

Ostalgie – Réflexions autour de la généalogie d'un discours

Christin NIEMEYER
christinniemeyer@hotmail.fr

Résumé

Dans notre contribution, nous souhaitons donner un aperçu de l'histoire du terme d'*Ostalgie* et présenter ses différents aspects. Une première partie sera, par conséquent, consacrée à l'histoire du terme et sa qualité de « pastiche », d'une imitation de quelque chose qui n'existe plus, puis nous nous pencherons dans un deuxième temps sur les caractéristiques de quelques sites Internet que l'on peut qualifier d'« ostalgiques ». Dans notre troisième partie, nous concluons par une analyse du film-phare ostalgique : *Good Bye Lenin*. En analysant les trois aspects de ce phénomène, communément connoté péjorativement, nous montrerons que l'on doit l'entendre comme une étape importante et nécessaire pour les gens de l'Est car elle leur permet de retrouver une identité propre face aux Allemands de l'Ouest.

Abstract

This article proposes to study the history and the different uses of the German neologism *Ostalgie*. We analyze several issues of this term : its history as well as his its « pastiche » quality as an imitation of an original which never really existed. Then we present some Internet pages and the « commerce » in *Ostalgie*. We will consider the most famous ostalgic film – *Good Bye Lenin* – in our third part. By analyzing these three issues of a phenomenon which is mostly seen negatively, we intend to show that Ostalgia is, in fact, a very important phase of recent German history which has permitted to East-Germans to distinguish themselves from their new West-German fellow-citizens by creating their own identity.

Mots-clé : Ancienne RDA, chute du Mur de Berlin, *Ostalgie*, confrontation au double passé allemand et questions d'identité.

Keywords: Former GDR, Fall of Berlin Wall, *Ostalgie*, German *Vergangenheitsbewältigung* and identity issues.

Dans un article du 26 juin 2009, *Le Monde* communique les résultats d'un sondage de l'Institut Emnid publié le vendredi 26 juin 2009 par le quotidien *Berliner Zeitung*. On y lit que vingt ans après la chute du Mur, une majorité d'Est-allemands sont d'avis que l'ex-RDA avait « davantage d'aspects positifs que négatifs ». « Il y avait quelques problèmes, mais globalement on y vivait bien », soulignent quarante-neuf pour cent des 1 208 personnes interrogées dans l'est du pays. Si l'on y ajoute les 8% de sondés qui estiment que « la RDA avait surtout de bons côtés [et qu'on] y vivait heureux et mieux que dans l'Allemagne réunifiée d'aujourd'hui », ce sont en tout 57 % des Allemands de l'Est qui défendent l'héritage de l'ancien État communiste¹.

¹ http://www.lemonde.fr/europe/article/2009/06/26/une-majorite-d-allemands-de-l-est-nostalgiques-de-l-ex-rda_1211769_3214.html (consulté le 2/09/2012)

Cet état des lieux fait immédiatement surgir, auprès des germanistes et germanophiles, un mot dont on parle souvent à tort et à travers : l'*Ostalgie*. Il est souvent employé en association avec des phrases telles que :

« *Nicht alles war schlecht.* »

« *Tout n'était pas mauvais.* »

« *Wenigstens waren wir früher alle gleich und wir hatten alle Arbeit, darum war es eine schöne Zeit.* »

« *Au moins, avant nous étions tous égaux, on avait du travail, c'est pourquoi cela a été une belle époque.* »

ou bien :

« *Früher hatten wir Geld und konnten nicht reisen. Heute ist es umgekehrt.* »

« *Avant nous avions de l'argent, mais nous ne pouvions pas voyager. Aujourd'hui, c'est l'inverse.* »

Il semble que l'on essaie ainsi de créer, *a posteriori*, une identité propre à la RDA. Une identité enjolivée qui ressemble plus à une utopie qu'à la réalité est-allemande avant la chute du Mur.

