Popularität: Lied und Lyrik vom 16. bis zum 19. Jahrhundert

Veranstalter: Freiburg Institute for Advanced Studies, Albert-Ludwigs-Universität Freiburg
Datum, Ort: 24.09.2018–26.09.2018, Freiburg im Breisgau

Bericht von: Maximilian Bach, Universität Freiburg

Ziel der im Rahmen der Junior Researcher Conferences stattfindenden Tagung war eine Verhältnisbestimmung der Faktoren Produktion, Medialität und Rezeption für das Phänomen der Popularität von Lied und Lyrik. Die Faktoren standen jeweils im Mittelpunkt einer der drei Tagungssektionen. In bewusster Abgrenzung zur bisherigen Popularitätsforschung wählten die Organisatorinnen Hannah Berner, Frédérique Renno und Sarah Ruppe als Ausgangspunkt der Tagung die vermeintliche literarische Spitzengattung ‚Lied‘/‚Lyrik‘. Sie legten der Diskussion über Popularität im Kontext von Lied und Lyrik jedoch einen an Burdorf orientierten, weit gefassten Lyrikbegriff zugrunde.¹

Entgegen einer Fixierung auf ‚Volkslied‘-Konzepte seit 1770 erstreckte sich der Untersuchungszeitraum vom 16. bis zum 19. Jahrhundert. Hinzu kamen Ausblicke ins 20. und 21. Jahrhundert. MICHAEL FISCHER (Freiburg) stellte im Anschluss an einen begriffs- und sachgeschichtlichen Überblick vier Dimensionen des Populären heraus. Neben zwei ans ausgehende 18. Jahrhundert gebundenen Konzepten (Popularität als volksaufklärerische Programmatik und als ästhetisches Ideal) betonte er die technologische Bedingtheit und die ökonomische Dimension des Populären. Sie werde virulent mit der massenmedialen Verbreitung seit Einführung des Buchdrucks. Dass gerade der Blick auf Popularität als Rezeptionsphänomen (traditionell etwa im Bereich der Erforschung von Kauf- und Leseverhalten) die gängige Fixierung der Sattelzeit aufweicht, zeigte sich in allen drei Sektionen. Dabei verbanden sich in den Vorträgen und Diskussionen maßgeblich Perspektiven der Literatur- und Musikwissenschaft sowie der evangelischen und katholischen Theologie.

Anknüpfend an Fischers Abriss dominier-

ten in der Sektion „Produktion“ zwei Perspektiven: Einerseits eine historische Kontextualisierung programmatischer Popularitätsbegriffe, andererseits die Frage, anhand welcher (sprachlichen, musikalischen) Merkmale ein Text als ‚populär‘ bestimmt werden könne. Im Rahmen der ersten Perspektive skizzierte ANNA-MARIA WENZEL-ELBEN (Tübingen), wie G. A. Bürgers programmatisch geforderte Aneignung tradierter Stoffe und Formen (im Horizont der Sturm-und-Drang-Poetik) auch dessen dichterische Produktion prägte. REINHART SIEGERT (Freiburg) zeichnete die Entstehung von R. Z. Beckers *Mildheimischem Liederbuch* (1799) im Horizont seines volksaufklärerischen Gesamtprojekts nach. Dabei verwies er unter anderem auf die für Beckers Anthologie maßgeblichen Liedersammlungen seit den 1760er-Jahren. Ausgehend von der Präsenz der Kinderlieder Chr. F. Weißes im *Mildheimischen Liederbuch* rekonstruierte MAXIMILIAN BACH (Freiburg) die Kontinuität eines Popularitätskonzepts im Sinne eingängiger Moraldidaxe in Liedform seit der Mitte des 18. Jahrhunderts.

HÉLÈNE VINCKEL-ROISIN (Paris) fragte nach textuellen Merkmalen von Popularität und untersuchte markierte Wortstellungen am linken und rechten Satzrand in Heines *Buch der Lieder*. Sie zeigte unter anderem, dass Heine durch Ausklammerungen einen Zusammenfall von Satz- und Versende (auch Strophen- und Gedichtende) und auf diese Weise wiederum Schlusspointen erzeugte. Die Relevanz der Wortstellung für die Popularität von Heines Liedern sah Vinckel-Roisin durch deren ‚Musikalität‘, ihre Orientierung an der Mündlichkeit, gegeben. HANNAH BERNER (Genf) entwickelte an Hans Sachs’ Fliedermonolog („Es klang so alt und war doch so neu“) und an Johann Abraham Peter Schulz’ „Schein des Bekannten“ Überlegungen zur Relevanz suggerierter Vertrautheit.

