

CALL FOR PAPER:

DIE BEDEUTUNG VON POPULÄRKULTUR UND IHRER MITTLER FÜR DIE DEUTSCH-FRANZÖSISCHEN BEZIEHUNGEN NACH 1945

Internationale Tagung, Metz, 10. und 11. Juni 2014

Die Geschichte der deutsch-französischen Beziehungen nach 1945 dreht sich in der Regel um die Frage, wie es beiden Ländern nach der Zeit der „Erbfeindschaft“ gelungen ist, über Verständigung, Annäherung und Versöhnung schließlich zu einer weit gefächerten Kooperation zu gelangen. Nachdem in einer ersten Phase vor allem die politischen Beziehungen im Mittelpunkt standen, hat sich mittlerweile die These verfestigt, dass politikgeschichtliche Ansätze nicht zu trennen sind von gesellschaftsgeschichtlichen Betrachtungsweisen, waren beide Sphären doch permanent aufeinander angewiesen. So konzentriert sich die Forschung verstärkt auf Austausch- und Transferprozesse, Perzeption und Rezeptionen, die alle die These verdichten, dass die Geschichte des einen Landes ohne die Geschichte des anderen Landes nicht zu denken ist.

Im Rahmen der Forschungen zur deutsch-französischen Annäherung wird seit Jahren auf die entscheidende Rolle von sozio-kulturellen Mittlern hingewiesen, denen in diesem Prozess die Aufgabe zukommt, den Mitbürgern des eigenen Landes die besonderen Denk- und Sichtweisen des Nachbarlandes zu erklären und dort Verständnis für sein Herkunftsland zu wecken. In ihrer transnationalen Schrittmacherrolle zeichnen sich diese nationalkulturellen Übersetzer durch die Fähigkeit zu übernationalem Denken, Fühlen und Handeln aus, die sie unterhalb der offiziell-staatlichen Handlungsebene zum Einsatz bringen. Durch eine »Politik der kleinen Schritte« arbeiten diese zivilgesellschaftlichen Akteure in ihrem Wirkungsfeld auf eine dauerhafte und gesellschaftlich verankerte Verständigung und Annäherung zwischen zwei Völkern hin. Bei dieser Definition kann es nicht überraschen, dass sich die Forschung bislang vor allem auf Intellektuelle und Vertreter des akademischen Milieus konzentriert hat.

Entsprechend des Konzepts vom erweiterten Kulturbegriff zeichneten sich die deutsch-französischen Beziehungen nach 1945 jedoch durch eine gesellschaftliche Erweiterung auf Milieus und Schichten aus, die diesen Kontakten in der Vergangenheit fern gestanden hatten. Neue Aktionsfelder und Handlungsräume entstanden, die von der Wissenschaft jedoch bislang eher marginal wahrgenommen wurden. Zu ihnen gehört das Feld der Populärkultur und der aus ihr hervorgegangenen Mittler. Populärkultur soll hier in Abgrenzung zur Eliten- bzw. Hochkultur als die Gesamtheit kultureller Angebote und Aktivitäten verstanden werden, die unter industriegesellschaftlichen Bedingungen hergestellt (Produktion), zumeist über massenmediale Kanäle verbreitet

(Diffusion) und durch viele Menschen individuell angeeignet und als lebensweltlich bedeutsam empfunden werden (Rezeption).

Als Folge des wachsenden Wohlstandes in Deutschland und Frankreich ab den 1950er Jahren setzte in beiden Ländern – bei allen Unterschieden und Zeitverschiebungen im Detail – ein sozioökonomischer und soziokultureller Wandel ein, der einherging mit dem Aufstieg des Massenkonsums, neuen Freizeitmöglichkeiten und der Abgrenzung gegen Etabliertes und Normiertes. Ohne Zweifel förderte die Populärkultur pluralisierte Lebenswelten und individualisierte Lebensstile, neue Formen öffentlicher Selbstinszenierung und modifizierte kulturelle Praktiken in vielen, lange mit moralischen Tabus bedachten Gesellschaftsfragen. Gleichzeitig bescherte der Baby-Boom auch den deutsch-französischen Beziehungen eine neue Generation, die von den populärkulturellen Ausdrucksformen geprägt war und diese mit einem neuen Habitus und Lebensstil prägte.

