

CALL FOR PAPERS

LITERATUR UND PODCAST

Inszenierungsformen – Rezeptionsmodelle – Wissenskommunikation

Interdisziplinäre Tagung (27.-29. Juni 2024, Universität Würzburg)

Organisation:

Prof. Dr. Stephanie Catani, Sonja Schmalenberger, David Selzer (Lehrstuhl für Neuere deutsche Literaturgeschichte, Universität Würzburg)

Der Podcast boomt: 2022 gaben 43 % aller Befragten in Deutschland an, mindestens hin und wieder Podcasts zu hören – ein deutlicher Anstieg im Vergleich zu den 14 % im Jahr 2016. Im Zeitalter der Digitalisierung verfügt nahezu jede:r über den Zugang zu Podcasts, deren Bedeutung als „Raum politisch-medialer Kommunikation“ (Lührmann 2019) kaum zu überschätzen ist. *On demand* gehört, ist der Podcast ein Medium der Ungleichzeitigkeit, das seinen Nutzer:innen erlaubt, Zeit und Ort des Hörens ebenso autonom zu bestimmen wie das gewünschte Thema.

Der Einfluss des Podcasts auf den Literaturbetrieb der Gegenwart macht sich auf verschiedenen Ebenen bemerkbar: Buchhandlungen und Verlage wie Hugendubel (*Seite an Seite*), Reclam (*ReclamNation*) oder Suhrkamp (*Dichtung und Wahrheit* und *Suhrkamp espresso*) haben das Medium als Marketinginstrument und neue Werbefläche längst für sich entdeckt. Auch nicht verlagsgesteuerte Podcasts geben Einblicke in den Literaturbetrieb (z.B. *Der Manuskripte Zähmung* und *Verlagsniveau – Der Selfpublishing Podcast*). ‚Gehörte‘ Literaturkritik findet in Formaten wie *Lesestoff*, *Monatslese*, *ZEIT für Literatur* und *Zwei Seiten* statt und jungen wie etablierten Autor:innen bieten Podcasts neue Bühnen und Reichweiten (z.B. *1LiveStories*, *Auf ein Buch* und *LiteraturPur*). Nicht zuletzt im Bereich der literarischen Bildung und Wissensvermittlung (z.B. *Laberfach*, *LiteraturKABInett*) hat sich das Medium erfolgreich platziert – und stellt hier sein pädagogisches und didaktisches Potenzial unter Beweis. (Arnold 2011; Klinovská/Kucharová/Kunovská 2022).

Mit dem gerade erst volljährig gewordenen Medium, das grundsätzlich ein eher jüngeres Publikum erreicht (die meisten Podcast-Konsument:innen gehören zur Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen), erschließen sich Literaturkritik und Literaturmarketing eine Zielgruppe, die im Zeitalter des On-Demand-Streamings durch Fernsehen, Radio und Feuilleton nur noch selten erreicht wird. Zudem machen die medienpezifische Serialität und Flüchtigkeit den Podcast zum Instrument einer Popkultur, deren Popularisierungsstrategien, Celebrity-Kultur sowie ein Miteinander von seichten und ernsten Themen die Relevanz und Funktion des Mediums bestimmen und tradierte *Gatekeeper* (Feuilleton, TV-Kritik etc.) auszuhebeln scheinen.

Das Verhältnis von Literatur und Podcast ist, abgesehen von Studien zu Konsumverhalten (Rampf 2008) oder Marketingstrategien (Diemand 2007; Hammerschmidt 2022), sowohl literatur- als auch medienwissenschaftlich weitgehend unerforscht: Die Einflussnahme des Mediums auf tradierte Begrifflichkeiten der Literaturwissenschaft (Autorschaft, Leser:in, Kanon, Medialität), spezifische Rezeptionsformen und Strategien literarischer Wertung blieben bislang unberücksichtigt.

