

Die literarische Mimesis entfremdeter Sprache. Zur sprach-
kritischen Literatur von Heinrich Heine bis Karl Kraus

Inhaltsverzeichnis

<u>I. Kurze Einführung in die Theorie und Methode der Arbeit</u>	1
1. Zur wissenschaftlichen Motivation	3
2. Zur Abgrenzung des untersuchten Zeitraums	5
3. Erste Thesen zur Sprachentfremdung	9
<u>II. Heinrich Heine</u>	12
1. Ausgangspunkt der Arbeit: Heinrich Heine	13
2. Das Ende der Kunstperiode	22
2.1. Die "Revolution tritt in die Literatur"	24
2.2. Heine und die "lingua mortua" der Romantik	29
2.3. Die kritische Prosa Heines. Zur Entstehung einer neuen Mitteilungsform	36
2.4. Der Verfall der pathetischen Sprache der Liberalität zur Phrase	48
3. Heine und der verblichene Schein dichterischer Autonomie	52
3.1. Die Vermarktung der Literatur	52
3.2. Formen des literarischen Erwerbs - Dichtung und Journalismus	55
3.3. Heines Reflexionen über den Warencharakter der Kunst seiner Zeit	59
3.4. Heines Reflexionen über den Warencharakter der eigenen Werke	63
3.5. Der Warencharakter dichterischer Ausdrucksweisen	66
4. Sprachkritik als Ideologiekritik	67
4.1. Zu Heines Gesellschafts- und Ideologiekritik	74
4.2. Die Sprache als Manifestation der zeit-typischen Ideologie	82
4.3. Die Erstarrung der Sprache zur Phrase	89
4.4. Sprachnot und Sprachstrategie. Heines Auf-lehnung gegen das Verstummen	95
5. Die literarische Mimesis entfremdeter Sprache. Zu der Alternative eines emanzipatorischen Sprechens	106

III. <u>Moritz Gottlieb Saphir . Ein Exkurs</u>	116
1. Zur historischen und literarischen Situation	117
1.1. Die politische Rolle Saphirs	124
1.2. Saphir - Parasit an der deutschen Literatur	127
1.2.1. La Bohème	128
1.2.2. Romantische Symbolik und Motivik	129
1.2.3. Sentimentalität	130
1.3. Saphir als Journalist	132
2. Zur Mitteilungsart Saphirs	134
2.1. Die Reduktion von Darstellungs- und Denkformen zum Selbstzweck	141
2.2. Zur "Montage" als ideologischer Mitteilungsform	143
2.3. Die Dialektik der Gestaltung	145
3. Die Entfremdung der Sprache und die Verdinglichung des sprechenden Subjekts	146
3.1. Der Leerlauf der Sprache	147
3.2. Die Herrschaft der Sprache und das Sterben der Gedanken	150
4. Die Vermarktung der Sprache. Saphir als Repräsentant einer Zeittendenz	152
4.1. Der Verfall des rasonierenden Publikums	153
4.2. Geschmack als Warenwert - die Verfügbarkeit von Sentiment und Poesie	154
4.3. Die Einsicht in die Wirkung persuasiver Sprache	155
4.4. Saphirs "Einsichten" in den Vermarktungsprozeß	156
IV. <u>Ferdinand Kürnberger</u>	160
1. Ferdinand Kürnberger und die Presse	165
1.1. 1848 - 1870 : Die Entstehung der Parteipresse	165
1.2. Die Entstehung der Massenpresse	169
1.3. Züge der konsumierenden Öffentlichkeit	171
1.4. Ferdinand Kürnberger und die "Selbstkritik" der Presse	173
2. Die Wandlung des Feuilletons vom Aufklärungsinstrument zum Dekor	174
2.1. Zur Entstehung einer Feuilleton-Tradition	176
2.2. Kritisches und apologetisches Feuilleton	177
3. Kürnbergers Kritik am Kulturbetrieb seiner Zeit	185
4. Zur Mitteilungsart Ferdinand Kürnbergers	189
4.1. Zur "künstlerischen Konzeption im philosophischen Zeitalter"	189
4.2. "Didaskalie" - Ferdinand Kürnberger und sein Publikum	192
4.3. Zum Prinzip der dokumentarischen Satire	193
4.3.1. Die Sprache als Dokument	200

