

NIELS WERBER

Das Populäre als Passion

Gesammelte Texte 1997–2019

Universitätsverlag
WINTER
Heidelberg



REIHE SIEGEN

Beiträge zur Literatur-, Sprach- und Medienwissenschaft
Band 186

Eine Schriftenreihe
der Universität Siegen

Herausgegeben von
Walburga Hülk
Georg Stanitzek
Niels Werber

GERMANISTISCHE ABTEILUNG



NIELS WERBER

Das Populäre als Passion

Gesammelte Texte 1997–2019

Herausgegeben von

NIELS PENKE

MATTHIAS SCHAFFRICK

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.

ISBN 978-3-8253-9524-7

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.

© 2023 Universitätsverlag Winter GmbH Heidelberg
Imprimé en Allemagne · Printed in Germany
Umschlaggestaltung: Klaus Brecht GmbH, Heidelberg
Druck: Memminger MedienCentrum, 87700 Memmingen
Gedruckt auf umweltfreundlichem, chlorfrei gebleichtem
und alterungsbeständigem Papier

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

Inhaltsverzeichnis

Einleitung

Von der Form zur Transformation des Populären	7
Niels Penke und Matthias Schaffrick	

Aufsätze und Essays

Niels Werber

Die Form des Populären. Zur Frühgeschichte fantastischer und kriminalistischer Literatur (1997).....	13
Zweierlei Aufmerksamkeit in Medien, Kunst und Politik (1999).....	53
Das verramschte Millennium. Für alles, was zählt, gibt es die passenden Charts. Das popkulturelle Schema der Börse (2000)	69
Die Prada-Meinhof-Bande. Die Popkultur liebt das Spiel mit Emblemen des Terrors. Wird das jetzt anders? (2001)	73
„Der Terrorismus ist ein Effekt der Neuen Medien.“ Zur Rolle der Wiederholung als medialer Strategie (2002)	77
Der Teppich des Sterbens. Gewalt und Terror in der neusten Popliteratur (2003)	85
German Death Star in Orbit. Geopolitics and Globality in German Popular Nazi Novels (2003)	99
Das Populäre als Form (2004).....	113
Sex sells, values sell. Möge der Populärere gewinnen! Die US-Wahlen (2004)	121
„Ja, das sagte ich“. So lange darüber reden, bis alle einverstanden sind: Populismus als Form der Vermittlung bereits entschiedener Fragen (2005)	125
Populismus als Form der Vermittlung (2005).....	129
Populärer Populismus, populistischer Pop (2005).....	145
Als wenn Gott es geordnet hätte (2005)	151
Sex und Pop. Zum sozialen Gebrauch einer nachwachsenden Ressource (2006)	153

Ökonomie der Kunst. Vom Urheberrecht zum Consumer Research (2008).....	163
Formkrise und Kulturkritik. Karl Heinz Bohrer und Christian Kracht (2014).....	173
Populär. Popkultur. Pop (2015).....	189
Die Ausnahme des Pop (2016).....	197
Das Populäre und das Publikum. Inklusion und Attachment (2016)	209
Unsere unkultivierte Gegenwart. Zur Unterscheidung gepflegter und ungepflegter Semantik (2017)	217
Popmoderne Depolitisierung? Populismen und Popkultur (2017).....	223
Trumps Twittern. Der populäre Donald Trump (2017).....	235
Popularität als Kriterium und Ziel politischen Agenda-Settings (2019)	241
Das Populäre um des Populären willen. Niels Werber im Gespräch.....	245
Niels Penke und Matthias Schaffrick	
Nachweise der Erstveröffentlichungen	263
Literaturverzeichnis	265
Register	277

Einleitung.

Von der Form zur Transformation des Populären

Niels Penke und Matthias Schaffrick

Zum Nikolaus 1988 haben mir meine Eltern ein Buch von Niklas Luhmann geschenkt: *Gesellschaftsstruktur und Semantik. Studien zur Wissenssoziologie der modernen Gesellschaft. Band 1* – passenderweise, denn Niklas und Niels sind Kurzformen des unter Heiligen und Päpsten verbreiteten Namens, gelesen habe ich es auch, Systemtheorie war ausgesprochen hip an der Ruhr-Universität Bochum in diesen Zeiten, und es gab Wissenschaftler von Rang, die den Begriff ‚Diskurs‘ in ihren Manuskripten gegen ‚System‘ austauschten. Beeindruckend an diesem Buch ist für mich nach wie vor die Radikalität, mit der die Vergangenheit in die Gegenwart und die Gesellschaft in das eigene Erleben und Handeln geholt wurde.¹

Der Nikolaus, Harry Potter, Donald Trump, Ulrike Meinhof, Vivienne Westwood, Stefan George, Eminem, Johannes Rau, Konrad Adenauer. Ein cursorischer Blick in das Register am Ende dieses Buches zeigt: Das Populäre ist offen für alle, und zwar für alle, die viel Beachtung finden. Das Populäre affiziert alle Bereiche der Gesellschaft. Mode, Kunst, Politik, Waren-Ökonomie, Sport, Wissenschaft, digitale Plattformen. Und Popularität macht offenbar keinen Unterschied zwischen Terror und Politik, Kunst und Kommerz, alt und neu und vor allem nicht zwischen *high* und *low*. Wer das Populäre beobachtet, wird feststellen, dass die bis in die 1960er Jahre hinein selten infrage gestellte „Stratifikation der Geschmacksbildung“² durch die Erfolgsgeschichte des Populären transformiert und letztlich delegitimiert wurde. Die normierende Zuordnung eines Gegenstandes zur Hochkultur oder zur Populärkultur (im Sinne von trivial, massentauglich, voraussetzungslos und leicht konsumierbar, ästhetisch minderwertig) hat ihre Plausibilität verloren.³ Das Populäre hat, befeuert durch die soziomedialen Folgen der Digitalisierung, in den vergangenen dreißig Jahren eine beachtenswerte Eigendynamik gewonnen, die dieser Unterscheidung vorausgeht. Wir bezeichnen das probeweise als den Strukturwandel des Populären.

Was findet eigentlich Beachtung oder Aufmerksamkeit? Was wird populär? Und warum? Vergnügen und Unterhaltung, Mainstream oder Massentauglichkeit, Ursprünglichkeit oder Einfachheit allein treffen es nicht, wenn man sich die obige Liste an Namen ansieht. Überhaupt gibt es viele Gründe für Popularität. Friedrich Schlegel bringt diese

¹ Niels Werber: *Unsere unkultivierte Gegenwart. Zur Unterscheidung gepflegter und ungepflegter Semantik*, in diesem Band, S. 217.

² Niels Werber: „Hohe“ und „populäre“ Literatur. Transformation und Disruption einer Unterscheidung, in: *Jahrbuch der deutschen Schillergesellschaft* 65 (2021), S. 465–479, hier S. 479.

³ Vgl. Jörg Döring u.a.: *Was bei vielen Beachtung findet: Zu den Transformationen des Populären*, in: *Kulturwissenschaftliche Zeitschrift* 6/2 (2021), S. 1–24, hier S. 5.

vielen möglichen, gleichwertigen Gründe in einem seiner *Lyceums*-Fragmente von 1797 zum Ausdruck:

Zur Popularität gelangen deutsche Schriften durch einen großen Namen, oder durch Persönlichkeiten, oder durch gute Bekanntschaft, oder durch Anstrengung, oder durch mäßige Unsittlichkeit, oder durch vollendete Unverständlichkeit, oder durch harmonische Platttheit, oder durch vielseitige Langweiligkeit, oder durch beständiges Streben nach dem Unbedingten.⁴

Oder... oder... oder... Die Vielfalt sich teils widersprechender Gründe für Popularität illustriert die Unbegründbarkeit von Popularität. Man kann die wechselhaften Launen des Populären mit einem Begriff der Politischen Romantik als *occasionell* bezeichnen.⁵ Alles ist ein möglicher oder denkbarer Anlass der Popularisierung. Große Bewunderung oder große Ablehnung, Erfolg oder Misserfolg, Interesse oder (allerdings empirisch unwahrscheinlicher) Langeweile. Aber selbst dann, wenn etwas oder jemand populär wird und ist, kann er, sie oder es ganz schnell und unvermittelt zurückfallen in den unmarkierten Raum des Nicht-Populären, der Nicht-Beachtung, die ihrerseits wiederum von niemandem beachtet wird. Was einmal sehr populär war, interessiert heute möglicherweise niemanden mehr oder nur sehr wenige Spezialist:innen. Es wird vergessen.

Ähnlich flüchtig sind „Überraschungen, Sensationen, Schrecken, Neuheiten und Wunderbares“.⁶ Über spektakuläre Phänomene wird zu Beginn des Druckzeitalters in den frühneuzeitlichen „Neuen Zeitungen“ berichtet, um Aufmerksamkeit zu erzeugen. Kriminalfälle und Fantastisches stoßen aber immer nur auf kurzzeitiges Interesse. Der „Reiz der Neuheit“⁷ schafft keine dauerhafte Popularität, der Informationswert erübrigt sich mit der Mitteilung. Das Konzept ‚Popularität‘ allerdings ist damit in der Welt, wenn auch noch ohne den passenden Begriff für das Problem, möglichst viele zu erreichen. Damit ist nicht gemeint, dass die Erreichbarkeit im übertragungs- oder medientechnischen Sinn das Problem darstellt (das wird ja durch den Druck gelöst), sondern dass das Publikum erreicht und affiziert wird und dass es einer Person oder einem Anliegen Beachtung schenkt und darauf reagiert.⁸

Der Begriff dafür, ‚populär‘, taucht im Laufe des 18. Jahrhunderts häufiger auf. Er findet Eingang in Lexika, wird zum programmatischen Begriff in Auseinandersetzungen um literarische und ästhetische Qualität sowie die Vermittlung philosophischer oder wissenschaftlicher Erkenntnisse. Schriftsteller, Philosophen und Pädagogen entdecken das Volk (*populus*) als relevante Größe, als Adressat ihrer Werke, ihrer Überlegungen, ihrer

⁴ Friedrich Schlegel: *Kritische Fragmente* [Lyceum, 1797], in: Ders.: *Kritische Friedrich-Schlegel-Ausgabe*, hg. von E. Behler 35 Bde., Bd. 2/Abt. 1.: *Charakteristiken und Kritiken 1: (1796 - 1801)*, München, Paderborn, Wien 1967, S. 156.

⁵ Vgl. Carl Schmitt: *Politische Romantik*, Berlin ⁶1998 [1919], S. 18.

⁶ Niels Werber: *Die Form des Populären. Zur Frühgeschichte fantastischer und kriminalistischer Literatur*, in diesem Band, S. 20.

⁷ Johann Christoph Greiling: *Theorie der Popularität*, Magdeburg 1805, S. 159.

⁸ Vgl. zur frühneuzeitlichen Konstellation von Medien und Popularität auch Manuel Braun: „*Wir sehens, das Luther by aller welt berympt ist*“ – *Popularisierung und Popularität im Kontext von Buchdruck und Religionsstreit*, in: *Popularisierung und Popularität*, hg. von Gereon Blaseio, Hedwig Pompe, Jens Ruchatz, Köln 2005, S. 21–42.

