

Alltagsmythen vom Norden

Wahrnehmung, Popularisierung
und Funktionalisierung
von Skandinavienbildern
im bundesdeutschen
Modernisierungsprozess

Inhalt

I. Einleitung	11
1. Einführung	11
Alltagsmythen	12
Der Norden	13
Modernisierung	14
Wertewandel und Individualisierung, Identität und Distinktion	19
Das volkskundliche Interesse	23
Zum Aufbau der Arbeit	25
2. Populäre Nordbilder: Überblick, Forschungsstand und Fragestellung	26
Populäre Bilder des Nordens bis 1945	26
Populäre Nordbilder in der Bundesrepublik Deutschland	37
3. Quellen und Quellenkritik	46
3.1. Geschichte, Entwicklung und heutige Situation von Publikumszeitschriften	47
3.2. Publikumszeitschriften als kulturwissenschaftliche Quelle	52
3.3. Tendenzen des Zeitgeistes	57
3.4. Die Quellen	61
3.4.1. <i>Stern</i>	63
3.4.2. <i>Der Spiegel</i>	65
3.4.3. <i>Schöner Wohnen</i>	67
3.4.4. <i>Merian</i>	68
3.4.5. <i>Westermanns Monatshefte</i>	69
4. Methodische Reflexionen	70
II. Theoretischer Rahmen: Populäre Vorstellungen im kollektiven Gedächtnis	79
1. Virulenz im kollektiven Gedächtnis durch Redundanzen und Varietäten	79
Das kollektive Gedächtnis	80
Die Funktion der Massenmedien	83
Redundanz und Varietät	83
2. Dingbedeutsamkeit	85
3. Kollektive Zuschreibungen: Stereotypen, Vorurteile und Images als Wahrnehmungsmuster	88
Stereotyp	89
Stereotype Selbst- und Fremdbilder	91
Vorurteil	92
Image	94

4.	Kulturvermittlung: Ein volkskundliches Modell	96
5.	Zusammenfassung	97
III.	Populäre Nordbilder in bundesdeutschen Publikumszeit- schriften 1955-1985 (ca.)	98
1.	Skandinavische Kino- und Pornografiebilder	99
1.1	Propagierter Sexualmoral und der Umgang mit Erotik in den 1950er und frühen -60er Jahren	100
1.2.	Die Anfänge des „Schwedenfilms“	106
1.3.	Jingmar Bergmans <i>Das Schwedische</i>	113
1.4.	„Schwedenfilme“, dänische Pornografie und die Modernisierung der BRD	125
2.	Skandinavien als Tourismuslandschaft	133
2.1.	Der bundesdeutsche Tourismus	135
2.2.	Wahrnehmungsmuster Natur	140
2.2.1.	Skandinavische Natur als kulturelles Muster	142
2.2.2.	Bewertete „Natur“	150
2.2.3.	Familienurlaub in der skandinavischen Natur	161
2.3.	Reisen als Modernisierungskritik?	163
3.	Die alltagsästhetische Aneignung des Skandinavischen	165
3.1.	Skandinavisches Design	165
3.1.1.	Über das Wohnen der Bundesdeutschen	167
3.1.2.	„Skandinavisch“ als Marketingstrategie und kulturelles Master	169
3.1.3.	Wohnreportagen in <i>Schwedische Wohnen</i>	179
3.1.4.	Verner Panton: Kulturelle Grenzüberschreitungen	183
3.1.5.	Neue Lebensstile und IKEA Lebensstilrevolution und neue Wohnformen Das IKEA-Image	185 185 188
3.1.6.	Skandinavisches Design zwischen Modernität und Modernisierungskritik	190
3.2.	„Bilder vom Norden“ im bundesdeutschen Alltag	199
3.2.1.	Carl Larsson-Renaissance	199
3.2.2.	Astrid Lindgren	208
3.2.3.	Skandinavische Weiblichkeit	215
3.2.4.	Kochrezepte und landestypische Speisen	225
3.2.5.	Alltagsästhetik zwischen Marketing, Gesellschaftskritik und Eskapismus	231
4.	Gesellschaftspolitische Diskurse	233
4.1.	Das Schwedische Wohlfahrtsmodell	234
4.1.1.	Zur bundesdeutschen Situation	231
4.1.2.	Schweden: Vom Volkshome zum Wohlfahrtsstaat	239
4.1.3.	Das Schwedische Modell als Vorbild für Bonn?	242

4.1.4.	Ausgewählte Topoi im bundesdeutschen Schwedendiskurs	253
4.1.4.1.	Alkohol, Selbstmord und weibliche Promiskuität	254
4.1.4.2.	Schweden als Zerspiegel für bundesdeutsche Probleme	268
	Die Erwerbstätigkeit der Mütter	268
	Sexualkunde im Lehrplan	272
	Liberalisierung des Strafvollzugs	275
	Ärzte im Staatsdienst	279
4.1.4.3.	Computererfassung und „Kindergulag“: Schweden als Überwachungsstaat	283
4.1.5.	Bilder vom Schwedischen Modell im bundesdeutschen Modernisierungsprozess	288
4.2.	Städtische Gesellschaftsmodele	290
4.2.1.	Vällingby	291
4.2.2.	Christiania	302
4.2.3.	Zwei Modelle im Kontrast	312
IV.	Schluss	315
1.	Zum theoretischen Rahmen	315
2.	Bundesdeutsche Perspektiven auf den Norden	318
3.	Funktionen der Nordbilder im bundesdeutschen Modernisierungsprozess	322
4.	Der Blick gen Norden ...	324
V.	Quellen- und Literaturverzeichnis	327
1.	Quellen	327
2.	Literaturverzeichnis	328