Wie legitim es sei, Lieder aufgrund textueller Merkmale als populär zu werten, gehörte zu den zentralen Fragen der anschließenden Diskussion. Herausgestellt wurde die Zirkularität eines Ansatzes, dessen Analyse auf im

¹ Vgl. Dieter Burdorf, Einführung in die Gedichtanalyse, Stuttgart 2015, S. 21.

Vorhinein als „populär“ definierte Merkmale zurückgreift. Die Rückbindung von Textmerkmalen an poetologische, zeitlich zu verortende Programmatiken könne solche Zirkularität aus historischer Perspektive reflektieren. Offen blieb hingegen, wie solche zeitgebundenen Autorintentionen mit weiteren Dimensionen bzw. Bedeutungen von Popularität ins Verhältnis gesetzt werden könnten (etwa im Bereich von Medialität und Rezeption).

Drei Beiträge widmeten sich der Popularität im Bereich frühneuzeitlicher Musik. SABINE MEINE (Köln) skizzierte in ihrem Vortrag anhand eines Beispielpaars aus den *Libri di Frottole* (Venedig 1504–1514) die wechselseitigen Einflüsse der italienischen Volks- und Gebildetenkultur (etwa die Nobilitierung der Gattung durch Rezeption in der päpstlichen Kurie). Bei der Frage nach der Popularität der Frottola verband sie außerdem textuelle und musikalische Merkmale mit der sozialen Funktion als unterhaltende Gattung musizierender Kurtisanen und konventionalisiertes Triebventil. FRÉDÉRIQUE RENNO (Freiburg) betonte neben der Relevanz mündlicher Tradierung die Vielfalt musikalischer Überlieferungsträger und widmete sich besonders dem Medium ‚Musiktisch‘. Dabei zeichnete sie unter anderem die multimediale Rezeption und Verbreitung des Mottos *Musica nostra amor* in Musikdrucken und deren Titelfunkern sowie dem Musiktisch des Landgrafen Moritz von Hessen (1605) nach.

SUSANNE RODE-BREYMAN (Hannover) arbeitete das Phänomen einer Popularität zweiter Hand am Beispiel von J. H. Schein, H. Albert und J. Dowland heraus. Die Wechselwirkungen von Wissenschaft und Musikbetrieb, von Forschungsrenaissancen, editorischer Erschließung und Einspielungen kulminierten mitunter in einem Kanonisierungsprozess, der – vermittelt über das verstärkte Publikumsinteresse – eine wissenschaftliche Wertesicherung impliziere: Das erneut Populäre werde in seiner musikalischen Qualität durch wiederholte Aufführung, Einspielung, folglich durch Rezeption, ‚bestätigt‘.

Im Rahmen der Tagung fand ein zahlreich besuchtes öffentliches Konzert mit dem Titel *Lieder am, auf und unter dem Tisch* statt. Unter der Leitung von Uwe Schlottermüller boten die Ensembles *Quadrophon* und *pian e*

forte Musik aus dem 16. und 17. Jahrhundert und beschlossen damit den zweiten Konferenztag.

SVEN LIMBECK (Wolfenbüttel) und DIRK SCHINDELBECK (Freiburg) widmeten sich Bildmedien. Im Rahmen seines Überblicks zu Illustrationsgeschichte und Illustrationstypen der ‚Ammen-Uhr‘ verfolgte Limbeck unter anderem Trivialisierungsprozesse, resultierend aus einer Revision antillusionistischer Darstellungstypen. Diese zeige sich in der Streichung von Hinweisen auf die Konstruiertheit und Überformung volkstümlicher Überlieferung, die bereits den Text der ‚Ammen-Uhr‘ prägten. Schindelbeck wiederum beleuchtete aus werbestrategischer Perspektive den Einsatz bereits etablierter Medien (Flugblatt, Zeitung, Musikdarbietungen, zudem Merchandising) zur Akzeptanzsteigerung des 1855 eingeführten Mediums ‚Litfaßsäule‘.