1. L'histoire d'un terme

Reprenons un peu l'histoire : en 1990, la RDA disparaissait et, avec elle, ses symboles, ses institutions, ses produits, et ses valeurs culturelles. Cette disparition a provoqué un sentiment de perte chez les gens de l'Est ayant vécu dans ce pays pendant des décennies. La naissance de l'*Ostalgie* a souvent été mise en relation avec l'envie d'une compensation de cette perte. Comment sauver une partie de tout ce qui a disparu si vite ? C'est au début des années quatre-vingt-dix que le terme *Ostalgie* est né pour servir rapidement aux Allemands de l'Ouest à désigner (péjorativement) l'état d'âme des Allemands de l'Est. Lorsqu'en 2003 une vague d'*Ostalgie* fortement médiatisée submerge l'Allemagne, c'est le film *Good Bye Lenin* qui est considéré comme son déclencheur. Par la suite, la tendance *Ost* voit l'émergence des *Ost-Motto-Parties* (des fêtes à l'est-allemande), des concerts qui font renaître la musique de la RDA et des groupes est-allemands, et d'un certain nombre de produits de l'Est qui reconquièrent le marché. Qui plus est, Internet voit la mise en place d'un grand nombre de sites internet consacrés à la vie à l'Est.

L'*Ostalgie* est née. Dans toute son ambiguïté, oscillant entre nostalgie et diffamation. Mais avant d'analyser les différents aspects de ce phénomène, nous allons éclaircir le terme lui-même : *OSTALGIE*.

Les termes « *Ostalgie* » et « *nostalgie de la RDA* » sont souvent utilisés comme synonymes. Certains chercheurs se sont efforcés de montrer la supériorité de l'un ou de l'autre, rejetant souvent l'« *Ostalgie* » en faveur de « *la nostalgie de la RDA* », soi-disant plus maniable et moins ambiguë. Quoi qu'il en soit, ces deux termes renvoient au même phénomène : à la nostalgie. Alors que le premier le transforme en jeu de mots à multiples perspectives, l'autre se sert tout simplement du terme, emprunté à la sphère pathologique, le dotant de la précision « *de la RDA* ». Tandis que le deuxième a, certes, l'avantage d'être plus clair et moins ambigu, c'est le premier qui a été retenu et propagé par les médias. De plus, il ouvre un champ de réflexion qui nous semble intéressant à analyser.

Evidemment, le terme *Ostalgie* renvoie aussi à la nostalgie – qui est tout d'abord une pathologie médicale. Au cours du XIX^e siècle, la nostalgie devient aussi un terme de l'histoire des idées, voire un terme artistique, et désigne le souvenir quelque peu mystique du passé. La nostalgie renvoie donc clairement à la notion du temps, plus précisément du temps révolu.

Ce n'est que pendant la période palpitante d'après la chute du Mur et autour de la réunification des deux Allemagnes que naît le mot *Ostalgie*. L'acteur, journaliste et humoriste Uwe Steimle, originaire de Dresde, est considéré comme son créateur. Au début des années quatre-vingt-dix, Steimle avait intitulé son programme de cabaret *Ostalgie*. Avec son partenaire Tom Pauls, ils y représentaient un couple quelque peu bouffon originaire de la Saxe et parlant avec un fort accent de cette région de l'Est si moquée.

Le néologisme *Ostalgie* nous semble particulièrement intéressant parce qu'il rajoute à la notion du temps du mot « nostalgie » une notion spatiale : celle de l'Est, de l'Est de l'Allemagne. Ainsi, l'aspect glorificateur de la notion de la nostalgie – l'évocation d'un passé plus glorieux dont on fait l'apologie –, s'étend au lieu : ce n'est plus seulement le passé que l'on regrette, mais également un certain lieu, en l'occurrence l'Est, la RDA.

En se fondant sur les théories de Frederic Jameson, on pourrait donc qualifier l'*Ostalgie* de pastiche, d'une « imitation de quelque chose qui n'existe plus » (Jameson, 1986, 65). Et cela est donc à entendre dans une double perspective : une personne « ostalgique » désire revenir dans un endroit disparu d'une époque révolue, plus précisément en RDA.

2. Différents aspects de l'*Ostalgie*

Des éléments ostalgiques se trouvent, effectivement, dans un grand nombre de produits médiatiques depuis le début des années quatre-vingt-dix : à commencer par des sites internet traitant des phénomènes de la vie en RDA, des émissions de télévision dites « ostalgiques », ainsi que dans un certain nombre de films d'après la chute du Mur qui mettent en scène la vie en RDA.