Erziehungsbemühungen. Auch hier stellt sich die Frage, wie man das Volk erreicht. Johann Gottfried Herder hält die Sinnlichkeit und Anschaulichkeit der von ihm gesammelten Volkslieder für einen Vorzug. „Es ist wohl nicht zu zweifeln, daß *Poesie* und insonderheit *Lied* im Anfang ganz *Volksartig* d.i. leicht, einfach, aus Gegenständen und in der Sprache der Menge, so wie der reichen und für alle fühlbaren Natur gewesen. Gesang liebt Menge, die Zusammenstimmung vieler: er fodert das Ohr des Hörers und Chorus der Stimmen und Gemüter.“⁹ ‚Volksartig‘, also populär, ist das Natürliche, Einfache, das aus der Lebens- und Sprachwelt der Mehrheit der Menschen stammt. Es ist unmittelbar gegeben und zugänglich, und es fördert die „Zusammenstimmung“, den gemeinschaftlichen Einklang. Das heißt, das Populäre ist inklusiv und sozial enthierarchisierend. Gottfried August Bürger greift diesen Gedanken auf und plädiert emphatisch für eine ästhetisch-demokratische Geschmacksbildung. „Der Geschmack ist eine tausendstimmige moralische Person. Die meisten Stimmen entscheiden.“¹⁰ Diese offene Popularitätsaffinität widerstrebt den Vertretern eines stratifizierten Geschmacksregimes. Von Schiller wird Bürger zu Beginn der 1790er Jahre mit unnachgiebiger Strenge zurechtgewiesen: Bürgers Gedichte seien zu bunt, zu sinnlich, kindisch, nur bedacht auf den „zweideutigen Beifall des großen Haufens“.¹¹ Die Popularphilosophie oder volksaufklärerische Projekte wie Rudolph Zacharias Beckers *Noth- und Hilfsbüchlein für Bauersleute* schließlich setzen sich zum Ziel, Wissensbestände zu popularisieren, indem sie diese allgemeinverständlich aufbereiten und ihre Brauchbarkeit hervorheben.¹²

Die stratifikatorische Ordnung, die zwischen oben und unten unterscheidet und im Sozialen nach und nach durch funktionale Differenzierung überwunden wird, findet im kulturellen und ästhetischen *high* und *low* ihr Komplement. Um zwischen diesen Polen – und den mit ihnen assoziierten sozialen Schichten – eine Verbindung herzustellen, gibt es im 18. Jahrhundert zwei Möglichkeiten. Entweder die Herablassung der Gelehrten und Dichter, die sich der Denkart, der Sprache und dem Empfinden des ‚Volkes‘ durch formale wie inhaltliche Einfachheit und sinnlich-affektive Kommunikation zu nähern versuchten, oder das idealistische Unternehmen, das ungebildete, allzu sinnliche ‚Volk‘ durch die Kunst ‚hinaufziehen‘ (wie es bei Schiller heißt). Die „Herablassung (Condescendenz) der gelehrt und wissenschaftlich Denkenden zu der Denkweise und zu den Begriffen des Volkes“¹³ hat Johann Christoph Greiling gefordert, der den Popularitätsdiskurs um 1800 mit einer *Theorie der Popularität* resümiert hat. Niels Werber hat

⁹ Johann Gottfried Herder: *Volkslieder. Übertragungen. Dichtungen*, in: Ders.: *Werke*, hg. von Ulrich Gaier, 10 Bde., Bd. 3, Frankfurt a. M. 1990, S. 230.

¹⁰ Gottfried August Bürger: *Von der Popularität der Poesie* [1777/78], in: Ders.: *Sämtliche Werke*, hg. von Günter und Hiltrud Häntzschel, München, Wien 1987, S. 725–730, hier S. 726.

¹¹ Friedrich Schiller: *Über Bürgers Gedichte* [1791], in: Ders.: *Sämtliche Werke*, hg. von Wolfgang Riedel, 5 Bde., Bd. 5: *Erzählungen – Theoretische Schriften*, München 2004, S. 970–985, hier S. 981. Vgl. zur ‚frappierenden Übereinstimmung‘ zwischen Bürgers und Schillers Positionen die Ausführungen von Jörg Robert: *Klassische Romantik und Ästhetik der Tiefe. Schillers Ballade Der Taucher und Athanasius Kirchers Mundus subterraneus*, in: *Jahrbuch der deutschen Schillergesellschaft* 64 (2020), S. 83–114, hier S. 85f.: „Schiller bekämpfte seinen Kontrahenten weniger wegen abweichender als wegen konvergierender Ziele“ (ebd., S. 85).

¹² Zur Begriffsgeschichte des Populären im Einzelnen vgl. Niels Penke und Matthias Schaffrick: *Populäre Kulturen zur Einführung*, Hamburg 2018.

¹³ Greiling: *Theorie der Popularität*, S. 3.

Greilings *Theorie* als einer der ersten außerhalb der Volksaufklärungsforschung wahrgenommen und für die Analyse und Historisierung des Populären fruchtbar gemacht.¹⁴

Vielleicht ist es kein Zufall, dass Werber bei seinen Recherchen ausgerechnet auf eine ‚Theorie‘ gestoßen ist, bildet doch die Theoretisierung des Populären den Ausgangspunkt vieler der hier versammelten Beiträge. Den Formbegriff im ersten Aufsatz über „Die Form des Populären“ übernimmt Werber aus Niklas Luhmanns Systemtheorie.¹⁵ Das ist ein ungewöhnlicher terminologischer wie methodologischer Neuansatz in der Populärkulturforschung. Es geht um den Versuch, das Populäre jenseits seiner bisherigen disziplinären Verortungen – in den *Cultural Studies*, der Trivalliteratur-, Volksaufklärungs- und Volksliedforschung – mit einer wertneutralen Semantik in den Blick zu nehmen. Das Populäre ist damit nicht länger *per se* das Einfache und der dem ‚Volk‘ bzw. den unterprivilegierten sozialen Schichten (als das es im 18. Jahrhundert formiert wurde) zugewiesene Pol kultureller Wertigkeit, der einer werthaften Hochkultur gegenübersteht, sondern zunächst einmal eine Unterscheidung, von high und low, „U“ und „E“, deren Genese, Konstitution und Beobachterabhängigkeit zu untersuchen ist.

Das Populäre ist massenmediales Erzeugnis, das bei vielen Menschen Beachtung findet. Aber auch, was den Vielen gefällt, spielt anfangs eine große Rolle: *Delectatio populi*. Daraus folgt auch, dass das Populäre, anders als in den *Cultural Studies* häufig angenommen, nicht zwangsläufig subversiv ist und nicht in allen seinen Erscheinungsformen zu widerständigen kulturellen Praktiken führt, sondern ebenso vergnüglich und unterhaltend genossen werden kann.

Ebenso wie durch das Geschmacksurteil der Vielen als „tausendstimmige moralische Person“ (G. A. Bürger) wird das Populäre bei Werber als Medieneffekt fokussiert, denn „mit der Erfindung des Drucks beginnt die Geschichte der populären Massenmedien“.¹⁶ Immer neue Texte und spektakuläre Bilder in vergleichsweise billigen Flugblättern inszenieren Monstren, Katastrophen, Kometen, Hexen, Zauberer und Hinrichtungen und stellen eine Form frühneuzeitlicher *yellow press* dar. Kriminalballaden und Meldungen der ‚Neuen Zeitungen‘, die zwischen Fakt und Fiktion changieren, befördern die Evolution der Literatur, die diese Vorlagen in – mit Luhmann gesprochen – ‚riskantere‘ Formen übersetzt. Für die „Unterhaltung freier Zeit“¹⁷ ist der Roman die ideale Gattung, denn „dank seiner Struktur, seines Preises und seiner Themen“ adressiert dieser „potentiell jeden Interessenten unabhängig von Alter und Geschlecht, Herkunft und Beruf, Bildung, Einkommen und Gesundheitszustand“.¹⁸ Die verschiedenen Funktionssysteme bedienen sich der Form des Populären, um größtmögliche Inklusion zu erreichen.

¹⁴ Vgl. die Beiträge *Populärer Populismus, populistischer Pop; Populismus als Form der Vermittlung*; und *Das Populäre als Form*, in diesem Band.

¹⁵ Vgl. die Erläuterungen zum systemtheoretischen Formbegriff im Gespräch über *Das Populäre um des Populären willen*, in diesem Band, S. 247f.

¹⁶ Werber: *Die Form des Populären*, S. 13.

¹⁷ Ebd., S. 18.

¹⁸ Ebd., S. 22.

Werbers Ansatz ist systemtheoretisch fundiert, arbeitet aber gerade gegen jenen „Affekt gegen das Populäre“¹⁹ an, der bei Niklas Luhmann festzustellen ist.²⁰ Zwar spricht Luhmann nirgends vom Populären. Die Form des Populären traktiert er jedoch, insofern er die Unterscheidung von *high* (= Kunst) / *low* (= Massenmedien) unhinterfragt perpetuiert. Werber geht es darum, diese wertende Asymmetrie zu relativieren. „Luhmanns an der Höhenkammkunst orientierten qualitativen Ansprüche (hinreichende Ambiguität, ‚Mehrfachrezeption‘, ‚Unterscheiden von Unterscheidungen‘...) an Kunstkommunikation“²¹ werde das Populäre nicht gerecht, wenn die „Differenz zwischen Kunst und Pop“²² wiederholt, was bei Luhmann angelegt war: Pop als „die andere Seite der Kunst“²³, die – so Luhmann – dem „Unterhaltungssektor“ zuzurechnen sei. Anstatt aber Pop vom Kunstsystem zu trennen oder auszuschließen und – wie Peter Fuchs und Markus Heidingsfelder – von einem eigenen „Popsystem“²⁴ zu sprechen, plädiert Werber dafür, Pop als eine systemübergreifende Form zu begreifen, „die Inklusion regelt“.²⁵

In diesem und anderen frühen Texten, die vor 2015 erschienen sind, gebraucht Werber die Begriffe ‚Pop‘ und ‚Populäres‘, ‚Popkultur‘ und ‚Populärkultur‘ noch weitgehend synonym. Im Text über *Das verramschte Millennium* fallen die Begriffe in verschiedenen Zusammensetzungen alternierend, ohne voneinander unterschieden zu werden. Die Transformationen, die sich innerhalb der Form des Populären vollziehen, rücken mit den Texten über „Populär. Popkultur. Pop“ und „Die Ausnahme des Pop“ in den Blick. Auch hier spielt der Formbegriff weiterhin eine Rolle, aber nun nicht mehr im Sinne einer Zwei-Seiten-Form, sondern als Unterscheidung zwischen der Form auf der einen Seite und dem Medium lose gekoppelter Elemente (dem Populären) auf der anderen Seite.

Dadurch verändert sich die Beobachtung des Populären. Lange zeugen die kulturellen Phänomene von einer Überwindung der tradierte high/low-Axiologie. Bei Werber wird sie nun auch systematisch überwunden, der Schalter umgelegt. Und damit rücken neue Unterscheidung in den Blick. Zunächst die von Pop und Populärem, als Form bzw. Medium: „Pop wäre demnach eine Form des Populären. Also wäre das Populäre ein lose gekoppeltes Medium, das Pop für strikter gekoppelte Formbildungen nutzt. Pop verhält sich selektiv zur Populärkultur.“²⁶

Auf diese Weise wird die *Form* des Populären, von der Werber in frühen Aufsätzen ausgeht, als Unterscheidung zwischen *high* und *low*, Kunst und Kommerz, Hoch- und Populärkultur transformiert, und zwar zur Pop-Form. Pop kann populär sein, wie die Beatles oder Rammstein etwa, Pop muss aber nicht populär sein, sondern kann auch in kaum beachteten Pop-Nischen reüssieren. Musikstile lassen sich als Beispiele nennen.