Das letzte Drittel der Tagung galt dem Popularitätsfaktor Rezeption. NILS GROSCHE (Salzburg) wies auf eine Entkopplung von Produktion und Rezeption im Zuge massenmedialer Verbreitung hin. Aus Groschs Sicht könnten hermeneutische Ansätze sowie Rekonstruktionen der Autorintention nicht zur Klärung des Phänomens Popularität beitragen. Auch SARAH RUPPE (Freiburg) betonte die ‚Deutungshoheit‘ und die Autonomie der Rezipierenden in ihrer individuellen Aneignung von Texten. Ihr doppelter Ansatz verband unter anderem am Beispiel eines Psalmlieds von Nikolaus Selnecker die Rekonstruktion intendierter Popularität in Anlehnung an Wolfgang Iser (durch Füllung von ‚Leerstellen‘ und Festlegung einer implizierten Rezeption) mit Hinweisen auf die Bedeutung der jeweils kontextgebundenen Aneignung.

Der Verbindung von Popularität und Gemeinschaftsbildung widmeten sich zwei Vorträge: RENÉE VULTO (Gent) modellierte am Beispiel des „Marsch voor de Burger-Compagnie de Zwarte Knechten“ von 1784 das Verhältnis eines Skripts von Identitätsbildung zu seiner Realisierung im performativen historischen Kontext. In der ‚Gemeinschaft der Singenden‘ realisiere sich die im Text entworfenen Identität einer imaginierten Gemeinschaft, wobei Vulto die gemeinschaftsstiftende Relevanz der gemeinsamen musikalischen

Praxis hervorhob (Marschieren, Singen). SOPHIA KRÜGER (Mainz) thematisierte Popularität im Sinne anhaltender Beliebtheit und stellte ihre Untersuchungen zum Liedrepertoire fünf schlagender Verbindungen in Heidelberg und Mainz vor.

Das geistliche Lied stand im Mittelpunkt der Vorträge von ANNIKA SCHMITZ (Wien) und ANDREA HOFMANN (Straßburg / Berlin). Schmitz verfolgte die Textgeschichte des Marienliedes „Wunderschön prächtige“ im Kontext der Erbsündenlehre. Die breite Beliebtheit des Liedes samt der in ihm formulierten mariologischen Positionen hätten die Durchsetzung des Dogmas der unbefleckten Empfängnis Mariens befördert. In der anschließenden Diskussion wurde hingegen die bewusste Lenkung der ‚Volksfrömmigkeit‘ durch Gebet- und Gesangbücher betont. Hofmann bot einen Abriss zur Rezeption des Psalters und des Psalmlieds im 16. und 17. Jahrhundert im lutherischen und reformierten Kontext. Als Faktoren für die enorme Verbreitung der Textsorte Psalm/Psalmlied stellte sie unter anderem deren Eignung zur Kontingenzbewältigung durch bewusste Verbindung mit der Lebenswirklichkeit der Rezipierenden, ihren Einsatz in der volkssprachlichen Glaubenspraxis und die in ihnen verbalisierte konfessionelle Identität heraus.

Die Verschränkung von Intertextualität und Intermedialität im Rahmen von Kontrafakturen verfolgte ASTRID DRÖSE (Tübingen) unter anderem am Beispiel von Variationen zu Schuberts „Kaplid“ und Neutextierungen seiner Melodie. ANNE HOLZMÜLLER (Freiburg) widmete sich abschließend dem Wechselverhältnis von musikalischer Rezeption (Kontrafaktur) und inszenierter Popularität durch Adaption von Textcharakteristika der Kirchenlieddichtung – besonders mit Blick auf die Entwicklung des protestantischen Abendliedes bis hin zu M. Claudius’ „Der Mond ist aufgegangen“ und dessen satirischer Rezeption in J. W. Goethes „Blinde Kuh“ (1789).