2.1. Sites internet commerciaux et non commerciaux

Un premier groupe de sites se consacre à la publication et à la vente de produits de l'Est en mettant en scène tout l'univers symbolique et emblématique de la RDA disparue. Sur le site commercial http://www.ostprodukte-versand.de/cnr-25_120/Filme-Spielfilme-Kultfilme.html, le visiteur remarquera dès sa première visite le symbole en haut à gauche : une couronne de blé autour de laquelle s'enroule le drapeau noir-rouge-or. La symbolique est aussi claire que simple et reprend le drapeau de la RDA sans le compas, ni le marteau. De la triade « *Marteau, compas et couronne de blé* » ne reste plus que la couronne de blé, autrement dit, uniquement l'extérieur, l'apparence. Le marteau et le compas, symboles des ouvriers et de l'intelligence du pays (qui se réunissaient avec les paysans, dont la couronne de blé est le symbole) sont remplacés par un colis jaune rappelant la poste et l'envoi des produits est-allemands, dont ce site propose la livraison.

Nous y trouvons, en plus, une sorte d'auto-définition du site contenue dans les phrases suivantes :

- In unserem DDR Shop finden Sie verschiedenste Kult Produkte der DDR.
- Dies ist ein Ossiladen für Ostalgie Produkte.

- Dies alles nur hier im DDR-Shop.
- Und nun viel Spaß beim Stöbern in unseren Kategorien des schnellsten und umfangreichsten DDR Shop Deutschlands².

Les créateurs de ce site ont visiblement retenu la leçon du capitalisme en associant un discours qui s'adresse clairement à un public est-allemand – l'identité du *Ossiladen* est soulignée à plusieurs reprises – avec des arguments de vente contemporains.

L'en-tête de l'*Ostalgie-Shop*³ fonctionne de manière semblable : son logo intègre la carte de la RDA, des cinq nouveaux *Länder* et affiche de cette manière clairement le public ciblé. Est ajoutée à droite de ce logo une sorte de devise, en l'occurrence une citation de Wolf Biermann : « *Uns bleibt, was gut war*⁴. ». On y sent clairement la volonté de rappeler les bons aspects de la vie en RDA. Une caractéristique-clé de l'*Ostalgie* est donc utilisée ici comme argument de vente. Viennent en aide, en plus, le petit marchand de sable (*der Sandmann*) est-allemand, et *Pittiplatsch* et *Schnatterinchen*, les marionnettes vedettes de la télé est-allemande.

Dans une sorte d'auto-présentation, les propriétaires de ce site essaient également de donner à leur site une raison d'être au-delà du simple site commercial :

Warum der Name Ostalgie-Shop.de ? Warum heißen wir, wie wir heißen ? Ist doch klar denken Sie jetzt-einprägsam und sofort erkennbarer Hintergrund der Domain. Recht haben Sie !

Aber wenn Sie sich schon die Mühe machen, sich näher über uns zu informieren, dann wollen wir wir auch ein wenig weiter ausholen und Ihren Lesespass mit fundierten Informationen versüßen.

Definition « Ostalgie » : Ostalgie die, auf den Dresdener Schauspieler und Kabarettisten Uwe Steimle (* 1963) zurückgehende Wortschöpfung, als von ihm gewählter Titel einer Fernsehsendung, die das DDR-Alltagsleben im satirischen Gestern-Heute-Vergleich betrachtete; Mitte der 1990er-Jahre besonders in den neuen Ländern populär geworden, seitdem auch journalistisch verwendet, um vermeintliche oder wirkliche Spezifika des heutigen Alltags in den neuen Ländern zu beschreiben, z. B. ein Kaufverhalten, das bewusst ostdeutsche, von « früher » bekannte (Marken-)Produkte wählt. (Quelle : Brockhaus)

Definition « Shop » : Ist ein aus dem englischen stammender Begriff, der sich in der deutschen Sprache bereits heimisch fühlt. Übersetzt bedeutet « Shop » –Kaufladen.

Domain Endung « de » : Dies ist die Länderkennung für Deutschland.

Was wir Ihnen damit sagen wollen? **Wir machen uns Gedanken !** Wir haben bewusst auf einen Namen mit Charakter und Hintergrund gesetzt, anstatt Sie mit einem nichts sagendem einsilbigen Phantasienamen zu verwirren. Wir machen uns Gedanken- wie wir Ihnen Ihren Einkauf noch bequemer und angenehmer gestalten können. Wir machen uns Gedanken- wie wir Ihnen noch mehr Auswahl und Service bieten können. Wir machen uns Gedanken- für SIE!

