

Vorwort	5
Erster Teil	
DIE PHASEN POPULÄRER HEINE-REZEPTION	13
I. Publikumserfolg zu Lebzeiten Heines	17
1. Die "Reisebilder"	17
2. Das "Buch der Lieder"	20
II. Vermittelte und unterdrückte Rezeption	22
1. Der sozialistische Dichter	22
2. Die Nicht-Rezeption	24
a) ideologisch motiviert	24
b) literarisch motiviert	28
3. Der gesellschaftskritische Heine	30
Zweiter Teil	
PUBLIKUM UND AUTOR	35
X I. Heines Bild von Leser und Autor	36
X 1. Der Leser	36
X 2. Der Autor	43
X II. Die Auseinandersetzung mit dem Publikum	50
1. Die Journale als Kontaktstelle mit dem Leser	51
a) Die Journale als Medium der Verbreitung	53
b) Die Journale als Seismograph der Publikumsreaktion	55
2. Die Steuerung der Textrezeption	59
a) textimmanent - durch stilistische Signale	60
b) explizit - in den "Vorreden"	61
c) außertextlich - durch Einflußnahme auf den Literaturbetrieb	63
III. Hinwendung zum Publikum durch Popularisierung	67
1. Popularisierung als leserorientierte Schreibart	68

X

L

2. Popularisierung als politische Aufklärung	74
3. Popularisierung als Amüsement	78
4. "Popularität" im Kontext Heinescher Schrift- stellerzeitgenossen... ..	80
IV. Distanzierung zum Publikum durch Ironie	86
1. Das Verständnis der Ironie Heines in Abgrenzung zur "romantischen Ironie"	86
2. Ironie als Prinzip der Relativierung	90
3. Die politische Funktion der Ironie	96
a) Ironie als intellektueller Anspruch gegenüber politischer Gleichschaltung	97
b) Ironie als immunisierender Faktor gegenüber politischer Zensur	101
c) Ironie als ein Lächerlichmachen von institutio- nellen und geistigen Machtpositionen	103
Dritter Teil	
DIE STILMITTEL DER POPULARISIERUNG UND IRONIE	107
I. Der Kontrast als Kompositionsprinzip	108
II. Popularisierung	114
1. Untersuchungen zum Wortgebrauch	114
a) populär - Popularisierung - popularisieren - Popularität	114
b) Zur Abgrenzung von: volkstümlich - Volkstümlichkeit	120
2. Textimmanente Popularisierungsformen	122
a) Popularisierungsformen mit primär didaktischer Akzentuierung	122
α) Explizite Verweisungen	123
β) Zitate	124
γ) Vergleichendes und beispielhaftes Erzählen	126
δ) Banalisierungen	128
b) Popularisierungsformen mit primär unterhaltender Akzentuierung	129
α) Bestätigungen	130
β) Irritationen	133
III. Ironie	141
1. Untersuchungen zum Wortgebrauch	141

a) ironisch - Ironie - ironisieren - Ironiker.....	141
b) Zur Abgrenzung von:	
Witz - Spaß - Humor - Scherz.....	148
2. Signale zum differenzierten Ironieverständnis.....	155
a) Kontext-Signale	158
b) Autor-personale-Signale	162
Conclusio:	
Ironie als Gegenläufigkeit zur Popularisierung.....	165
Vierter Teil	
POPULARISIERUNG UND IRONIE ALS PRINZIPIEN DER	
VERMITTLUNG	169
I. Literaturdidaktische Vermittlung.....	169
II. "Die Harzreise":	
Enttrivialisierung des romantischen Naturerlebens.....	173
1. Die Popularität der "Harzreise"	173
2. Didaktische Textanalyse	175
III. "Deutschland. Ein Wintermärchen":	
Politisierung durch literarische Kritik.....	183
1. Die Popularität des "Wintermärchens"	183
2. Didaktische Textanalyse	187
IV. Rezeption - Vermittlung - Verständnis	193
Anmerkungen	195
Literaturverzeichnis	245