¹⁹ Ebd., S. 48.

²⁰ Weitere Belege zur systemtheoretischen Populärkulturforschung sind etwa Urs Stäheli: *Das Populäre in der Systemtheorie*, in: *Luhmann und die Kulturtheorie*, hg. von Günter Burkart und Gunter Runkel, Frankfurt a. M. 2004, S. 169–188; und der Band *Das Populäre der Gesellschaft. Systemtheorie und Populärkultur*, hg. von Christian Huck und Carsten Zorn, Wiesbaden 2007.

²¹ Niels Werber: *Das Populäre als Form*, in diesem Band, S. 115.

²² Ebd.

²³ Ebd.

²⁴ Ebd., S. 114.

²⁵ Ebd., S. 119.

²⁶ Niels Werber: *Die Ausnahme des Pop*, in diesem Band, S. 199.

Das Populäre lässt sich also von Pop unterscheiden, andererseits vom Nicht-Populären, den Dingen, Themen, Personen, die keine Beachtung finden. Und schließlich gehören zu den Transformationen des Populären auch populistische Praktiken, die dem Populären allein um des Populären willen folgen, ohne inhaltliche oder normative oder programmatische Orientierungspunkte. Im Gespräch nennt Werber das den „Zynismus des Populären“. Er plädiert dafür, dass man die populistischen Praktiken „als Teil unserer Populärkultur ernst nehmen“²⁷ müsse. In diesem Sinne könnte die „Begierde nach einem vieltausendfachen Retweet [...] für das Handeln eines Populisten bedeutender sein als ein politisches Ziel.“²⁸ Bereits im Text „Populärer Populismus, populistischer Pop“ zeigt sich die enge Verknüpfung zwischen dem Populärem und dem Politischem, das der Populismus immer markiert. Der Ansatz bildet einen roten Faden, der frühe Texte mit gegenwärtiger Forschung, wie etwa jüngsten Veröffentlichungen zum (nunmehr ehemaligen) US-Präsidenten Donald Trump und seiner exzessiven Twitter-Kommunikation, verbindet. Trumps Tweets belegen, welche Bedeutung und welches argumentative Gewicht „der Popularität schlechthin und insbesondere der populären Inszenierung quantitativer Popularität in Rankings oder Ratings zukommt: ‚Polls looking great! See you soon‘“.²⁹

Hier schließt sich auch ein Kreis: Trumps ‚trivialities‘ auf Twitter werden zu „breaking news“ in der *New York Times* – die ‚neuen Zeitungen‘ gibt es noch immer, sie sind noch immer an der (Re-)Produktion von Redundanz beteiligt, heute allerdings durch das Agenda-Setting des Populären unter einen Zugzwang, das auf Social Media-Plattformen in Echtzeit nachvollziehbar macht, was Beachtung findet und daher stets aufs Neue Rechenschaft, Begründungen und Erklärungen einfordert, was Beachtung finden soll oder nicht. So führt der Weg von der Form zur Transformation des Populären.

²⁷ Niels Werber: *Popmoderne Depolitisierung? Populismen und Popkultur*, in diesem Band, S. 233.

²⁸ Ebd.

²⁹ Niels Werber: *Trump's Twittern. Der populäre Donald Trump*, in diesem Band, S. 237f.

Die Form des Populären.

Zur Frühgeschichte fantastischer und kriminalistischer Literatur

Delectatio populi – Neue Zeitungen & „Latest Newes“

Noch bevor 1522 Luthers Übersetzung des Neuen Testaments erscheint, geht die Skandal- und Sensationsberichterstattung in Druck. 1507 erscheint bei Schönsperger in Augsburg eine Publikation mit folgendem Inhalt¹: In Sizilien überrascht ein Priester seinen Bischof mit „zwayen schönen wolgezierten weyben“ im Bett; alle Beteiligten sind, wie der Holzschnitt deutlich zeigt, nackt und „triben manigerley kurtzweyl“. Daraufhin lässt der Bischof den unerwünschten Zeugen „in einen prinnenden Berg“ werfen, in den in der Nähe gelegenen Ätna. Dort ereignet sich vor vielen Zeugen ein „grosz merklich wunderzeichen“, kraft einer Hostie erscheint nämlich dem Verurteilten die Unterwelt als „blühendes Gefilde“ statt als „Schrecken“. Diese Geschichte sei, so die *headline*, ein „Speculum mundi, im teutsch Ein Spiegel der welt / gar schön zu lesen“ und auch, so muss man ergänzen, schön anzuschauen. Die *yellow press*, so scheint es, mit ihrer typischen Verbindung von Bild und Text, *sex* und *crime*, Sensation und Empörung, moralischer Rahmung und spektakulärem Inhalt darf bald ihren 500. Geburtstag feiern.

Schon mit der Erfindung des Drucks beginnt die Geschichte der populären Massenmedien.² 1574, zu einer Zeit, in der sich nur die wenigsten eine Gutenberg Bibel leisten können, wohl aber 4 Kreuzer für ein paar gedruckte Seiten erübrigen können, publiziert Adam Berg in München folgende Schrift: „Kurtze unnd warhafftige Historia / von einer Junckfrawen / welche mit etlich und dreissig bösen Geistern leibhaftig besessen / und in der Schloss Capeln zu Starnberg / un Erzherzogtum Ostereich undder der Enns in beysein vieler vom Adel/ und ander christlichen leut / genedigklich davon erlödiget worden“.³

Außer diesem Text findet sich auf der Titelseite des Drucks ein Holzschnitt, der auf der linken Bildhälfte eine junge Frau zeigt, die von mehreren Männern gehalten und gebändigt werden muss, während rechts von ihr drei geistliche Würdenträger mit Monstranz, Bibel und Weihrauch den Exorzismus vornehmen. Mit Erfolg, denn die Dame atmet eine Art Dampffontäne aus, in der man vier der dreißig „bösen Geister“ erkennen kann, von denen sie besessen war. Auf der Umseite erfährt man Details. Veronika Steiner aus

¹ Abbilder zweier Seiten und Textauszüge in *Neue Zeitungen*, S. 22–24, Nr. 59. Die ausgeführten Drucke sind fortlaufend nummeriert. Zitiert wird in der Folge nach der Abdrucknummerierung dieses Buches.

² Populär deshalb, weil diese Texte für das Vorlesen geschrieben wurden, so dass ein weites Publikum erreicht wurde. Zahlreiche Belege bei Max L. Baeumer: *Gesellschaftliche Aspekte der ‚Volks‘-Literatur im 15. und 16. Jahrhundert*, in: *Popularität und Trivialität*, hg. von Reinhold Grimm und Jost Hermand, Frankfurt a. M. 1994, S. 7–50, besonders S. 19, 21, 23, 31f.

³ *Neue Zeitungen*, Nr. 453.

Leibnitz heißt die Besessene, die Austreibung fand unter der Regie des Jesuitenpaters Johann Nikolaus Brabantinus statt. Den Bericht hat ein Student der Theologie verfasst, Sebastian Khüeller aus Görtz, seine Angaben werden von drei edlen Herren von Taxis, auf deren Schloss Frau Steiner beschäftigt war, bezeugt. Drei Männer von Rang und ein angehender Theologe verbürgen sich für die Wahrhaftigkeit des Beschriebenen, und dies ist wohl auch nötig angesichts einer Dampf und Dämonen speienden Jungfrau. Die Zeugen stützen Bild und Text, deren sachliche Glaubwürdigkeit ohne diesen sozialen Rahmen wohl nicht auskäme. Was in der Sachreferenz des Sinns mangelt, wird von seiner Sozialreferenz kompensiert; dieser Verweis auf Augenzeugen der Ereignisse ist typisch für die Gattung.

1581 druckt Johann Beck in Erfurt „Drey neue Zeyttung“ (Nr. 537), die mit einem geradezu fantastischen Holzschnitt den Käufer locken. Unter einem kämpfenden Ritterheer mit einigen Gefallenen, zwei Sonnen und einem Kometen ist ein Zug zu sehen, der von sechs schwarz gekleideten Gestalten, die Gesichter von Kapuzen verhängt, angeführt wird. Diese an Pestärzte oder Mönche erinnernde Gruppe wird begleitet von einem größeren Gefolge nackter und kahlköpfiger Männer, die mit schwerem schwarzen Tuch verhangene und mit Kreuzmotiv versehene Särge oder Kisten tragen. Wenn dies ein Leichenzug sein soll, dann ein außerordentlicher. Das Bild illustriert zumindest zwei der drei „Zeyttung“, nämlich von „dreyen Sonnen an dem Himmel, sampt etlichen Leichten, und anderm Kriegsvolck, so gesehen worden im Lande zu Polen über der Statt Margenborg“, sowie eine von einem Kometen annoncierte oder begleitete Verheerung in Italien durch ein „erschrockliche(s) Erdbidem“. Über den wundersamen Leichenzug erfährt man, dass er in „ganz Ithalien“ zu sehen gewesen sei, dass er ein Beben ausgelöst habe, welches Städte und Dörfer, „Kirchen und Thürn zerstört habe; „Wunderzeichen“ haben es angekündigt, 71 Tote waren zu zählen - und zwar „in der Lüfte“. Die Leichen zogen geradewegs gen Himmel:

Wolt dise Figur beschawen / secht dise revmen an/ dencket wie schrecklich hats inn der
Lüfte gestahn / man hort sie heulen und gelffen / als wehrens Menschen gewesen / die Burger
waren verstorben / als wehren sie gantz todt gewesezt.

Disen reyen mit langen Kleidern / sahe man die mit trawer / durch die Lüfte passieren /
lenger als ein geschlagen Uhr / darnach so folgten zum letzten die todten mit grosser gezal
/ sie zogen nach dem Ostwesten / da verschwanden sie allzumahl. (Nr. 537)

Der Autor erwähnt auch die „unglaubigen“, die dieses „zeichen“ Gottes nicht gesehen haben wollten, während der christliche Rest des Volkes vor Entsetzen die Haare raufte und die Hände rang, und mahnt seine Leser zur rechthgläubigen Auffassung: „Ich last uns nicht berümen / und bessert ewer Sünden frey / wenn da Gottes zeichen kommen / da sein die plagen des Herrn nahe bey.“ So wird die apokalyptische Ikonographie des Holzschnitts dezidiert in moral-theologischen Dienst gestellt. Für die Wahrhaftigkeit des Berichts können dann ganz pauschal „alle Propheten und Doctoren“ bemüht werden, die gelehrt haben, an welchen Zeichen zu erkennen sei, „daß der Welt Ende nahe ist.“ Auch in Polen deuten Ereignisse „so schrecklich“ und „grewlich“, wie man bislang „nie gesehen deßgleichen“, auf den Endkampf zwischen Gut und Böse hin, in einer Meldung aus Morgenbach liest man von einem „blutig Creutz“ am Himmel, das „gräußlich in der Luft“

hing und zweifellos „Gottes straffe“ verkündigte, der niemand „entfliehen“ könne. Der Rat der Stadt selbst habe diese wichtigen Ereignisse „beschrieben“ und nach „Dantzic“ gesandt, „auff das ein jeder glauben soll fürwar / diß grosse wunder“. Genaue Angaben der Daten verstärken den Eindruck, es handle sich um „getreue“ Nachrichtenerstattung. Die Berichte dieser „newen Zeytung“, so halten wir fest, erheben einen auf Autoritäten und Zeugen gestützten Anspruch auf Aktualität und Wahrhaftigkeit, erzählen vom Wunderbaren, setzen in der Rezeption auf Kategorien wie Schrecken oder Grauen und betten die Geschichte in ein religiös-moralisches Konzept ein. Die schrecklichen, grauenhaften und wunderbaren „Zeytungen“ enden mit dem Aufruf, die eigenen Sünden zu beweinen, denn „der tag des Herrn ist nun nahe.