Was ist unser Motto, unser Antrieb ? « Uns bleibt was gut war... » Dieser von Wolf Biermann zugegebenermaßen etwas aus dem Zusammenhang gerissene Satz spiegelt unsere Philosophie wider. In der DDR war nicht alles so schlecht, wie es oftmals dargestellt wird. An dieser Stelle sei gesagt, dass wir uns ausdrücklich von politischen Geschehnissen und Standpunkten distanzieren !

Für uns ist lediglich die Alltagskultur und das « Lebensgefühl » der damaligen DDR von Bedeutung. Wir wollen Ihnen mit unserem Shop und unseren Produkten einfach die Möglichkeit geben sich ein Stück von dem damals lieb gewonnenen Lebensgefühl nach Hause zu holen. Das ist unser Anspruch und unser Antrieb.⁵

Cette présentation des objectifs du site associe un *Lebensgefühl* (façon de vivre), la nostalgie de « ce qui était bien en RDA », à des arguments de vente basiques en utilisant sans distance

² Dans notre magasin vous trouverez différents produits cultes de la RDA.) / Ceci est un magasin pour Ossi et pour des produits ossi / Vous ne trouverez cela qu'ici au Shop RDA / Et maintenant, amusez-vous bien à fouiller dans les rayons du magasin RDA le plus rapide et le plus fourni d'Allemagne.

³ http://ostalgie-shop.de/index.php/cat/c11_Kleidung---Accessoires.html/XTCsid/2035113413d4804d42599426b285ea5c

⁴ *Il nous reste ce qui était bien.*

⁵ www.ostalgie-shop.de.

des références littéraires sorties de leur contexte⁶ et la nostalgie d'une grande partie des Allemands de l'Est. Tout cela sous le prétexte de faire du bien à ceux qui sont dans le regret du passé, mais – naturellement – sans aucun engagement politique. En réalité, l'objectif est de vendre, c'est-à-dire une action purement capitaliste à laquelle ce site veut donner une auréole bienfaitrice.

D'autres sites, moins nostalgiques et non-commerciaux, se servent de certains éléments de la vie quotidienne en RDA dans le but de faire rire, voire de ridiculiser la vie en RDA.

Le dictionnaire est-allemand⁷ que propose en ligne le magazine *Max* consacré à la culture pop ne peut en aucun cas être pris au sérieux : très peu de ses définitions sont en effet sérieuses, beaucoup d'entre elles, réductrices voire fausses, ne servent qu'à se moquer de l'aspect de la RDA abordé, comme le prouvent les exemples ci-dessous :

Abschnittsbevollmächtigter = *ABV, eine Art Dorfpolizist, kam meist auf einer blauen Schwalbe daher (s.a. « Schwalbe »)*

Puffreis = *Ostdeutsche Variante des Popcorns*

Sättigungsbeilage = *Kartoffeln, Nudeln, Rotkohl oder Weißkraut, das es zum Schnitzel dazu gab*

Staatsbürgerkunde = *Vergleichbar mit dem Religionsunterricht im Westen*⁸.

Ce site se sert surtout d'une certaine polémique, son but n'est autre que de divertir aux dépens de la défunte RDA.

En ce qui concerne les sites internet, nous pouvons donc distinguer deux attitudes par rapport à la vie en RDA. Une première prétend vouloir prolonger la vie de certains aspects culturels et sociaux de la RDA – une attitude qui est souvent à caractère commercial dans la mesure où l'objectif principal caché derrière cette noble tâche est souvent la vente des produits est-allemands (alimentation, films, musique) ou des produits qui n'existaient pas du temps de la RDA ; il s'agit donc essentiellement de commercialiser de nos jours les symboles de la République démocratique. La RDA fait rêver ici. Telle une petite cellule que l'on a réussi à sauver, elle ne nous a pas encore complètement quittés tant qu'il y a encore le *Nudossi* (la pâte à tartiner de l'Est, équivalent du Nutella de l'Ouest), le *Rotkäppchen-Sekt* (marque de vin mousseux) et les vieux films de la DEFA. Par conséquent, ces produits se vendent bien aujourd'hui, mais, pour presque la totalité d'entre eux, uniquement dans l'Est du pays. En revanche, des marques comme *Nudossi* et *Spreewaldgurken* sont souvent complètement inconnues à l'Ouest. La plupart de ces marques ont été rachetées par les grandes entreprises de l'Ouest soucieuses d'élargir leur gamme de produits dans les supermarchés de l'Est. Tous ces vendeurs se servent donc de *Ostalgie* comme argument de vente. D'une certaine manière, cet aspect de *Ostalgie* a donc intégré les lois du capitalisme plus vite que d'autres.