Für die Zeit nach 1945 wissen wir jedoch noch zu wenig über solche nachbarlichen Anleihen, über wechselseitiges Beeinflussen und Durchdringen, über Wege der Vermittlung, Räume der Überlagerung und Formen der Aneignung. So soll unsere Tagung zu einer Erweiterung bisheriger Beziehungs-, Mittler- und Transferansätze um eine populärkulturelle Dimension beitragen, um Fragen nach Produktionsbedingungen, Transmissionsriemen und Rezeptionsmustern entsprechender Artikulationen anhand konkreter Fallstudien nachzugehen.

Besondere Schwerpunkte sollen bei unserer Tagung die Felder Musik, Kino, Radio, Fernsehen, Trivilliteratur, Zeitschriften, Jugendmagazine, Konsum, Mode und Werbung darstellen. Ziel muss es sein, die Möglichkeiten, Barrieren, Asymmetrien und Grenzen der populärkulturellen Austausch- und Verflechtungsprozesse zu erfassen. Neben den genannten Ausdrucksformen und Vektoren im Allgemeinen will die Tagung einen besonderen Schwerpunkt auf populärkulturelle Mittler legen. Gleichzeitig soll das eher an der Hochkultur orientierte Mittlerkonzept diskutiert werden, um ggfs. einen erweiterten Ansatz zu definieren.

Die Einladung zu unserem interdisziplinären Kolloquium richtet sich explizit zugleich an erfahrene und junge Forscher aus den Geistes-, Kultur- und Sozialwissenschaften. Die Beiträge können in deutscher oder französischer Sprache verfasst werden, sollten 25-30 Minuten Redezeit nicht überschreiten und Anlass zu einer anschließenden Diskussion bieten. Der thematische Ablauf des Kolloquiums wird entsprechend der eingegangenen Beiträge festgelegt. Eine Aufteilung in verschiedene Sektionen wird im Vorhinein nicht vorgenommen.

Die Veröffentlichung der Beiträge ist für 2015 geplant. Die Kosten für Reise und Unterkunft werden je nach Höhe der eingeworbenen Drittmittel zurückerstattet.

Bitte senden Sie bis zum 15. Januar 2014 ein Exposé Ihres Beitrages (2500 Zeichen) unter Angabe des Titels und der benutzten Quellen sowie einen Lebenslauf an Ulrich Pfeil (upfeil@orange.fr)

Der wissenschaftliche Beirat, der die Auswahl der Beiträge vornimmt, besteht aus Dietmar Hüser, Ulrich Pfeil, Corine Defrance und Christoph Vatter.

APPEL À CONTRIBUTION:

LA PLACE DE LA CULTURE POPULAIRE ET DE SES MEDIATEURS DANS LES RELATIONS FRANCO- ALLEMANDES APRES 1945

Colloque international, Metz, 10 et 11 juin 2014

L'histoire des relations franco-allemandes depuis 1945 est en général centrée sur la question de savoir comment les deux pays sont parvenus, après le temps de l'« ennemi héréditaire », par la compréhension, le rapprochement et la réconciliation, à mettre en place une coopération dans des domaines très divers. Alors que, dans une première phase, les études ont surtout porté sur les relations politiques, la thèse est désormais établie qu'on ne peut séparer l'approche politique de l'histoire des facteurs sociétaux, tant les deux sphères sont interdépendantes. C'est pourquoi la recherche s'intensifie désormais sur les processus d'échanges et de transferts, de perception et de réception, qui mettent tous en lumière le fait que l'histoire d'un pays ne peut être conçue sans prendre en compte l'histoire de l'autre.

Depuis plusieurs années, les travaux sur le rapprochement franco-allemand ont mis l'accent sur le rôle décisif des acteurs socio-culturels, dont la mission était, au sein de ce processus, d'expliquer à ses propres concitoyens les modes de pensées spécifiques du voisin et de susciter de l'autre côté du Rhin la compréhension pour son pays d'origine. En tant que pionniers transnationaux, ces traducteurs des cultures nationales se caractérisent par leur capacité à penser, ressentir et agir au delà du cadre national, qu'ils mettent en œuvre en deçà du niveau d'action étatique officiel. Par la « politique des petits pas », ces acteurs sociétaux visent, dans leur champ d'activité, à assoir une compréhension et un rapprochement entre les deux peuples solidement et durablement ancrés dans les sociétés. Une telle définition a conduit de manière non surprenante, à se concentrer surtout sur les intellectuels et les représentants des milieux universitaires.