Ein letztes, spektakuläres Beispiel mag unseren Einstieg in die frühe Welt der Drucke abrunden. 1522 oder 1523 erscheint in Erfurt bei Michael Buchführer eine Schrift, die von einem Monster berichtet, das unter dem Namen „Mönchskalb“ zu einiger Berühmtheit gelangt ist.⁴ Der Holzschnitt auf dem oberen Teil des Drucks zeigt eine Art Minotaurus, dessen Oberteil und Kopf an die Kapuze eines Mönches erinnert. Unter dem Druck heißt es in fetter und groß gesetzter Schrift: „Diesse Graußame und Erschreckliche Figur ist zu Freybrugk inn Meyssen / inn einer Kūw gefunden: als der Fleischhawder die selbig geschlacht.“ In dieser Kuh sei „ein Kalb gewest / gleich einem Menschen / Und hat auf dem rück / und umb den haß ein Mönichskappen oben / breit / unnd unten spitzig / Unnd ist ein schwarz haupt ane haer / allein einen Mönichskrantz gehabt“.

Die Haube sei so gewachsen, als ob es „ein Schneider mit allem fleiß gemacht“ hätte, das sei „das aller wunderlichste am kalbe“. Diese Missgeburt macht in der Reformationszeit Karriere. „Das Monstrum wurde von den Päpstlichen auf Luther, von Luther auf die Mönche gedeutet.“⁵ Monstra eignen sich vorzüglich als Thema der „Neuen Zeitungen“, denn sie kombinieren Sensationelles mit Schrecklichem und erlauben eine religiöse oder erbauliche Rahmung. Andere Inkunabeln berichten von „erschrocklichen“ Riesen,⁶ deren Erscheinung „unglaublich, aber doch warhaffte“ sei, von einem „unbarmhertzen, abschewlichen, grausam-und gewrelichen Thier, welches in wenig Jahren, den grösten Theil Teuschlandes verheeret“,⁷ oder im Jahre 1715 von einem gigantischen Kannibalen, der in Louisiana gefangen worden sei.⁸ Hunderte von Drucken haben Katastrophen und Ausnahmeerscheinungen zum Thema wie Kometen und Meteore, Erdbeben und Vulkanausbrüche, Hexen und Zauberer, bisweilen Hinrichtungen und Marterungen. Besonders hübsch ist hier ein Holzschnitt, der detailliert abbildet und beschreibt, wie Luther von seinen eigenen Anhängern „gemartert, anatomiert, gemetzget, zerhackt, zerschnitten, gesotten, gebraten, und letztlich ganz auffgefressen wirdt“.⁹ 1577 dementieren die Lutheraner und behaupten, nicht Luther, sondern dem heiligen Franziskus sei es so ergangen.¹⁰

⁴ Ebd. Nr. 121.

⁵ Adolf Dresler: *Einleitung*, zu: *Neue Zeitungen. Relationen, Flugschriften, Flugblätter, Einblatt-drucke von 1470 bis 1820*, München 1929, S. 50.

⁶ *Neue Zeitungen*, Nr. 470, 593.

⁷ Ebd., Nr. 1104, erschienen 1635.

⁸ Ebd., Nr. 2227.

⁹ Ebd., Nr. 394, erschienen 1568.

¹⁰ Ebd., Nr. 492.

In seiner herausragenden Untersuchung über *Factual Fictions. The Origins of the English Novel* hat Lennard J. Davis gezeigt, welchen bedeutenden Anteil die sogenannten ‚newes‘ an der Entstehungsgeschichte des modernen Romans haben, wie er in England von Defoe, Dickens, Richardson, Sterne und Fielding geschaffen und geprägt worden ist. Davis konzentriert seine Analyse des frühen ‚News‘-Systems auf die gedruckte Ballade, in der er eine Proto-Zeitung sieht: „The printed ballad was basically journalistic – which is to say, more likely to be read immediately after the event reported than the ballad of a wandering minstrel“.¹¹ Eines ihrer Kennzeichen ist die Aktualität, oder genauer: der Anspruch, ‚newes‘ zu berichten, selbst wenn bisweilen die Ereignisse tatsächlich länger zurückliegen oder ganz und gar erfunden sind. Die in der Regel nicht mehr als ein Blatt umfassenden Balladen sind dank der neuen Drucktechnik in der Lage, aktuell und „almost overnight“ über ein Ereignis in Auflagen zu informieren, die nach Tausenden zählen. „In looking at ballads, one sees quite frequently the words novel, newes, and new being used interchangeably. Ballads always claim to be new, as if the word were at once a guarantee and a disclaimer.“¹² Auch in den Titeln der Balladen taucht meistens ein Versprechen ihrer „newness“ oder „recentness“ auf: „New newes of two most famous seafights“¹³, überschlägt sich einer der Titel geradezu. Das Neue dieser Gattung ist, dass sie – dank der bereits populären Balladenform und der Illustration des Inhalts – ein Publikum erschließt, das bislang an die Kommunikation durch Schrift nicht angebunden war: „the main function of the ballads was to act as newspapers to inform primarily the literate and illiterate lower classes“. Und worüber? Sie berichten von „public events such as earthquakes, wars, murders, freaks of nature, and supernatural happenings, as well as to preach religious homilies to those considered most likely to commit violent acts.“¹⁴ Wir erkennen hier die Themen der deutschsprachigen „Newen Zeytungen“ leicht wieder. Die Themen sowie die generelle Verpflichtung auf Neuheit werden die ‚news‘ mit der ‚novel‘ verbinden, wobei in beiden Fällen zunächst gleichgültig sein wird, ob das Neue erfunden ist oder nicht, bis im 18. Jahrhundert die Differenz zwischen Fakten und Fiktion den entscheidenden Unterschied machen wird: „And what is quite significant is that the news/novel discourse seems to make no real distinction between what we would call fact and fiction. That is, fictional tales seem to be considered newes as readily as would an account of a sea battle or a foreign war.“¹⁵

Die wohl werbenden wie den Interessentenkreis über die kleine Gruppe der Alphabetisierten hinaus erweiternden Illustrationen der Balladen sind nur vage thematisch und werden oft – bei wechselnden Themen – recycled.¹⁶ Ein illustriertes Flugblatt aus dem Jahre 1609 aus Prag zeigt die Räderung einer halbnackten Frau, obschon im Text keine Dame erwähnt wird, die sich eines Verbrechens schuldig gemacht hat.¹⁷ Typisch ist auch das Eingeständnis äußerster Unwahrscheinlichkeit in Verbindung mit der vehementen Versicherung, alles sei wahr.

¹¹ Davis, Lennard J.: *Factual Fictions. The Origins of the English Novel*, New York 1983, S. 47.

¹² Ebd., S. 48.

¹³ Ebd.

¹⁴ Ebd., S. 47.

¹⁵ Ebd., S. 51.

¹⁶ Vgl. ebd., S. 52.

¹⁷ Abgedruckt in Thorsten Schröder: *Die ersten Zeitungen*, Tübingen 1995, S. 15.

„Warhafft neue Zeitung“¹⁸ oder „Gründlicher unnd warhaffter Bericht“¹⁹ sind die Floskeln, mit denen die deutschsprachigen Druckwerke vielversprechend beginnen, um dann ihre erstaunlichen und wunderbaren „narrationes“ anzuschließen. In einem britischen Beispiel aus dem Jahre 1661 ist zu lesen: „This is no feigned story, though ‘tis new, / But as ‘tis very strange ‘tis very true.“ Und: „Though many lies are darly now invented, / This is as true a song as ere was printed.“²⁰ Hier wird Wahrheit reklamiert, obwohl sie neu und gedruckt ist. Darin scheint man einen Gegensatz zu sehen, den Davis übrigens nicht aufklärt. Neuheit, so unsere Vermutung in Kürze, steht im 17. Jahrhundert noch unter Verdacht, weil es in einem von Gott erzeugten Essenzenkosmos nichts Neues geben kann, denn wer sollte das geschaffen haben? Neues als Anderes kann man sich nur als Abweichung vorstellen, und Privationen sind des Teufels. Diese alttestamentarische Überzeugung, es gebe „nichts Neues unter der Sonne“, wird von den „Newen Zeytungen“ zu Grabe getragen.

Einen starken Anteil an allen englischen Einblattdrucken haben die Balladen mit Krimi-Plot: „Of all the ballads in general [...] the most popular single subject [...] was criminal behavior. There were 50 ballads about murder (more than on any other topic), 45 on hangings, 15 on public burnings, 3 on pressing to death, and 2 on beheading“. In der Regel geben die Balladen „a third-person narrative of the rogue’s life“, gefolgt von einem „short poem“, das oftmals fingiert, es sei von der Hand des Verbrechers selbst geschrieben: „with bis owne band, a little before bis death“.²¹ Trotz der logischen Probleme, die dadurch entstehen, dass ein Ich-Erzähler kaum von seiner eigenen Hinrichtung zu berichten vermag, werden diese Widersprüchlichkeiten zurückgestellt zugunsten des Eindrucks größerer Unmittelbarkeit und Wahrhaftigkeit. Bereits in diesem frühen Stadium massenmedialer Kommunikation entsteht ein Problem, dessen Lösungsversuche den Roman mitprägen werden: the „great difficulty in balancing out the demands for authenticity and narrative logic“.²² Der Kriminalroman wird es mit der Verdopplung des Personals lösen: ein Detektiv wird erforschen, warum und wie der Verbrecher zur Tat geschritten ist.

Es gibt einen Markt für Balladen. Auf Londons Straßen werden die Produkte ausgeschrien²³: „Ballads, my masters, ballads! Will ye ha’ any ballads o’ the newest and truest matter in all London?“ Die Frage, die man gewöhnlich stellt, sei: „Is it new?“²⁴ Davis scheint die – gründlich validierte – Feststellung zu genügen, dass Balladen und zeitungartige Einblattdrucke vor allem neu zu sein haben, wenn man sie verkaufen will, aber er geht der Frage nicht weiter nach, auf welches Bedürfnis diese Nachfrage des Neuen, diese Neugier antwortet. Dies ist auch ein Problem der deutschen Forschung, die zwar durchweg die „Marktgängigkeit“ der Zeitungen konstatiert, aber das Kaufinteresse der

¹⁸ *Neue Zeitungen*, Nr. 488.

¹⁹ Ebd., Nr. 349.