⁶ La citation « Uns bleibt, was gut war » est tirée de l'adaptation allemande par Wolf Biermann de la célèbre chanson « Hasta siempre Comandante Che Guevara » écrite par Carlos Puebla en hommage au révolutionnaire Che Guevara, écrite par Carlos Puebla. Voici le début de la chanson : Uns bleibt, was gut war und klar war/Daß man bei Dir immer durchsah, / Und Liebe, Haß, doch nie/ Furcht sah, Comandante Che Guevara.

⁷<http://www.max.de/lifestyle/gesellschaft/ddr-woerterbuch/1163,1,,Von+Abhauen+bis+Cellophane+C3te.html>

⁸ Le terme allemand *Abschnittsbevollmächtigter*, c'est-à-dire littéralement le « plénipotentiaire de circonscription », désigne la police est-allemande de proximité. Le site du magazine *Max* en donne la définition suivante : « espèce de policier de village qui se promenait la plupart du temps sur sa mobylette bleue ». Le terme de *Puffreis*, qui signifie littéralement « riz soufflé », est quant à lui défini comme le « pop-corn de l'Est ». Par *Sättigungsbeilage* (la « garniture de satiété »), le dictionnaire entend « les pommes de terre, les nouilles, le chou rouge ou blanc qui accompagnaient en RDA l'escalope panée. Quant au cours d'instruction civique (*Staatsbürgerkunde*), il est assimilé au cours de religion de l'Ouest.

L'autre approche se veut satirique ou polémique : la RDA y apparaît comme un pays absurde, que nous avons vaguement connu et dont il faut rappeler, de temps en temps, les meilleures blagues. Cette RDA fait rire, nous rappelle que tout va mieux aujourd'hui, que le pire est derrière nous, et exprime clairement le regard du vainqueur de l'histoire. Le monde est tout au plus peut-être un peu moins drôle depuis qu'il n'y a plus la RDA...

Néanmoins, ce genre de sites – mais également les émissions de télévision qui fonctionnent de la même manière – prétendent faire connaître la vie quotidienne en RDA aux nouveaux concitoyens de l'Ouest.

2.2. Les émissions de télévision faisant revivre l'Ostalgie

De nombreuses émissions, qui envahissent la télévision allemande depuis 2003, visent à faire renaître pour quelques heures l'atmosphère de la RDA. Tout en soulignant leur volonté de faire connaître des côtés méconnus de la vie en RDA à un public réunifié et de participer ainsi à la bonne entente entre les deux parties de l'Allemagne, elles présentent la RDA comme un pays drôle où il faisait bon vivre : qui ne va pas les trouver amusantes, ces robes faites maison que portaient les femmes de l'Est ? On compare le goût du Nutella de l'Ouest à celui du *Nudossi* est-allemand. On invite les stars et starlettes est-allemandes à raconter leur vie en RDA « avec un clin d'œil » (*mit einem Augenzwinkern*) et beaucoup d'humour. La vie en RDA dans ces émissions ressemblait parfois à un éternel carnaval – les aspects drôles de la dictature.

Lorsque de nombreux hommes politiques tel le ministre-président de la Thuringe rappellent que la rétrospective de la RDA se doit non pas d'être nostalgique, mais qu'elle doit refléter la véritable réalité est-allemande en avertissant que la vague d'*Ostalgie* empêche une discussion productive sur l'héritage de la RDA, Ulrich Meyer, présentateur d'une de ces émissions, essaie de défendre leur intérêt :

Wir wissen sehr viel über die DDR : Wir haben von den Mauertoten erfahren und vom Verrat in den Familien. Aber mit dem Alltag haben wir arrogante Wessis uns nie befasst. Und der Ossi traute sich bislang nicht, diese Dinge an die Oberfläche zu bringen⁹.