Wir begrüßen daher Vorschläge für (theoretische, methodologische, empirische, literatur- wie medienanalytische) Beiträge, die u.a. auf folgende Themenschwerpunkte eingehen:

Podcast, Wissensvermittlung und Wissenskommunikation

Podcasts speichern Wissen und sind zugleich auf dessen Vermittlung und Kommunikation ausgerichtet. Wenig überraschend wird der Podcast zu einem immer bedeutsameren WissKomm-Medium (z.B. *Wisskomm-Quartett*, *ZEIT für WissKomm*), das auch für die Vermittlung literarischen, literaturhistorischen und literaturwissenschaftlichen Wissens in größeren Podcasts (z.B. *radioWissen*, *ZeitZeichen*) oder spezifisch auf den Literatur- und Theaterbetrieb ausgerichteten (*Playspotting*, *Frontispiz*, *LitPod*, *Lyrikschule*) relevant wird. Podcasts erlauben eine niedrigschwellige Aufbereitung der Inhalte in einer informellen Gesprächssituation – nicht zufällig existieren zahlreiche Podcasts zur Abiturvorbereitung. Wissensvermittlungs-Podcasts für Schüler:innen, Student:innen und Lehrer:innen (z.B. *Laberfach*, *LiteraturABInett*, *Lyrikschule*, *KS1 Podcast* und *LitPod*) bereiten literarische Themen und Werke didaktisch auf, profilieren und kanonisieren sie. Neu ist hier die Rolle von Literaturwissenschaftler:innen, die im Rahmen von Podcast-Interviews auch außerhalb universitärer und streng akademischer Diskurse als ‚neue‘ Expert:innen auftreten (z.B. *Goethe speaks out!*, *Hörsaal*, *Literatur im Dialog*, *Deep Dive Podcast* und *Praktisch Theoretisch Podcast*).

Literatur als Podcast – Podcast als Literatur

Als literarisches Genre lässt sich der Podcast dort diskutieren, wo er, wie auch das Hörspiel oder das Hörbuch, Literatur als Performance inszeniert (Klotz 2022) oder als Medium des Storytellings agiert (Preger 2019). Formen der (Re-)Inszenierung von Literatur (z.B. *Hoerspielprojekt.de Podcast*, *Lesungen von Bayern 2* und *Reclam Hörbücher*) sind im Podcast deutlich prominenter vertreten als Erstveröffentlichungen oder (Ur-)Aufführungen literarischer Werke (z.B. *Es war vielleicht einmal – Der Fanfiction Podcast*). Gerade in den Podcasts öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten (z.B. *radioWissen* und *ZeitZeichen*) werden die Biografien kanonischer Autor:innen nicht einfach dokumentarisch berichtet, sondern in fiktionalisierter Form erzählt. Auch das äußerst populäre Podcast-Genre ‚True Crime‘ fällt durch seine Literarisierungs- und Fiktionalisierungsstrategien auf, wenn es Realverbrechen in durchkomponierter Form kriminalliterarisch nacherzählt (z.B. *Die Spur der Täter*, *Mordlust* und *ZEIT Verbrechen*).

(Selbst-)Inszenierungen von Autorschaft im Podcast:

Am Podcast lassen sich dort Inszenierungsstrategien von Autorschaft untersuchen, wo zahlreiche Gegenwartsautor:innen wie Sybille Berg (*Fest & Flauschig*, *Apokalypse und Filterkaffee*, *FREIHEIT DELUX*, *Hotel Matze*, *Zart bleiben*), Kim de l’Horizon (*Alles gesagt*), Benjamin von Stuckrad-Barre (*Feelings*, *1LiveStories*, *Hotel Matze*, *Podkinski*) oder Juli Zeh (*Cicero Podcast*, *Alles gesagt*, *Hotel Matze*) im Gespräch mit Podcaster:innen über ihr Werk, ihr schriftstellerisches Selbstverständnis und den Literaturbetrieb reden oder mitunter auch eigene Podcasts anbieten (*WG Wesensfremd*, *Edle Federn*). Autor:innen werden dabei nicht selten als moralische Instanzen etabliert, die sich zu öffentlichkeitswirksamen Diskursen und Narrativen positionieren. Zugleich fallen, verfolgt man die Bewegungen einzelner Autor:innen durch die Podcast-Landschaft, Netzwerkstrukturen auf, die sich popkulturell und popliterarisch auswerten lassen.