²⁰ Davis: *Factual Fictions*, S. 53.

²¹ Ebd., S. 56.

²² Ebd., S. 57.

²³ Diese Praxis ist gängig. Vgl. zum Absatz der „Neuen Zeitungen“ in Deutschland durch Marktschreier und Hausierer Paul Roth: *Die Neuen Zeitungen in Deutschland*, Leipzig 1963 [Reprint, 1914], S. 69–80.

²⁴ Davis: *Factual Fictions*, S. 49.

Konsumenten weder differenziert noch überhaupt besonders gründlich untersucht. Die „Expansion der Zeitungsunternehmen“ ab dem 17. Jahrhundert wird meist en gros mit den wirtschaftlichen und politischen Entwicklungen erklärt, deren steigende Komplexität zweifellos auch das Informationsbedürfnis erhöht hat.²⁵ Dies trifft indes nur für den tatsächlich großen Teil der periodischen Zeitungen zu, die vor allem politische, militärische und wirtschaftliche Nachrichten publizieren,²⁶ nicht aber für die große Zahl der Einblatt-drucke, deren Hauptinteresse woanders liegt²⁷: im „deutschsprachigen Raum“ ist der „Bereich der Sensationsberichterstattung“ die „wichtigste Domäne der Neuen Zeitung“,²⁸ Spekulationen darüber, dass diese Mediengattung sich an „Angehörige der ‚Unterschichten‘“ wendet, konnten bislang noch nicht validiert werden.²⁹ Seit Jahrzehnten wird mehr oder minder unbelegt postuliert, die „Neue Zeitung (sei) für die große Masse bestimmt und (werde) auch mit Interesse von ihr aufgenommen.“³⁰ Auch Davis nimmt an, das neue „information dispersal system“ des „news/novel discourse“ sei gekennzeichnet von seiner breiten Öffnung „to the lower and middle classes“.³¹ Eine schlüssige Hypothese für den Grund des Interesses dieser Schichten indes fehlt. Dies mag daran liegen, dass die Konzentration auf die politisch-ökonomische Dimension der Berichterstattung den Blick auf die eher ‚literarischen‘ und unterhaltenden Anteile der Zeitungen verstellt. So oft die Stichworte der „kurtzweiligen Freuden“ für die „langweiligen Zeiten“³² auch fallen, der Bezug zur Unterhaltung freier Zeit gerät nirgends in den Blick.

²⁵ Vgl. Schröder: *Die ersten Zeitungen*, S. 5f.

²⁶ Ebd., S. 126.

²⁷ Joachim von Schwarzkopf merkt allerdings in seiner Abhandlung *Ueber politische und gelehrte Zeitungen, Messrelationen, Intelligenzblätter und über Flugschriften*, Frankfurt a. M. 1802, S. 31, an, dass die Periodisierung die Reichs-Postzeitungen „weniger verändert“ habe, „als zu erwarten war“. Zwar fände sich endlich von „den Abentheuern, den Weltwundern und den Hexengeschichten, welche sonst die Politikverdrängten“, kaum „mehr eine Spur“, doch noch „die Postzeitung vom 3ten Sept. 1728 erzählt in sechs gespaltenen Columnen die Verbrennung von einem halben Dutzend Hexenmeistern und sieben Gehülffinnen zu Szegedin mit so treuherziger Leichtgläubigkeit, dass es ein glücklicher Ausbruch froher Laune war, in welcher eine Privatgesellschaft vor zwey Jahren die neue Auflage des Blattes anordnete.“ Die Verbindung von fantastischen Geschichten mit der Versicherung unbedingter Glaubwürdigkeit ist eine Reminiscenz an den Anteil der „Neuen Zeitungen“ an den Periodika.

²⁸ Schröder: *Die ersten Zeitungen*, S. 18.

²⁹ Ebd., S. 6. Vgl. auch Baeumer: *Gesellschaftliche Aspekte der ‚Volks‘-Literatur im 15. und 16. Jahrhundert*. Textimmanente Analysen weisen immerhin auf ein Publikum hin, das mehr umfasst als die alphabetisierten Stände.

³⁰ Roth: *Die Neuen Zeitungen*, S. 79.

³¹ Davis: *Factual Fictions*, S. 70.

³² Baeumer: *Gesellschaftliche Aspekte der ‚Volks‘-Literatur im 15. und 16. Jahrhundert*, S. 30ff.

Schließt man aus den zahllosen Versicherungen der ‚newes‘ und ‚Neuen Zeitungen‘, sie handelten vom ‚Unerhörten‘,³³ ‚Neuen‘, lieferten ‚Extraordinary Newes‘³⁴ oder erzählten von unvergleichlicher ‚Subtily and Cruelty‘,³⁵ auf ein entsprechendes Konsumenteninteresse, dann liegt die These nahe, dass diese Druckwerke auf ein Unterhaltungsbedürfnis antworten. Ginge es um Unterhaltung, dann würde dies erklären, warum es bei den ‚newes‘ gleichgültig ist, ob sie wahr oder falsch sind. Die Durchmischung der ‚Neuen Zeitungen‘ mit tatsächlichen und erfundenen Ereignissen versucht dagegen Davis damit zu erklären, dass auch falsche oder erfundene ‚newes‘ nützlich seien im Rahmen eines allegorischen Wahrheitskonzeptes. Denn auch und gerade Erdichtetes ließe sich interpretieren als Zeichen, hinter dem eine Lehre, Moral oder Lebensweisheit steht. Fiktive ‚newes‘ gestatten ohne weiteres die gleiche Art der Rahmung wie ‚wahre‘ Nachrichten. „If the (stories) were not new, if they were not accurate, or even if they were completely fabricated, they could still serve this purpose. In fact, the more the event was worked over, the more readily it would yield its moral example.“³⁶ Diese Deutung vermag sich auf Sir Philip Sidneys Aristoteles-Lektüre zu berufen, welche an die überragende ‚Wahrheit‘ poetischer Texte erinnert, die diese den historischen Texten voraus hätten.³⁷ Für das Mediensystem der ‚News‘ im 17. Jahrhundert ist es also unbedeutend, wie sich die Texte tatsächlich zur Wahrheit und Falschheit im szientifischen Sinne verhalten. Dasselbe gilt auch für die Poesie, die Sachverhalte weder affirmiert noch leugnet, sondern jenseits des Codes wissenschaftlicher Kommunikation operiert.³⁸ Die Leser, und dies kann für beide Medien gelten, sind laut Davis zwar der Ansicht, „they might have been true, but they clearly bought the narratives whether true or false.“³⁹ Und da jeder wissen kann,⁴⁰ dass der Diskurs der *Neuen Zeitungen* jenseits von Wahrheit und Lüge operiert, die Drucke aber dennoch gekauft werden, muss es den Konsumenten um etwas anderes gehen als die Mitteilung von Informationen über Fakten. Das ist zuzugestehen, offen bleibt nur die Frage, warum gerade eine moralische Pointe dieser Textsorte zu solchem Erfolg verhelfen konnte?

Davis’ These über die Genealogie der englischen Romane ist, dass ihre Ahnen viel eher in den Einblattdrucken des 16. und 17. Jahrhunderts zu suchen seien als im

³³ „*Warhafftige und zuvor unerhörte newe Zeitung*“ titelt eine Schauergeschichte aus dem Böhmerwald, wo in einem Gasthaus der Wirt zugleich der Mörder seiner Gäste gewesen sei. Vgl. Schröder: *Die ersten Zeitungen*, S. 15.

³⁴ *Neue Zeitungen*, Nr. 1185.

³⁵ Ebd., Nr. 1151. Weiter heißt es im Titel: „or a true relation of the horrible and unparalleled abuses and intolérable Oppressions, exercised by Sir Sackville Crow“.

³⁶ Davis: *Factual Fictions*, S. 69.

³⁷ Sir Philip Sidney: *An Apology for Poetry*, Manchester 1973 [1595], S. 110f.

³⁸ „Now for the poet, he nothing affirms, and therefore never lieth. For, as I take it, to lie is to affirm that to be true which is false.“ Ebd., S. 123f.

³⁹ Davis: *Factual Fictions*, S. 70.

⁴⁰ In den Einblattdrucken selbst wird es sehr schnell ein Topos zu behaupten, dass Zeitungen Lügen verbreiten. In einem bei Roth: *Die Neuen Zeitungen*, S. 78, zitierten Beispiel vom Beginn des 17. Jahrhunderts heißt es: „Ein Zeitungskrämmer, ein ehrlicher Monsieur, / Ein Mann auf d’Nahrung ward aus mir, / Im Land spargirt ich hin und her/ Die schönsten Lügen zentnerschwer“.

französischen oder spanischen Roman. Wir schließen uns dieser Vermutung an, denn es scheint schon bei einer flüchtigen Durchsicht der *Neuen Zeitungen* evident zu sein, dass dieses frühe Kommunikationssystem das Publikum auf zentrale Themen und Rezeptionsgewohnheiten vorbereitet, wie sie der Roman später voraussetzen wird. Dies gilt in besonderer Weise für die Promovierung des Wunderbaren und Kriminellen, deren Aufbereitung als Sensation und ihre Rahmung durch einen moralisch-didaktischen oder religiös-erbaulichen Kontext, und dies gilt weiter für die Festlegung der Texte auf immer wieder Neues und die Produktwerbung mit Illustrationen.⁴¹ Wir haben es hier mit „preadaptive advances“ zu tun, um „Errungenschaften, die im Rahmen eines älteren Ordnungstyps entwickelt und stabilisiert werden können, die aber erst nach weiteren strukturellen Änderungen des Systems in ihre endgültige Funktion eintreten. Preadaptive advances sind sozusagen Lösungen für Probleme, die noch gar nicht existieren.“⁴²

Ehe Novels und Romane mit ihren viel anspruchsvolleren Möglichkeitsbedingungen hinsichtlich ihrer ökonomischen, rechtlichen und politischen Umwelt auf den Plan treten, werden auf einem vergleichsweise unproblematischen Feld (mit geringen Kosten, ohne Besteuerung, ohne Zensur,⁴³ ohne kompliziertes Vertriebssystem, ohne die Rechtsfiguren des Copyright etc.) Praktiken erprobt, auf die der Roman zurückgreifen wird, als sei dieser Testlauf eigens für ihn entwickelt worden. Die Evolution der Literatur nimmt „Vorentwicklungen“ auf, ohne dass diese selbst jene „strukturellen Veränderungen“ voraussetzen müssten, die ihre spätere Neuverwertung nahelegen werden. Die „preadaptive advances“ des ‚News‘-Diskurses ermöglichen so dem Literatursystem der Zukunft, „riskantere, unwahrscheinlichere Formen“⁴⁴ zu entwickeln.