Le prétexte est tout trouvé : on veut donner une plateforme aux pauvres *Ossis* afin qu'ils puissent parler de leur passé. L'arrogance des *Wessis* – autre cliché de l'après-chute-du-Mur – doit céder la place à une meilleure entente. Mais, en réalité, ces émissions sont faites, en tout premier lieu, pour faire gagner de l'argent aux grandes chaînes de télévisions qui se disputent les parts de marchés. Et cela n'a que trop bien fonctionné : le *DDR-Show* de la chaîne privée RTL a réalisé un taux d'audience de plus de 5 millions de téléspectateurs. L'*Ostalgie* fait rêver, certes, et elle fait rire. Mais elle est avant tout très rentable.

3. Les films « ostalgiques »

Mais c'est surtout par rapport aux films allemands d'après la chute du Mur que l'on parle souvent de l'*Ostalgie*. Ce reproche concerna notamment les films *Good Bye Lenin* de

⁹ URL: <http://www.stern.de/kultur/film/ddr-shows-tv-moderatoren-lassen-kritik-nicht-auf-sich-sitzen-511976.html>). *Nous savons une quantité de choses sur la RDA. Nous avons appris l'existence des morts du Mur et la trahison à l'intérieur des familles. Mais nous, les Wessis arrogants, nous n'avons jamais pris la peine de nous occuper de la vie quotidienne de ces gens. Et l'Ossi, jusqu'à ce jour n'a pas osé en parler.*

Wolfgang Becker (2003) et *Sonnenallee* de Leander Haussmann (1999). Cela nous amène à notre troisième partie dans laquelle nous tâcherons d'analyser brièvement le premier pour y trouver des traces d'*Ostalgie*. L'*Ostalgie*, dans ces films, peut également être considérée comme une forme de souvenir commun, tout en indiquant que les choses dont on se souvient n'existent plus. Il s'agit essentiellement de citations, souvent exagérées, de certains phénomènes qui évoquent un vécu commun tout en rappelant, par la même occasion, que le cadre de ce vécu fait partie du passé et est donc hors de portée. Cela provoque l'identification avec le passé et un sentiment de tristesse pour la perte de celui-ci.

Au niveau de leur forme, *Sonnenallee* et *Good Bye Lenin* se ressemblent : le lieu de l'intrigue est Berlin-Est, les protagonistes sont de jeunes hommes qui racontent leur vie de manière rétrospective. On est donc dans le souvenir d'un passé révolu. En revanche, dans leurs intentions et leur mise en scène, les films se distinguent nettement l'un de l'autre. *Sonnenallee* est une comédie avec des éléments grotesques et burlesques alors que *Good Bye Lenin* est une tragicomédie. En outre, dans les deux œuvres, nous pouvons trouver de nombreux éléments ostalgiques : l'évocation de produits est-allemands (*Spreewaldgurken*, *Mufuti* etc.), des habitudes et de symboles (vêtements, statue de Lénine, la rue *Sonnenallee*) est-allemands. Mais peut-on pour autant parler de films ostalgiques ?

Good Bye Lenin est doté d'une narration classique avec des personnages réalistes (à l'opposé des personnages de *Sonnenallee*, stéréotypés pour la plupart) qui servent facilement d'identificateur. L'intrigue se construit de manière linéaire. En revanche, des éléments et des symboles ostalgiques mis en scène de manière plus ou moins postmoderne, se mêlent à cette narration plutôt traditionnelle.

Rappelons brièvement l'intrigue de ce film :

A la veille de la chute du mur de Berlin, la mère d'Alex, jeune Berlinoise de l'Est, est terrassée par un infarctus et sombre dans un coma profond. Huit mois passent et la ville se transforme, l'Occident l'envahit. Lorsque la mère d'Alex rouvre les yeux, elle ne peut reconnaître sa ville : tout ce en quoi elle croyait a disparu. Pour lui éviter un second choc fatal, Alex la réinstalle dans sa chambre et profite de son alitement pour y faire revivre l'ex-Allemagne de l'Est grâce à des trésors d'ingéniosité et la complicité de ses voisins. Tout ira bien tant qu'elle ne se lèvera pas...¹⁰