Rezeptionsmodelle und Strategien literarischer Wertung

Podcasts führen mit ihrer Medienspezifität zu neuen Formen der literarischen Rezeption und zu Lektüreerfahrungen, die, darin dem Hörspiel und dem Hörbuch ähnlich, aufgrund der ‚gehörten‘ Literatur auditiv, mitunter auch seriell oder fragmentarisch bestimmt sind.

Der Podcast thematisiert individuelle wie kollektive Lektüreerfahrungen unterschiedlichster Leser:innen, kommentiert und reflektiert sie nicht nur (z.B. *blauschwarzberlin*, *Die Buch*, *F.A.Z.-Bücher-Podcast*, *literaturcafe.de*, *Papierstau Podcast* und *wortreich*), sondern greift mit seinen literaturkritischen Positionierungen in Kanonisierungsprozesse ein (z.B. *Die Literaturagenten*, *eat.READ.sleep*, *Lesart*, *SWR2lesenswert*, *FAZ Bücher-Podcast*, *Lesestoff*, *Zwei Seiten*, *Literatursenf*). Insofern bildet das Medium mit den ihm eigenen Strategien literarischer Wertung und Kritik durchaus einen relevanten *Gatekeeper* im Literaturbetrieb der Gegenwart.

Vorbehaltlich der Finanzierungszusage werden die Reisekosten der Teilnehmer:innen übernommen. Die Beiträge sollen im Anschluss an die Tagung publiziert werden.

Bitte senden Sie bis zum 20. Oktober 2023 ein Abstract (max. 1 Seite) für einen 25-minütigen Vortrag sowie einen kurzen wissenschaftlichen CV an folgende Adressen:

david.selzer@uni-wuerzburg.de
sonja.schmalenberger@uni-wuerzburg.de

**Lehrstuhl für Neuere deutsche Literaturgeschichte
Universität Würzburg**

Institut für deutsche Philologie | Neuere Abteilung

Am Hubland, Raum 4.O.8

97074 Würzburg | Deutschland

+49 (0) 931 31-88610 | - 85640 (Sekretariat: Gabriele Knies)

<https://www.germanistik.uni-wuerzburg.de/ndl1>

Literatur:

Arnold, Patricia: Podcast, in: dies.: Handbuch E-Learning. Lehren und Lernen mit digitalen Medien, 2., erw., aktualis. u. vollst. überarb. Aufl., Bielefeld 2011, S. 181–185.

Diemand, Vanessa: Weblogs, Podcasting und Videojournalismus. Neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potenzialen, Hannover 2007.

Hammerschmidt, Doris: Das Podcast-Buch. Strategie, Technik, Tipps – mit Fokus auf Corporate-Podcasts von Unternehmen & Organisationen, Freiburg i. Br./München/Stuttgart 2022.

Klinovská, Sára/Kucharová, Jana/Kunovská, Ingrid: Einsatzmöglichkeiten von Podcasts im DaF-Unterricht beim Hörverstehens- und Grammatiktraining, Hamburg 2022 (= Schriftenreihe Lingua, 63).

Klotz, Peter: Hörspiel und Hörbuch. Literatur als Performance, Berlin 2022.

Lührmann, Katharina: Podcasts als Raum politisch-medialer Kommunikation, Baden-Baden 2019 (= Literatur und Medien, 9).

Preger, Sven: Geschichten Erzählen. Storytelling für Radio und Podcast, Wiesbaden 2019.

Rampf, Barbara: Podcastnutzer – Gemeinsamkeiten und Unterschiede. Darstellung des deutschen Podcastangebotes und eine Typologisierung seiner Nutzer, München 2008 (= Angewandte Medienforschung, 44).