Trifft diese evolutionstheoretische Hypothese zu, dann wird man als rückwärtsgerandter Prophet auch die Vermutung über die Unterhaltungsfunktion der ‚newes‘ und ‚Neuen Zeitungen‘ mit mehr Gewicht vortragen dürfen. Denn wenn die Produkte des ‚News‘-Diskurses und der neuen Literatur-Gattung des Romans (sensu *novel*) vor allem auf Überraschungen, Sensationen, Schrecken, Neuheiten und Wunderbares gleichermaßen aus sind, dann darf man unterstellen, dass das gut belegte Interesse der Romanleser dem älteren Bedürfnis der Zeitungskonsumenten entspricht. Und dieses ist die Unterhaltung freier Zeit. Für die englische Literatur hat Günter Blaicher in seiner Schrift *Freie Zeit – Langeweile – Literatur. Studien zur therapeutischen Funktion der englischen Prosaliteratur im 18. Jahrhundert* diese Vermutung gründlich belegt. Blaicher stellt für das 17. und 18. Jahrhundert die Langeweile der oberen Schichten, als deren Folge nach Auffassung der damaligen Humoralpathologie Melancholie und Spleen zwangsläufig hervorgingen, als zentrales Problem heraus, an deren Lösung sich nicht nur die Ärzte, sondern

⁴¹ Vgl. Niels Werber: *Der Markt der Musen*, in: *Beobachtungen der Literatur*, hg. von Gerhard Plumpe und dems., Opladen 1995, S. 183–216.

⁴² Niklas Luhmann: *Geschichte als Prozeß und die Theorie sozio-kultureller Evolution*, in: *Soziologische Aufklärung*, Bd. 3, Opladen ²1991, S. 178–197, S. 191.

⁴³ Schwarzkopf: *Ueber politische und gelehrte Zeitungen, Messrelationen, Intelligenzblätter und über Flugschriften*, S. 34, stellt fest: „Localabgaben ruhen auf den Zeitungen gar nicht“, und: „Bis in die 1780er Jahre waren alle Zeitungen in Fankfurt [...] gänzlich censurfrey.“ Die Produktionspraxis schließt eine Vorabzensur ohnehin aus.

⁴⁴ Luhmann: *Geschichte als Prozeß und die Theorie sozio-kultureller Evolution*, S. 191.

auch die Schriftsteller begeben. Ein Hauptargument für das Lesen abwechslungsreicher und interessanter Texte sei es, Autor wie Leser „busy“ zu halten.⁴⁵

Fassen wir die Erklärungen der Romanautoren des englischen 18. Jhds., bezüglich ihres Ziels, den Leser zu zerstreuen, Langeweile von ihm fernzuhalten, seine Neugier zu befriedigen, ihn durch variety und Erregung der Affekte zu affizieren und schließlich ihn aus einem Zustand der laziness [...] durch Aktivierung seiner rationalen, imaginativen und emotionellen Vermögen herauszuführen, zusammen und interpretieren wir diese Erklärungen im Lichte der existentiellen Situation des Lesers jenes Jahrhunderts, so kann an dem Vorhandensein einer therapeutischen Wirkungsintention der Autoren im Hinblick auf den Leser nicht gezweifelt werden.⁴⁶

Romanlektüre ist in der Sicht der Verteidiger dieser Gattung eine „neutrale Form des Nichtstuns, die das Aufkommen des Bösen verhindert und Zustände der Langeweile vertreibt.“ Zum Teil wird sogar die Entstehung der Poesie überhaupt vor diesem Hintergrund gedeutet. Aus orientalischer Langeweile und Indolenz sei die Kunst hervorgegangen, „zum Zeitvertreib des Herrschers Erzählungen zu erfinden“.⁴⁷ Blaicher merkt übrigens an, dass bei dem Ziel, die Langeweile der „idle time“ durch „amusement“ und „entertainment“ zu vertreiben, die ‚news‘ als Konkurrenz zur Lektüre angesehen werden müssten,⁴⁸ ‚news‘ und ‚novels‘ also Funktionsäquivalente sind.

Auf der Suche nach den Gründen für das Wachstum des Buchmarktes und des Lesepublikums wird meist – auch von Blaicher – pauschal auf das zeitgleiche Aufkommen des Bürgertums verwiesen. Doch diese Universalerklärung lässt, wie Davis zeigt, viele Fragen offen: „The weakness of the middle-class hypothesis is not that it is incorrect but only it is incomplete. Why should a rising middle class necessarily lead to a 250-page book about a man on an island or a young girl who resists the seduction of her master?“ Und weiter: „one needs to know why increased leisure time necessarily leads to a novel-reading particularly and not billiard-playing or taking excessively long walks?“⁴⁹ Warum setzt sich die Lektüre vor allem von Romanen im Wettbewerb um die Antwort auf das Problem freier Zeit gegen eine Konkurrenz von unzähligen Arten anderer „hobby-horses“ durch? Wir können nun den Versuch unternehmen, die offenen Fragen einer Antwort zuzuführen, indem wir die Beobachtung der geradezu pathologischen Folgen unausgefüllter Mußzeit der oberen Schichten im 17. und 18. Jahrhundert auf das Unterhaltungsangebot der Einblattdrucke beziehen, deren Semantik eigens dafür gemacht zu sein scheint, mit immer neuen Überraschungen der ‚englischen Krankheit‘ zu begegnen. Das Lob der Romanlektüre, das vor allem die heilsame Wirkung der „agitated Passions“ herausstellt, folgt dem Code „variety vs. nauseous“, „new vs. tedious“.⁵⁰ Genau dieser Codierung entsprechen nun die fantastischen, unerhörten, immer ‚newen‘ Zeitungen des 16. und 17. Jahrhunderts vollständig. Es ist wahrscheinlich, auf dieses Lösungsangebot

⁴⁵ Günter Blaicher: *Freie Zeit – Langeweile – Literatur: Studien zur therapeutischen Funktion der englischen Prosaliteratur im 18. Jahrhundert*, Berlin, New York 1977, S. 130.

⁴⁶ Ebd., S. 131.

⁴⁷ Ebd.

⁴⁸ Ebd., S. 13.

⁴⁹ Davis: *Factual Fictions*, S. 43.

⁵⁰ Blaicher: *Freie Zeit – Langeweile – Literatur*, S. 77.

zurückzugreifen, wenn sich dasselbe Problem erneut und gravierender stellt. Der ‚News‘-Diskurs teilt mit dem Diskurs der Romane nicht nur den Code, sondern auch die Funktion: die Unterhaltung freier Zeit. Im Gegensatz zum Billard-Spielen und Spazierengehen, zur Jagd und zum galanten Abenteuer bedient der Roman dank seiner Struktur, seines Preises und seiner Themen potentiell jeden Interessenten unabhängig von Alter und Geschlecht, Herkunft und Beruf, Bildung, Einkommen und Gesundheitszustand. Auch hierin liegt ein evolutionärer Vorteil, der den Schritt von den ‚News‘ zur Novel umso wahrscheinlicher macht.

Der ‚News‘/Novel-Diskurs, wie Davis ihn aufgrund geteilter Regelsets zusammenfassend nennt, gilt um die Mitte des 17. Jahrhunderts herum als „vulgar“ und unseriös, sein Publikum als ‚niedrig‘ und ‚gemein‘.⁵¹ 1725 ist es eine gängige Meinung, dass „novels were immoral, criminal, and dangerous precisely because they were part of the popular culture“, was bedeutet, dass sie „tend to depict ‚lowlife‘ activities“⁵². Die Protagonisten der Romane Defoes sind die gleichen Spieler, Kriminellen, Huren und Abenteuerer, von denen schon die Balladen erzählen. Den Romanautoren wird vorgeworfen, sie seien die „biographers of Newgate“⁵³, eines berühmten Gefängnisses, dessen Insassen und Opfer die Narrationen der Einblattdrucke bevölkerten. Die Familienähnlichkeit zwischen ‚ballads‘ und ‚novels‘ geht tiefer und reicht bis in strukturelle Feinheiten hinein: In vielen Romanen (etwa in „Moll Flanders“) mit Krimi-Handlung vollzieht sich eine moralische Wende vor der Hinrichtung des Verbrechers. „The last words of the criminal, and the ritual of execution, serve them to permit paradoxically the lawbreaker to become the law-affirmer, the liar to become the speaker of final truths, and the thief to become the giver of good advice.“⁵⁴ Dies entspricht sowohl der Struktur der Balladen als auch den Anforderungen eines empfindlich gewordenen Rechts- und Zensursystems. Der Romanheld ist, wenn er auch als Verbrecher ein soziales „disexample“ darstellt, stets zugleich qua Bestrafung ein „example“⁵⁵. Jeder „rake“ muss büßen oder bereuen – wenn auch erst am Ende des Romans. Diese moralische Einhegung der Geschichte entfernt den Roman allerdings von der realistischen Programmatik seiner Gattung, die ihn von der älteren ‚romance‘ unterschieden hat. „For novelists actually to write the morally verisimilar novel, they would have to abandon realism and the novel's form itself.“⁵⁶ Auch hier wird dann das ‚framing‘ die nötige Authentizität herstellen. Genau wie die Verfasser der ‚Neuen Zeitungen‘ und ‚True'st Newes‘ werden die Autoren der Romane als Herausgeber ihrer Narrationen auftreten. Die Herausgeber-Mystifikation, die Behauptung, es handle sich nicht um eine Fiktion, sondern um die Edition vorgefundener Papiere, Tagebücher oder Briefwechsel ist charakteristisch für die frühen ‚novels‘ und unterscheidet sie laut Davis zugleich von der Gattung der ‚Romance‘: „Because novelists deny that they are creating an illusion, they are only editor to some found document. This act of authorial disavowal helps establish the rim of the prestructure which makes the novel a framed

⁵¹ Davis: *Factual Fictions*, S. 76.

⁵² Ebd., S. 123.

⁵³ Ebd.

⁵⁴ Ebd., S. 126.

⁵⁵ Ebd., S. 127.

⁵⁶ Ebd., S. 133.

narrative, as opposed to the romance.“⁵⁷ Trotz der stereotypen Beteuerung, die erzählten Begebenheiten seien authentisch, ist sich das Publikum der Tatsache bewusst, dass diese Versprechen einem Klischee folgen und nicht der Wahrheit. Dass alles an den Romanen „falsch“ und „erlogen“ sei,⁵⁸ ist ein Vorwurf, der so gängig ist wie die Behauptung der ‚Herausgeber‘, alles sei wahr und habe sich genau so ereignet, wie es erzählt werde. Aus diesem Jahrhunderte währenden Spiel der Vorwürfe und Verteidigungen lässt sich wie schon im Falle der *Neuen Zeitungen* der Schluss ziehen, dass die Unterscheidung von wahr und falsch, von Fakten und Fiktion für die Verbreitung und Rezeption keine entscheidende Rolle gespielt haben kann. Aus demselben Grund sei auch der Roman als ein Erbe des ‚News‘-Diskurses eine „ambiguous form – a factual fiction“, die ihre Leser in Unsicherheit darüber lasse „whether they were reading something true or false“.⁵⁹ Dass sich der Roman dies erlauben kann, ohne dass seine Karriere dadurch gebremst würde, liegt an der Vorbereitung des Publikums auf diese Ambivalenz durch die Einblattdrucke. Die philosophische Frage „true or not“⁶⁰ hat ihre Bedeutung verloren, die Literaturgattung des Romans hat sich von den Kommunikationsgepflogenheiten der Wissenschaften emanzipiert. Dies wird allein von all jenen nicht akzeptiert werden können, die in aufgeklärten Zeiten auch von der Poesie Vernunft verlangen.⁶¹ Alle anderen, die sich unterhalten lassen wollen, werden dagegen den Buchhändler fragen: „Is it new?“

Die Erfindung des Wunderbaren

Auf die Sensationspresse der „Neuen Zeitungen“ folgen der „wunderbare“ und der Kriminal-Roman als weitere Epochen ‚populärer Kultur‘. Unsere These ist es, dass der Roman in beiden Fällen auf die „preadaptive advances“ der ‚Newes‘ zurückzugreifen vermag.

