

Inhaltsverzeichnis

Dank — VIII

Einleitung — 1

1 Populäre Schemata und politische Agitation — 12

- 1.1 Schematheoretische Grundlagen der mentalen Verarbeitung von Texten — 13
- 1.2 Zum Verhältnis von Kognition, Sprache, Politik und Literatur — 19
- 1.3 Literarische Strategien populärer Schemata — 28
- 1.4 Versatzstücke populärer Gattungen innerhalb der untersuchten Romane — 35
 - 1.4.1 Elemente des Zeitromans — 39
 - 1.4.2 Elemente der Abenteuerliteratur — 46
 - 1.4.3 Elemente des Entwicklungsromans — 58

2 Literaturpolitische Hintergründe der Romane — 68

- 2.1 Literaturpolitische Hintergründe innerhalb des kommunistischen Umfelds — 71
 - 2.1.1 Revolutionäres Konzept – Der Rote Eine-Mark-Roman — 71
 - 2.1.2 „Reportage oder Gestaltung?“ – Literaturpolitische Debatten um die Roten Eine-Mark-Romane — 77
- 2.2 Literaturpolitische Hintergründe im nationalsozialistischen Umfeld — 84
 - 2.2.1 Anknüpfung an Altbewährtes – Völkisch-nationaler Kriegsroman und Schunddebatten — 96
 - 2.2.2 ‚Literatur der Organisationen‘ – Funktionale ‚Kampfzeitliteratur‘ oder zersetzendes ‚Konjunkturschrifttum‘? — 106

3 Rezeptionsbedingungen der Romane und Lektüreverhalten der Arbeiter — 114

- 3.1 Rezeptionsbedingungen im zeitgenössischen Umfeld der Weimarer Republik — 116
 - 3.1.1 Zur Bedeutung der Zeitungslektüre im Arbeiterumfeld — 117
 - 3.1.2 Lektürebudgets der Arbeiter und Preisgestaltung der Romane — 120
 - 3.1.3 Lektüreverhalten der Arbeiter in der Weimarer Republik — 124
 - 3.1.4 ‚Masse gleich Klasse?‘ – Zu den Distributions- und Wirkungsbedingungen der Roten Eine-Mark-Romane — 132

- 3.1.5 Auflagenentwicklung der nationalsozialistischen Romane von der Weimarer Republik bis ins ‚Dritte Reich‘ — **138**
- 3.1.6 Wirkungspotenzial der Romane in der Weimarer Republik vor dem zeitgenössischen Hintergrund des Generationendiskurses — **144**
- 3.1.7 Zusammenfassung — **154**
- 3.2 Wirkungsbedingungen der Romane und ihrer Autoren über die Weimarer Republik hinaus — **157**
 - 3.2.1 Unterschiedliche Rezeption der Roten Eine-Mark-Romane im geteilten Deutschland — **158**
 - 3.2.2 Kontinuität der nationalsozialistischen Autoren im Nachkriegsdeutschland — **167**
- 4 Signalbereiche der paratextuellen Kommunikation — 181**
 - 4.1 Covergestaltung als Bestandteil des verlegerischen Peritextes — **183**
 - 4.1.1 Die konstruktivistisch beeinflusste Covergestaltung der Roten Eine-Mark-Romane — **185**
 - 4.1.2 Die Buchgestaltung der nationalsozialistischen Romane zwischen Tradition und modernem Buchäußeren — **201**
 - 4.2 Anzeigen-, Werbebroschüren- und Plakatgestaltung als verlegerischer Epitext — **230**
 - 4.2.1 Anzeigen- und Plakatgestaltung für die Roten Eine-Mark-Romane — **232**
 - 4.2.2 Anzeigen- und Werbebroschüregestaltung im nationalsozialistischen Umfeld — **246**
- 5 Analyse ausgewählter Romane — 261**
 - 5.1 Suggerierte Faktizität und Fiktionen – Ein spezifisches Mischverhältnis mit politischem Gebrauchswert — **261**
 - 5.1.1 „Prawda heißt Wahrheit“ – Authentizitätsansprüche und Intertextualität im Roten Eine-Mark-Roman — **262**
 - 5.1.2 Beumelburgs ‚sachliches Pathos‘ – Grauen des Krieges und ‚gelebte Kameradschaft‘ — **268**
 - 5.1.3 Berlin als exemplarisch verdichteter Austragungsort ideologischer Kämpfe am Beispiel von *Der Hitlerjunge Quex* — **276**
 - 5.1.4 Pseudorevolutionäres Sozialpathos in Vieras ‚Konjunkturromanen‘ — **284**
 - 5.1.5 Soziale Harmonisierungstendenzen und Repräsentationsanspruch in *Der Hitlerjunge Quex* — **288**

- 5.1.6 Ideologisch motivierte Erzählperspektiven – ‚Die Wahrheit liegt im Auge des Betrachters‘? — **291**
- 5.1.7 Zusammenfassung: ‚Nationalsozialistischer Realismus‘ ungleich ‚sozialistischer Realismus‘ – Eine Absage an totalitarismustheoretische Interpretationen — **302**
- 5.2 Vergleichende Gegenüberstellung der Plotstrukturen aus der Perspektive populärer Schemata — **308**
- 5.3 „Wer nicht mit uns ist, der ist gegen uns!“ – Personengestaltung als Ausdruck eines bipolaren Weltbildes — **325**
- 5.3.1 Exklusives Gruppenbewusstsein – Kameradschaft als ideal(isiert)es Gesellschaftsmodell? — **335**
- 5.3.2 Helden und Märtyrer als Vorbilder für ‚neue Menschen‘ auf dem Weg in eine ‚neue Zeit‘ — **349**
- 5.3.3 Feinde und Verräter als ‚Mächte des Bösen‘ — **371**
- 5.3.4 ‚Noch ist es nicht zu spät...‘ – Konversionsfähige Gegner — **389**
- 5.3.5 Frauen und Familie – ‚Kampfgefährten(inn)en‘ oder „Hemmschuh“? — **399**
- 5.4 Weitere schematische Strategien und Argumentationsmuster der Romane — **419**
- 5.4.1 ‚Begriffe besetzen‘ – Zur ideologischen Vereinnahmung von ‚Arbeit(er)‘ und ‚Kampf‘ — **420**
- 5.4.2 Der ‚gerechte Krieg‘ und Partikularmoral — **435**

Schluss — 449

Literaturverzeichnis — 459

Abbildungsverzeichnis — 491

Anhang — 495

Personenregister — 512