En relation avec le concept de « culture élargie », les relations franco-allemandes depuis 1945 se caractérisent cependant par élargissement sociétal à des milieux et des catégories sociales qui, par le passé, étaient restés éloignés de ces échanges. De nouveaux champs d'action et de nouvelles marges de manœuvre ont émergé, qui jusqu'à maintenant n'ont guère été pris en compte par la recherche : parmi eux, le champ de la culture populaire et les médiateurs qui en sont issus. La culture populaire doit être ici comprise, en contrepoint de la « grande culture » ou « culture des élites », comme l'ensemble des activités et offres culturelles produites dans le cadre de la société industrielle (production), diffusée le plus souvent par le biais des mass media (diffusion), que s'approprient de nombreux individus, et qui sont perçus comme des éléments importants de l'environnement quotidien (réception).

Suite à l'amélioration du niveau de vie en France et en Allemagne à partir des années 1950, se sont produites dans les deux pays – quels que soient les différences et

les décalages temporels – des mutations socio-économiques et culturelles, étroitement liées à l'essor de la consommation de masse, à l'émergence des loisirs et au souci de se démarquer de l'établi et du normé. Sans aucun doute la culture populaire a-t-elle contribué à la diversification des modes de vie et à l'individualisation des styles de vie, à de nouvelles formes de mise en scène publique de soi et a modifié les pratiques culturelles sur bien des questions de société longtemps marquées par des tabous moraux. Au même moment, la génération du baby boom est entrée sur la scène des relations franco-allemandes, marquée par les formes d'expression de la culture populaire, de nouvelles attitudes et un nouveau style de vie.

Pour la période après 1945, on connaît encore trop peu de choses sur ces « emprunts de voisinage », sur les influences et interpénétrations réciproques, sur les voies de transmission, les espaces de recoupement et les formes de l'appropriation. C'est pourquoi ce colloque entend contribuer à élargir le champ des relations, des médiateurs et des transferts à la dimension de la culture populaire pour répondre aux questions des conditions de production, aux modes de transmission et aux schémas de réception sur la base concrète d'études de cas. Parallèlement le concept de médiateur, plutôt orienté vers la culture traditionnelle, doit être débattu, et si besoin redéfini de manière plus large.

Ce colloque accordera une place particulière à la musique, au cinéma, à la radio, à la télévision, à la littérature populaire, aux journaux, à la presse de jeunesse, à la consommation, à la mode et à la publicité. L'objectif est de saisir les possibilités, les barrières, les asymétries et les limites des processus d'échanges et de transferts dans le domaine de la culture populaire. En plus de ces formes d'expression et de ces vecteurs, on se propose d'étudier les médiateurs de la culture populaire.

Ce colloque interdisciplinaire s'adresse tout particulièrement aux chercheurs expérimentés comme aux jeunes chercheurs issus de toutes les disciplines des sciences humaines et sociales. Les communications pourront se faire en langue allemande et française, ne pas dépasser 25 à 30 mn et ouvrir sur une discussion consécutive. Le déroulement thématique du colloque sera conçu en fonction des contributions proposées. Aussi aucune structure organisée autour de sections prédéfinies n'est-elle proposée a priori.

La publication des contributions est prévue pour 2015. Les frais de voyage et d'hébergement seront pris en charge en fonction des subventions obtenues pour cette manifestation.

Merci d'envoyer avant le 15 janvier 2014 un exposé (2500 signes) présentant votre proposition, avec titre et mention des sources utilisées, ainsi qu'un CV à Ulrich Pfeil (upfeil@orange.fr)

Le conseil scientifique, chargé de la sélection des propositions, réunit les membres suivants: Dietmar Hüser, Ulrich Pfeil, Corine Defrance et Christoph Vatter.