Ausgehend von der Vielfalt der Gegenstände und Perspektiven der einzelnen Beiträge zeigte die Tagung unter anderem die Schwierigkeit auf, Popularität in der Wechselwirkung ihres historischen Bedeutungsspektrums und ihrer systematischen Aspek-

te zu bestimmen. Lassen sich Produktion und Rezeption, Popularität als Autorintention im Rahmen zeitgebundener Programmatiken und Popularität als Rezeptionsphänomen überhaupt unter einem Begriff zusammenfassen oder zerfällt Popularität in diverse Bedeutungsdimensionen? Auf die Relevanz einer Aneignung und Performance durch Individuen und Gruppen für die ‚Popularität‘ von Texten, Musik und Bildern wiesen zahlreiche Tagungsbeträge hin. Welcher Zusammenhang aber besteht zwischen der prinzipiell für jeden (lyrischen) Text denkbaren überformenden Aneignung, der Einpassung in Lebenssituationen und der quantitativ enormen Verbreitung beziehungsweise massenmedialen Rezeption gewisser Gattungen, Formate und einzelner Texte? Und in welcher Form kann die ‚Popularität‘ lyrischer Texte schließlich nicht doch auch an ihre Themen und Macharten zurückgebunden werden? Zu den Verdiensten der Tagung gehört nicht allein, diese Spannungen vor Augen geführt zu haben. Die vielfältigen Beiträge und intensiven Diskussionen dürften dazu beitragen, Popularität von Liedern und Lyrik als Phänomen der beginnenden Moderne auch zukünftig stärker in den Blick zu nehmen. Die interdisziplinäre Herangehensweise, das breite Untersuchungsspektrum und die verschränkende Betrachtung verschiedener Faktoren und Implikationen von Popularität bieten hierfür den Ausgangspunkt.

Konferenzübersicht:

Panel 1: Produktion

Michael Fischer (Freiburg): Popularität als ästhetisches Konzept (1750–1850)

Hannah Berner (Genf): „Es klang so alt und war doch so neu“: Der Fliedermonolog des Hans Sachs in R. Wagners *Die Meistersinger von Nürnberg*

Anna Wenzel-Elben (Tübingen): Lyrik und Popularität bei G. A. Bürger

Hélène Vinckel-Roisin (Paris): Heines *Buch der Lieder*: Wortstellungsvariationen im Dienste der Popularität

Reinhart Siegert (Freiburg): Das *Mildheimische Liederbuch* als Schlüsseltext der Volks-

aufklärung

Maximilian Bach (Freiburg): Christian Felix Weißes *Lieder für Kinder* als populäre Lyrik?

Sabine Meine (Köln): Die Frottola. ‚Pop‘ der Renaissance

Nils Grosch (Salzburg): Lied zwischen Unterhaltung, Ideologie und Mediatisierung

Panel 2: Medialität

Sven Limbeck (Wolfenbüttel): Intermedialität und ästhetische Produktivität eines Kinderliedes. Zur *Ammen-Uhr* und ihren graphischen Adaptionen

Dirk Schindelbeck (Freiburg): Wie Ernst Litfaß 1855 zum „Säulenheiligen“ wurde: Lied und Lyrik als Instrumente zur Popularisierung eines neuen Werbemittels

Frédérique Renno (Freiburg): Mediale Formen gedruckter Lieder im 16. und 17. Jahrhundert

Susanne Rode-Breymann (Hannover): Popularität durch künstlerische und wissenschaftliche Rezeption

Konzert

Lieder am, auf und unter dem Tisch – Ensemblesmusik aus dem 16. und 17. Jahrhundert. Ensembles *Quadrophon* und *pian e forte*; Leitung: Uwe Schlottermüller

Panel 3: Rezeption

Sarah Ruppe (Freiburg): Rezeption: Schichten und Kontexte populärer Lieder und Gedichte

Renée Vulto (Gent): Singing Communities: Songs as Mobilizing Instruments in the Performance of Identity

Sophia Krüger (Mainz): Popularität im exklusiven Kreis: ‚Alte‘ Studentenlieder und ihre Beliebtheit heute

Annika Schmitz (Wien): Gesungen, gebetet und geglaubt? Kirchenlieder im Spiegel theologischer Diskurse

Andrea Hofmann (Straßburg / Berlin): „Verbum dei vel cantu inter populos maneat“ – Das evangelische Psalmlied der Reformationszeit

Astrid Dröse (Tübingen): Popularität und

Kontrafaktur

Anne Holzmüller (Freiburg): *Abendhauch* und *Blinde Kuh*. Kirchenliedstrophen als Medien der Popularisierung und Referenzialisierung in der Goethezeit

Tagungsbericht *Popularität: Lied und Lyrik vom 16. bis zum 19. Jahrhundert*. 24.09.2018–26.09.2018, Freiburg im Breisgau, in: H-Soz-Kult 08.11.2018.