *strukturelle Kopplung* von gesellschaftlichem und subjektivem Medienwissen, Medienwahrnehmung und Medienverstehen angesehen werden. Unter dieser Voraussetzung bilden Mediengattungen grundsätzlich den Ausgangspunkt dafür, dass in hochkomplexen modernen Gesellschaften konventionalisierte Handlungsrouninen für Überschaubarkeit und Handhabbarkeit des Medienhandlungssystems sorgen. Damit ist die Bedingung der Möglichkeit vorhanden, dass eine sozial anschlussfähige Zuordnung von Medienangebot und entsprechender Rezeption und Nutzung in der Praxis der einzelnen Akteure auch stattfindet« (Viehoff 2002: 126f.).

Der Wert von Gattungsregeln und -kategorisierungen gerade auf populärkulturellen Märkten ist offenkundig. Das Erstellen von Produkten innerhalb von Genrekonventionen ist noch keine Erfolgsgarantie, zumindest aber signalisieren diese Produkte den angezielten Konsumenten und Konsumentinnen, was sie zu erwarten haben und welche Handlungsmöglichkeiten das Genre gegebenenfalls bereithält. Buchhandlungen zum Beispiel offerieren populäre Literatur nach Sparten, und auch Mainstream-Spielfilme und Fernsehprogramme werden rubriziert. Labels wie ›Historischer Krimi‹, ›Historische Doku-Soap‹, ›Geschichtsdoku‹ sind heute in der historischen Angebotspalette etabliert.

Eines der langlebigsten Erfolgsgenres der populären Geschichtsrepräsentation ist der historische Roman, der sich im 19. Jahrhundert in einem neuen Paradigma der Geschichtskultur manifestierte. Viele Genres der heutigen (populären) Geschichtsdarstellung haben ihre Wurzeln im 19. Jahrhundert. Daher soll im Folgenden die im 19. Jahrhundert entstehende populäre Geschichtskultur kurz umrissen werden.¹⁸

18 Es darf allerdings nicht übersehen werden, dass zwischen den populären Geschichtskulturen des 19. und des 20./21. Jahrhunderts vermutlich nicht nur Kontinuitäten, sondern auch Unterschiede bestehen. Angesichts des Forschungsstandes – die populäre Geschichtskultur des 19. Jahrhunderts ist bisher nicht systematisch erforscht – können hier nur erste Hypothesen ge-

Populäre Geschichtskultur im 19. Jahrhundert

Erst im 19. Jahrhundert entwickelten sich die Voraussetzungen, unter denen sich eine populäre Geschichtskultur herausbilden konnte.¹⁹ Das 19. Jahrhundert war also nicht nur das Jahrhundert des Bürgertums, der Nationen, der Industrialisierung oder das Jahrhundert der Naturwissenschaften, der Ingenieurskunst und neuer Kommunikationstechnologien, sondern auch das Jahrhundert der Geschichte. Dies kann man an mehreren Befunden festmachen:

Erstens wurde die Beschäftigung mit der Vergangenheit, und hier insbesondere mit der ›vaterländischen‹ Geschichte, seit dem späten 18. Jahrhundert zu einem wichtigen Mittel der individuellen wie kollektiven Identitätsstiftung. Das aufstrebende Bürgertum, die Nationalbewegungen oder neu aufkommende politische Bewegungen wie der Liberalismus und die Frauenbewegung legitimierten sich über Geschichte und machten mit Geschichte Politik. Insbesondere durch die Konstruktion von Nation über die Vorstellung einer gemeinsamen Vergangenheit erhielt die Beschäftigung mit Geschichte besonderen Auftrieb.

Zweitens entstand seit Ende des 18. Jahrhunderts eine neue Sicht auf Geschichte, hervorgerufen durch das Erleben eines radikalen, so noch nicht dagewesenen und auch nicht vorhersehbaren Wandels: Die Aufklärung, die amerikanische Revolution und die kolonialen Konflikte, die französische Revolution, die napoleonischen Kriege und in deren Gefolge territoriale Neuordnungen in Europa sowie die sich im weiteren Verlauf des 19. Jahrhunderts vollziehenden wirtschaftlichen, sozialen und mentalen Veränderungen (Industrialisierung, Verkehrs- und Kommunikationsrevolution, Säkularisierung der Weltsicht) führten zu Verunsicherungen. Diese Entwicklungen zeigten gleichzeitig aber auch, dass Geschichte ›machbar‹ war. Geschichte konnte nicht mehr wie zuvor als statisch, als Wiederkehr des ewig gleichen menschlichen Verhalten angese-

äußert werden, die überprüft werden müssten. So vermutet Aleida Assmann als qualitativen Unterschied eine unterschiedliche Gewichtung von Bildung und Konsum: »Was heute auf dem Geschichtsmarkt angeboten wird, präsentiert sich im Rahmen einer ›Aufmerksamkeitskultur‹ mit kurzen Konjunkturen, Impulsen und Effekten. [...] Geschichte ist – was die Präsentation angeht – vielfältiger, reizvoller, raffinierter geworden, was allerdings nicht heißt, dass sie deshalb weiter und tiefer verankert wäre. Diese Präsentation zielt weniger auf Wissen als auf emotionale Anteilnahme, Schaulust und Unterhaltung ab« (Assmann 2007: 191f.).