John Miltons großes Epos *Das verlorene Paradies* (1667)⁶² ist nicht gerade ein Musterbeispiel populärer Literatur. Dennoch lässt sich an diesem vieldiskutierten Werk zeigen, wie sehr die Literatur vom ‚News‘-Diskurs zu profitieren vermochte. Die beiden zentralen Motive der ‚ballads‘: die Überwältigung des Rezipienten durch Sensationelles, Schreckliches und Übersinnliches sowie der Unterhaltungscharakter prägen auch diesen Text. Miltons Inszenierung des Wunderbaren bekümmert sich nicht um die Wahrheit im Sinne der Wissenschaft; und seine Beschreibung der bösen Engel und ihres permanenten Aufstandes gegen ihre Vertreibung aus dem Himmel kommt regelmäßig auf das Problem des Zeitvertreibs zurück, als habe die paradiesische Langeweile Satan und die Seinen erst in den ‚spleen‘ und dann in den Aufruhr getrieben. Geschaffen als mächtigster der Erzengel ist für ihn und seine Heere nichts Ruhmvolles zu tun. Provoziert durch die

⁵⁷ Ebd., S. 35.

⁵⁸ So etwa Gotthard Heidegger: *Mythoscopia Romantica* [Faksimile], Berlin, Zürich 1969 [1698], S. 39.

⁵⁹ Davis: *Factual Fictions*, S. 36.

⁶⁰ Ebd.

⁶¹ So etwa Johann Christoph Gottsched: *Versuch einer Critischen Dichtkunst*, Leipzig 3 1742, V. Cap., § 1.

⁶² Die erste deutschsprachige Ausgabe erscheint 1682.

Einsetzung von Gottes Sohn als König über die Engel⁶³ und ermuntert durch die scheinbare Schwäche des Allmächtigen,⁶⁴ erhebt sich Satan zum Aufstand. Erst diese Revolution und der Sieg Christi ermöglicht beiden Seiten, das melancholische Nichtstun zu beenden und Taten zu begehen, die man nachher besingen kann. Endlich vertreiben Musik und Gesang in Himmel und Hölle die ewig lange Zeit.

Heil, Gottes Sohn, der Menschen Heiland, Heil!
Dein Name mehre meinen Sang fortan
Mit immer neuem Stoffe, und es soll
Dein Lob mir meine Harfe nie vergessen,
Noch trennen je von deines Vaters Lob.
Also verging den Himmlischen die Zeit
Hoch über der gestirnten Sphäre schnell
In sel'gen Stunden jauchzenden Gesangs.⁶⁵

Die „English Malady“⁶⁶, gelangweilte Melancholie, hat auch die Engel befallen; Heilung versprechen sie sich von Gesängen, für deren „immer neuen Stoff“ Gottes Sohn sorgt. Dasselbe Problem herrscht in der Hölle, und auch die Lösung ist die gleiche: Als der „Heerbann“ der Unterwelt sich auflöst und Satan sich zum Paradies aufmacht, sucht jeder der in der Hölle verbleibenden Teufel einen Ort, „Wo er vielleicht noch am wahrscheinlichsten / Sich Linderung dem fiebernden Gehirn / Oder Zerstreuung in der bösen Zeit / Erfände, bis sein Herrscher wiederkehrte.“⁶⁷ Und auch auf der Erde, im Paradies, wird über den „Zeitvertreib“⁶⁸ nachgedacht. Adam lobt an Eva: „In deinem Umgang schwindet mir die Zeit, / Ergötzt mich jeder Tageswandel gleich.“⁶⁹ Und wenn man bedenkt, dass „vacancy“ als eine der empfindlichsten Folgeprobleme der Langeweile gilt,⁷⁰ könnte man selbst Gott unterstellen, er habe die Leere des Alls zu seiner Zerstreuung mit Geschöpfen bevölkert.⁷¹ Immerhin benutzt Adam Begriffe dieser Zeitsemantik bei seiner Frage an den Erzengel Raphael nach der Motivation Gottes, schaffend tätig zu werden: „was gab / Dem Schöpfer Anlaß, aus der heiligen Ruhe / Die ihn in Ewigkeit erfüllt, zu treten / Und einen Bau im Chaos zu beginnen?“⁷² Die Antwort muss man sich aus dem erschließen, was Raphael mitzuteilen geruht. Der Erzengel betont wiederholt, Gott habe „unzählbare Lebewesen“⁷³ erschaffen, die Meere mit „unzählbaren Schwärmen“⁷⁴ belebt und die Erde mit einer Vielzahl von Pflanzen „lieblich (ge)schminkt“⁷⁵. All dies laufe nun auf dasselbe

⁶³ Vgl. John Milton: *Das verlorene Paradies*, Stuttgart 1986, S.168.

⁶⁴ Vgl. ebd., S. 22.

⁶⁵ Ebd., S. 89.

⁶⁶ Blaicher: *Freie Zeit – Langeweile – Literatur*, S. 49.

⁶⁷ Milton: *Das verlorene Paradies*, S. 53.

⁶⁸ Ebd., S. 239.

⁶⁹ Ebd., S. 125.

⁷⁰ Blaicher: *Freie Zeit – Langeweile – Literatur*, S. 34.

⁷¹ Die griechische Mythologie unternimmt dies explizit.

⁷² Milton: *Das verlorene Paradies*, S. 209.

⁷³ Ebd., S. 230.

⁷⁴ Ebd., S. 218.

⁷⁵ Ebd., S. 216.

hinaus: „Abwechslung ohne Ende“.⁷⁶ „Variety“ gilt im 17. und 18. Jahrhundert aber nun gerade als ideales Heilmittel gegen die Übel der Langeweile.⁷⁷ Grenzenlose Abwechslung muss daher Milton in der Tat paradiesisch vorkommen.

Miltons Epos hat im 18. Jahrhundert einen gelehrten Streit um die Frage ausgelöst, ob die Darstellung des Wunderbaren in der Poesie gestattet sei. Bekannt geworden sind bei dieser Auseinandersetzung vor allem die Argumente Gottscheds auf der einen, Bodmers und Breitingers auf der anderen Seite. Im V. Capitel seiner *Critischen Dichtkunst*⁷⁸ behandelt Johann Christoph Gottsched das „Wunderbare in der Poesie“. Seine Überlegungen stellt Gottsched in den Kontext seiner durchaus zeitgemäßen These, dass ein Dichter mit seinen Texten die Aufmerksamkeit seiner Leser nur erzeugen und fesseln kann, wenn er „Gemeines und Alltägliches“ vermeidet und statt dessen „lauter neue, seltsame und fürtreffliche Sachen“ vorträgt.⁷⁹ Die Abweichung vom Gewöhnlichen und Erwartbaren ist das geeignete „Mittel“, um „die Leute aufmerksam zu machen“; der „Grund“ für den Erfolg der Schriftsteller, dies mit der Hilfe des Neuen und Abweichenden zu tun, liegt in der „menschlichen Neugierigkeit“,⁸⁰ die Gottsched zur anthropologischen Grundausstattung schlägt. Es liegt für ihn nahe, dass die Befriedigung der Neugierde durch Neues und Seltsames auch durch den Einsatz des Wunderbaren verfolgt worden ist, da dieses sich durch die Abweichung vom Erwartbaren definiere und daher besonders dazu in der Lage sei. Gottsched stellt fest, dass das Wunderbare „einen Leser oder Zuschauer in Erstaunen (setzt)“, sofern alles „wohlersonnen und glücklich angebracht“ und „nach gewissen Regeln eingerichtet“ worden ist, damit es „nicht kindisch und lächerlich“ wirke.⁸¹

Johann Jakob Breitingers Untersuchung „Von dem Wunderbaren und dem Wahrscheinlichen“ in seiner *Critischen Dichtkunst* geht ebenfalls vom „Neuen“ als „Urquelle aller poetischen Schönheit“⁸² aus. In der Neuheit sieht er „eine Mutter des Wunderbaren, und hiermit eine Quelle des Ergetzens“.⁸³ Das Wunderbare erzeuge einen „reizenden Schein der Falschheit“⁸⁴, der geeignet sei, Aufmerksamkeit zu erzeugen, was einem Text, der nur Allzuwahrscheinliches beinhalte, nicht gelingen könne: es „machen die Begebenheiten, die so wahrscheinlich sind, dass sie aufhören wunderbar zu seyn, die Leute nicht aufmerksam genug“.⁸⁵ Genau wie Gottsched sieht Breitinger, der mit Bodmer völlig im Einverständnis ist,⁸⁶ im Wunderbaren also ein vorzügliches Mittel, „die Aufmerksamkeit

⁷⁶ Ebd., S. 223.

⁷⁷ Ebd., S. 47, 77 „*Variety wins the day*“, heißt es in einer typischen Ballade, in der ein Ritter alles tut, um in seiner unausgefüllten Zeit nach Abwechslung zu suchen. Zit. n. Davis: *Factual Fictions*, S. 65.

⁷⁸ 1. Auflage 1730, 3. vermehrte Auflage 1742, 4. Auflage 1751.

⁷⁹ Gottsched, *Versuch einer Critischen Dichtkunst*, V. Cap., § 1, S. 104.

⁸⁰ Ebd.

⁸¹ Ebd., S. 105.

⁸² Johann Jakob Breitinger: *Critische Dichtkunst* [1740], in: Ders. und Johann Jakob Bodmer: *Schriften zur Literatur*, hg. von Volker Meid, Stuttgart 1980, S. 83–204, S. 135.

⁸³ Ebd., S. 123.

⁸⁴ Ebd., S. 136.

⁸⁵ Ebd., S. 138.

⁸⁶ Vgl. Johann Jakob Bodmer: *Critische Abhandlung von dem Wunderbaren in der Poesie*, Zürich 1740. Dazu Peter-André Alt: *Aufklärung*, Stuttgart, Weimar 1996, S. 83: „Bodmer betont dagegen, daß Miltons phantastische Figuren zwar nicht empirisch existent, jedoch in ihrer

und Verwunderung des Lesers beständig (zu) unterhalten“.⁸⁷ Die Leipziger und die Schweizer Schule sind sich einig insofern, dass die Neugierde, die Fesselung der Aufmerksamkeit durch Neues und der Einbruch des Wunderbaren in das Alltägliche aufeinander bezogen und auf die „Urquelle“ der Poesie zurückgeführt werden. Auch hier kontinuierieren die von den „Neuen Zeitungen“ in Kurs gesetzten Kategorien.