5.	Ferdinand Kürnbergers Beiträge zur Entfremdung der Sprache. Die Kritik an der Phrase	205
5.1.	Zur Verfälschung der Bedeutung der Mitteilung durch die Phrase	210
5.2.	Die Phrase als Ersatz für Gedanken und Vorstellungen	213
5.3.	Die Phrase als sprachliches Verdinglichungsphänomen	215 216
5.4.	Die Phrase in Presse und Literatur	
5.5.	Die Vorschläge Ferdinand Kürnbergers zur "Regelung der Phrasen-Prostitution"	218
6.	Von der Sprachkritik zur Demagogie	219
7.	Ferdinand Kürnberger, der "Hofnarr des Volkes"	232
V.	<u>Karl Kraus</u>	238
1.	Stellung von Kraus im Zusammenhang der Arbeit	238
2.	Zur historischen Situation der Jahrhundertwende	244
2.1.	Realität und Ideologie der herrschenden Gruppen	254
2.2.	Die Vermarktung der geistigen und künstlerischen Produkte	255 265
2.3.	Die Stellung der Presse	
2.3.1.	Die Presse als wichtigster Träger der Ideologie neben Wissenschaft und Kunst.	
	Das Selbstverständnis der Presse	278
2.3.2.	Die Okkupation der geistigen Bereiche durch die Presse	279
2.3.3.	Das konsumierende Publikum. Das Element der Meinung	283
2.3.4.	Symptom der veränderten Publikumshaltung: die "Phrase"	287
3.	Versuche des Widerstandes gegen den Kulturbetrieb. Kraus' Produktionsproblematik	293
3.1.	Kraus' Fehlerurteil: Vermarktung als "freie" Alternative zur dichterischen Autonomie	294 295
3.1.1.	Zu Kraus' ökonomischer Situation	
3.1.2.	Entstehung eines Beurteilungsschemas. Verfestigung des Ideals zum Imperativ	295 297
3.2.	Kraus und das Publikum	298
3.2.1.	Kraus' konsumierendes Publikum	
3.2.2.	Die Paradoxie der Haltung von Kraus: Ablehnung der Kommunikation im Gegensatz zu seiner sprachkritischen Haltung und seinem emanzipatorischen Ansatz	304
3.3.	Die Verlagerung der Reflexion von der Gesellschaftskritik auf die Sprachkritik	312
4.	Sprachfetischist oder Sprachkritiker? Zu dem Verhältnis von Sprachideal und Sprachkritik bei Karl Kraus	315
4.1.	Zur "naturalistischen Sprachtheorie" und der "Dominanz" der Sprache bei Kraus	317
4.2.	Auseinandersetzung mit Positionen der Publizistik, der Sprach- und Literaturwissenschaft	328

5.	Die emanzipative Sprachpraxis von Kraus	340
5.1.	Sprachlichkeit als ästhetische Qualität	350
5.2.	Die ästhetische Gestaltung der Sprachkritik. Stilmittel und Verknüpfungsformen	354
5.3.	Zur Kritik an der sprachdokumentarischen Methode	362
6.	Beiträge von Kraus zur Sprachentfremdung	364
6.1.	Sprechen und Denken: Sprache und Bewußtsein	367
6.2.	Ideologie und Entfremdung der Sprache	370
6.3.	Die Verdinglichung der Sprache	381
6.4.	Die Fungibilität verdinglichter Sprache als Voraussetzung ihrer Vermarktung	383
6.5.	Die Dialektik zwischen Vermarktung und Entfremdung der Sprache	387
7.	Das Scheitern der Sprache als Erkenntnismedium	395

VI. Literaturverzeichnis

406