19 Vgl. in diesem Kontext auch Positionen der Forschung, die erst im 19. Jahrhundert eine *popular culture* ansetzen, z.B. Storey (2003: 1).

hen werden. Erfahrungsraum und Erwartungshorizont (vgl. Koselleck 1989a und 1989b) traten auseinander. Geschichte wurde nun als prozesshaft, veränderbar und einzigartig wahrgenommen. Der Historismus, d.h. das Aufzeigen des historischen Gewordenseins gesellschaftlicher, politischer und geistiger Phänomene, wurde im Laufe des 19. Jahrhunderts zu einem zentralen Paradigma der Weltdeutung und bestimmte auch das Denken in den Geistes- und frühen Sozialwissenschaften (Nipperdey 1983: 498-533). Der Geschichte kam damit seit den Jahrzehnten um 1800 eine neue Bedeutung zu: Sie sollte das Einzigartige jeder Zeit, das Gewordensein der Gegenwart, erklären und die Offenheit der Zukunft aushalten helfen. Durch die Erfahrung von Traditionsbrüchen erschien die Vergangenheit als von der Gegenwart distinkt; frühere Epochen wurden in ihrem Eigencharakter erkannt und mussten, so die neue Einsicht, von der Gegenwart aktiv angeeignet werden.²⁰ Gleichzeitig wirkten jedoch auch noch die ›alten‹ Funktionen von Geschichte, nämlich moralisch, religiös und politisch zu belehren, fort.

Drittens zeigte sich das verstärkte Bedürfnis nach einer Orientierung durch Geschichte in zahlreichen gesellschaftlichen und staatlichen Initiativen zur Geschichtserforschung und -vermittlung, die sich seit dem frühen 19. Jahrhundert entwickelten.²¹ Die Etablierung und der Ausbau der Geschichtswissenschaft an den Universitäten ist hiervon nur ein Teil. Das Bedürfnis erwies sich genauso in der Entstehung einer populären Geschichtskultur. Das neue Geschichtsbewusstsein manifestierte sich »in den Künsten, in der Architektur, Malerei, Denkmalplastik und Innenraumgestaltung wie in der Geschichtsliteratur, den Historiendramen, historischen Romanen, Geschichtsballaden und -novellen« (Potthast 2007: 7). Und, so lässt sich hinzufügen, in historischen Bilderbögen oder Guckkästen, die auf Jahrmärkten präsentiert wurden, in Sammelbildern,

20 Georg Lukács betont schon in seiner klassischen Studie zum historischen Roman diesen Umbruch im Geschichtsbewusstsein: »Erst die Französische Revolution, die Revolutionskriege, Napoleons Aufstieg und Sturz haben die Geschichte zum Massenerlebnis gemacht, und zwar im europäischen Maßstabe. Während der Jahrzehnte zwischen 1789 und 1814 hat jedes Volk Europas mehr Umwälzungen erlebt als sonst in Jahrhunderten« (Lukács 1955: 15). Diese Erfahrung, so Lukács weiter, »muß das Gefühl, daß es eine Geschichte gibt, daß diese Geschichte ein ununterbrochener Prozeß der Veränderung ist und daß endlich diese Geschichte unmittelbar ins Leben eines jeden einzelnen eingreift, außerordentlich erstarken«.

21 Dazu zählt z.B. auch die Einführung von Geschichtsunterricht an deutschen Volksschulen in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts (Pandel 1997: 526-527); zu den privaten, staatlichen und kommunalen Initiativen vgl. u.a. Speitkamp (1996), Kunz (2000) und Hakelberg (2004).

in Dioramen und Panoramen, in historischen Festumzügen, der Darstellung lebender historischer Bilder, der Inszenierung historischer Orte als Erinnerungsstätten, der bürgerlichen Denkmalskultur sowie in historischen Artikeln der aufkommenden illustrierten Massenpresse, wie etwa der *Gartenlaube*.²²

Schließlich waren es im Verlauf des 19. Jahrhunderts nicht nur die mentalen, sozialen und politischen Entwicklungen, sondern ebenso die Möglichkeiten zur massenmedialen Verbreitung und das Entstehen eines signifikanten Marktes, die das neue Interesse an Geschichte beförderten. Das Mediensystem des 19. Jahrhunderts bot zahlreiche mediale Möglichkeiten zur Befriedigung dieses Interesses, mit Angeboten in der visuellen Kultur, im Theater und nicht zuletzt im gedruckten Wort. Zeitschriften und Bücher wurden dank technischer Voraussetzungen massenhaft produziert und erreichten gegen Ende des Jahrhunderts aufgrund zunehmender Alphabetisierung ein immer breiteres Publikum, das schließlich über das (Bildungs-)Bürgertum hinausging. Nicht nur gab es eine Vielfalt von Produkten in einzelnen Mediengattungen, es kam auch bereits zu Medienkonvergenzen: Der historische Roman zum Beispiel wurde illustriert, inspirierte Gemälde und wurde für das Theater adaptiert; er selbst orientierte sich mit detaillierten Beschreibungen an der Historienmalerei und mit spannenden Handlungen und lebhaften Dialogen an Elementen des Dramas.²³

22 Einen knappen Überblick zu den Erscheinungsformen populärer Geschichtskultur im 19. Jahrhundert bietet Paletschek (2009b). Vgl. ferner zu verschiedenen historischen Genres Daniel (1996), zu Historienzügen Hartmann (1976) und Bauer (2006), zu Panoramen Weidauer (1996) und Baldus (2001), zur Historienmalerei u.a. Hager (1989), zu Sammelbildern Jussen (2002).

23 Billie Melmans (2006) Beobachtungen zur Entwicklung der englischen Geschichtskultur vom frühen 19. bis zur Mitte des 20. Jahrhunderts sind zum Teil auf andere (europäische) Geschichtskulturen übertragbar; vergleichende Untersuchungen hierzu stehen allerdings noch aus. Melman stellt unter anderem eine Demokratisierung von Geschichte, eine Interaktion von Geschichtsnarrativen und -bildern der verschiedenen Genres sowie zwischen Produzent/innen und Konsument/innen fest.