Unterschiede zwischen Gottschedianern und Zürichern kommen erst zum Tragen, wenn man nach den Regeln fragt, die das Wunderbare einhegen. Gottsched bindet das Wunderbare an die „Wahrscheinlichkeit“. Er verurteilt all jene „Wunder“, die „entweder ohne Not oder nicht mit genugsamer Wahrscheinlichkeit erdacht“⁸⁸ worden seien. „Natur und Vernunft“⁸⁹ müssen das Wunderbare beschränken, selbst die „göttliche Macht erstreckt sich auf alles Mögliche, aber auf nichts Unmögliches“; unmöglich sei etwa der von Homer beschriebene „Schild Achillis“, da es „widersinnig“ sei, „so viel seltsame und widersinnische Dinge auf eine Fläche von der Größe und Beschaffenheit zu bringen“; selbst „Vulkan“ als göttlicher Schöpfer könne nicht zur Rechtfertigung „eines solchen falschen Wunders“ angeführt werden.⁹⁰ Gottsched verweist auf die zahlreichen „Wunderdinge“ in „Ritterbüchern und Romanen“, die von einem Teil der „Kritik-Verständigen“ mit „der herrschenden Meinung ihrer abgläubischen Zeiten“ entschuldigt würden, doch sei es „unleugbar, dass es besser sei, sich solcher Arten des Wunderbaren zu bedienen, die in allen Zeiten und Orten gemein sind und bleiben.“⁹¹ Diese Festlegung steht nun aber dem Zweck des Wunderbaren, nämlich durch seine Neuheit und Ungewöhnlichkeit zu überraschen und zu fesseln, diametral entgegen. Gottscheds enggefasstes Verständnis des Möglichen führt zu einer scharfen Kritik an Tasso, dessen Schilderungen der gigantischen Teufel und Engel dem überlegenen „Lachen“ des vernünftigeren Kunstrichters verfallen, und an John Milton. In der vierten Auflage der *Critischen Dichtkunst* wird eigens folgende Passage eingefügt, mit der Gottsched auf die Schweizer reagiert:

Miltons Erfindungen sind nicht viel besser ausgesonnen. Satan, der ganze Feldwege lang ist, erfindet in dem Streite mit Michael und seinen Engeln die ersten Kataunen und braucht sie mit solchem Erfolge, dass ganze Geschwader von himmlischen Geistern dadurch zu Boden geworfen und zurückgetrieben werden. Endlich, da diese betäubten Streiter wieder zu sich selbst kommen, reißen sie ganze Gebirge (denn auch Berge gibt es in dem miltonischen Himmel vor Erschaffung der Welt) aus ihren Wurzeln und werfen sie den Teufeln mit solcher Wut an die Köpfe, daß sie taumelnd zu Boden stürzen und also der Sieg sich wieder auf die gute Partei zu lenken beginnt.⁹²

literarischen Gestaltung wahrhaftig und poetisch glaubwürdig seien. Entscheidend bleibe, daß eine Figur das Gemüt des Lesers errege, ihn anrühre und seine Sinne stimulierte; nicht die Logik der Vernunft, sondern sensuelle Evidenz und künstlerische Stimmigkeit stellen die entscheidenden Indikatoren bei der Bewertung ästhetischer Qualitäten dar. Damit verbindet sich erneut ein Lob der Einbildungskraft“. All dies sind Stichwörter, mit denen man präzise die ‚Poetik‘ und Rezeptionsästhetik der „Neuen Zeitungen“ beschreiben könnte.

⁸⁷ Breiting: *Critische Dichtkunst*, S. 199.

⁸⁸ Gottsched: *Versuch einer Critischen Dichtkunst*, V. Cap., § 1, S. 114.

⁸⁹ Ebd., S. 121.

⁹⁰ Ebd., S. 114.

⁹¹ Ebd., S. 114f.

⁹² Ebd., S. 115.

Gottsched lässt keinen Zweifel daran aufkommen, dass er Miltons anthropo- und geomorphe Beschreibungen des Paradieses und seiner Schlachten für völlig mißlungen hält: „Dieses Wunderbare ist viel zu abgeschmackt vor unsere Zeiten und würde kaum Kindern ohne Lachen erzählt werden können.“⁹³ Da die Welt im 18. Jahrhundert „nunmehr viel aufgeklärter“ sei als vorher, habe „ein heutiger Poet [...] große Ursache, in dergleichen Wunderdingen sparsam zu sein“.⁹⁴ Gottscheds Poetik, die zwischen Vernunft und Phantasie, Philosophie und Kunst, Fakten und Fiktion nur unterscheidet, um eine Hierarchie der einen Seite über die andere zu errichten, schließt all jene literarischen Formen aus, die sich über die engen Grenzen der aufgeklärten Rationalität hinwegsetzen, um damit poetische Ziele zu verfolgen, die sich mit den philosophischen nicht decken müssen. Die ganze „Schule des Wunderbaren“⁹⁵ wird vom Kunstrichter als seltsam und ungereimt verurteilt.

Dass das Wunderbare in der Literatur nach diesem Urteil nicht auch noch hingerichtet wird, verdanken wir der Revision Bodmers und Breitingers. Die Züricher sind wie Gottsched der Ansicht, dass Unmögliches nicht belustigen könne⁹⁶ und daher als poetisches Mittel nichts taue. Das Wunderbare dürfe also nichts Unmögliches für wirklich erklären, es sei vielmehr ein „vermummtes Wahrscheinliches“.⁹⁷ Wenn Breitinger allerdings das Unmögliche definiert, das er aus der Kunst ausschließen möchte, dann sieht man, dass dabei nur an mathematisch formulierbare Paradoxien gedacht wird, etwa „daß zwei grade Zahlen mit einander verbunden eine ungrade Zahl ausmachen, und so fort.“⁹⁸ Entsprechend ist das Reich des Möglichen viel größer als das Gottscheds. Nicht unmöglich sei alles, was dem „Schöpfer“⁹⁹ möglich wäre, sei es in dieser, sei es in einer für Gott denkbaren Welt. Das Mögliche wird von Breitinger über Negationen definiert: was „nicht schlechterdings nothwendig ist“¹⁰⁰ und was dem „Unmöglichen [...] entgegengesetzt ist“.¹⁰¹ Was nicht notwendig und nicht unmöglich ist, heißt heutzutage kontingent. Breitingers Reich der Poesie fällt zusammen mit dem Begriff der Kontingenz. Das Wunderbare ist eine Maske dieser poetischen Kontingenzformel, die sich anschickt, die Grenzen der Regelpoetik zu verlassen. Breitingers Verteidigung des Wunderbaren beschränkt sich aber zugleich auf das Gebiet der Kunst, woanders habe es nichts zu suchen.¹⁰² Die klare Differenzierung von „Verstand“ und „Einbildung“, von „Weltweißheit“ und der „Kunst des Poeten“ erlaubt es, das Wunderbare als „reizenden Schein der Falschheit“¹⁰³ zu goutieren, ohne dass man befürchten müsste, dass diese „Falschheit“ das „Wahre des Verstandes“ irgend tangieren würde.¹⁰⁴ Die Kritiker und ihre „schwersten Beschuldigungen“ gegen Miltons „Wahl der allzu hohen und wunderbaren Materie, welche nach ihrer

⁹³ Ebd., S. 115.

⁹⁴ Ebd.

⁹⁵ Ebd., S. 128.

⁹⁶ Vgl. Breitinger: *Critische Dichtkunst*, S. 137.

⁹⁷ Ebd.

⁹⁸ Ebd., S. 139.

⁹⁹ Ebd., S. 140.

¹⁰⁰ Ebd.

¹⁰¹ Ebd., S. 139.

¹⁰² Vgl. ebd., S. 142.

¹⁰³ Ebd., S. 136.

¹⁰⁴ Ebd., S. 142.

Meinung in der Nachahmung keiner Wahrscheinlichkeit fähig ist“¹⁰⁵, werden daher in die Schranken verwiesen. In einer furiosen Polemik gegen die „Gottschedianer“ hält Immanuel Jakob Pyra diesen den Irrsinn vor, an die Literatur philosophische Ansprüche zu stellen. Man dürfe

also eine Erfindung nicht, wie eine philosophische Demonstration, oder einen sinnreichen Gedanken und Ausdruck, wie einen philosophischen Satz richten. [...] Da nun ein Gedichte dann vollkommen ist, wann es viel phantasiereiche Vorstellungen hat; so frage ich, ob der nicht ein völliger Thor ist, der in einer solchen Schrift was anders sucht, und statt des sinnlichen Vergnügens der klaren Vorstellung und der wahrscheinlichen Möglichkeiten, das philosophische Vergnügen, und die Lust der Wahrheit fordert.¹⁰⁶

Miltons „Verlorenes Paradies“ setzt nicht nur gewisse Traditionen des ‚News‘-Novel-Diskurses fort, sondern sein Epos erzwingt auch eine Theorie der Literatur, deren Kategorien zur Beschreibung dieses Diskurses taugen: das Wunderbare, das Phantastische, das Neue, das Vergnügen oder Ergötzen, die „Kurtzweil“¹⁰⁷ und die Unterhaltung. In seiner Formulierung des „verwundersamen Neuen“ als „einziger Quelle des poetischen Schönen“¹⁰⁸ begreift Breitinger – wohl ohne sich dessen bewusst zu sein – die Poesie des Wunderbaren als das Erbe des ‚News‘-Diskurses. Wir verfügen nun über eine Begrifflichkeit, die wir zur Beschreibung der moderneren Populär-Literatur gebrauchen können.

Während die periodischen Zeitungen in Deutschland wie in England sich zunehmend auf die Tatsachenberichterstattung konzentrieren, übernimmt die Literatur aus der gemeinsamen Vergangenheit der ‚factual fictions‘ die Seite des Fiktiven. Aber nicht nur das Wunderbare (als Alternative zum Alltäglichen) findet in der narrativen Poesie eine neue Heimstatt, sondern auch das Kriminelle als Abweichung von der sozialen Norm.

Der Kriminal-Roman als literarisierte „Newes“

Die Titelseite der ersten Ausgabe von Daniel Defoes Roman *Moll Flanders* aus dem Jahre 1722¹⁰⁹ erinnert stark an die Gestaltung der ‚ballads‘. Der volle Wortlaut des Titels lautet:

¹⁰⁵ Ebd., S. 157.

¹⁰⁶ Immanuel Jakob Pyra: *Wahrheit und Wahrscheinlichkeit. (Der Streit um Milton) 1743*, in: *Vom Laienurteil zum Kunstgefühl. Texte zur deutschen Geschmacksdebatte im 18. Jahrhundert*, hg. von Alexander von Bormann, Tübingen 1974, S. 54–56, S. 56. Gottsched hat auf den Vorwurf Bodmers, „die Deutschen philosophierten zuviel“, was die Aufnahme Miltons verhindert habe, mit Stolz entgegnet: „Es ist wahr, Deutschland hat seit zwanzig Jahren mehr als vorhin jemals philosophieret. Die Vernunft ist unter unsern Landesleuten sehr geläutert, der wilde Witz gebändigt und die ausschweifende Phantasie in ihre gebührende Grenze eingeschränket worden“ (Johann Christoph Gottsched: *Rezension über J.J. Bodmer*, in: Ders.: *Schriften zur Literatur*, Stuttgart 1982, S. 239–252, S. 246). Das „Ungeheure und Gräßliche“, das Bodmer „im Milton so gefällt“ (S. 245), erweckt daher im aufgeklärten Deutschland nur „Ekel“ (S. 249), eine These, die Gottsched in einem Lesetest validiert zu haben glaubt (S. 249).

¹⁰⁷ Breitinger: *Critische Dichtkunst*, S. 119.

¹⁰⁸ Ebd., S. 161.

¹⁰⁹ Zitiert wird nach der Penguin-Ausgabe. Der Roman erscheint auf Deutsch zuerst 1745 in Hamburg.