Dans ce contexte, nous pouvons rappeler la scène où Alex cherche, dans les superettes de l'Est alors en train de se transformer en hypermarchés de l'Ouest, les *Spreewaldgurken* (marque de cornichons), *Tempobohnen* (des haricots) ou *Moccafix Gold* (marque de café.) Il s'agit, soit dit en passant, de produits d'alimentation dont le citoyen au temps de la RDA était tout sauf friand. Il est intéressant de remarquer que ces produits ne servent ici que partiellement d'aliments (de première utilité), mais deviennent surtout des symboles pour Alex. Il cherche ces produits en particulier pour faire croire à sa mère que rien n'a changé depuis son réveil du coma. Tandis que pour elle, ce ne sont rien de plus que des aliments quotidiens, pour Alex et son entourage, conscients des changements politiques, ces produits deviennent hautement symboliques et représentent un passé qu'il faut maintenir en vie pour sauver la vie de sa mère. Nous pouvons observer le même procédé dans la scène où Alex redécore la chambre de sa mère conformément au style en vogue en RDA, ainsi que dans d'autres scènes : la fête organisée pour l'anniversaire de sa mère, la mise en scène du journal télévisé, etc. La réalité que veut construire Alex est un pastiche de quelque chose qui n'existe plus. On est donc pleinement dans l'*Ostalgie* – ou plutôt dans la description postmoderne de celle-ci.

¹⁰ <http://lewebpedagogique.com/amicallemand/category/deutsche-filme/>

On pourrait donc presque dire que *Good Bye Lenin* n'est pas tant un film ostalgique qu'un film sur l'*Ostalgie*. Ce qui changerait tout de même complètement la perspective. Essayons cette interprétation : camouflé par une intrigue fictive, *Good Bye Lenin* serait-il la mise en film de l'état d'âme des gens de l'Est, qui essaient de sauver une partie de leur passé pour sauver une vie (dont le symbole est celle de la mère d'Alex), voire une identité ? Ne pourrions-nous pas le voir comme un appel à laisser le temps à la partie orientale du peuple allemand de se faire à cette nouvelle situation ? Car on ne sait pas ce qui peut arriver si le choc est trop violent. Et ce que l'on sauve dans *Good Bye Lenin* ne sera pas seulement les produits de l'Est tels les fameux *Spreewaldgurken*, mais aussi une attitude et le sentiment d'avoir partagé quelque chose : un passé, des souvenirs, bref, une identité.

Par ailleurs, le film semble même se prononcer pour un travail de mémoire commun des deux côtés de l'ancien Rideau de fer : rappelons-nous qu'Alex réalise une grande partie de sa mise en scène grâce aux aides techniques et à l'engagement infailible de son copain technicien de l'Ouest – qui deviendra ainsi un véritable spécialiste du journal télévisé de la RDA. A la fin, tous deux auront appris une quantité de choses l'un sur l'autre, mais surtout, ils auront appris à travailler ensemble, et qui plus est, sur l'Histoire. Ne serait-ce pas l'idée d'une historiographie commune qui nous est suggérée ainsi sous couvert d'un simple récit d'amitié ? Le souvenir d'une autre scène de *Good Bye Lenin* nous encourage à appuyer encore plus cette idée : Alex, lorsqu'il revoit pour la première fois son père, fait également la connaissance des plus jeunes enfants de son père que celui-ci a eus avec sa nouvelle épouse. Ces enfants ayant toujours vécu à Berlin-Ouest regardent, tous comme les enfants de l'Est et Alex lui-même pendant son enfance, l'émission *Der Sandmann* (« Le marchand de sable ») avant de se coucher. Alex les rejoint et regarde avec eux. Lorsqu'ils font la remarque que le *Sandmann* était cette fois-ci un astronaute, Alex leur explique que là d'où il vient, on disait « cosmonaute ». Ce qui ne change rien au plaisir que ces trois « enfants » prennent ensemble à regarder la même émission.

Sur l'affiche du film, on pouvait lire : « *Geschichte wird gemacht* » (*On fait l'histoire*), ce qui est à entendre dans une double perspective. Il s'agit d'abord de l'intrigue du film qui se passe à un moment de l'histoire de l'Allemagne particulièrement riche en évolutions et en changements, un moment historique où le destin d'un pays se nouait. (C'est au moment précis du début de la fin de la RDA.) En même temps, le personnage principal Alex Kerner crée, manipule et réécrit l'histoire. Il construit, comme le dit la voix off du film « une RDA sortie d'un livre de conte de fées marxiste et fait renaître le rêve d'un socialisme au visage humain »¹¹. Une histoire truquée, car, le film mélange des éléments bien réalistes de la vie en RDA comme ceux que nous avons mentionnés ci-dessus, à des idées farfelues, telle la fuite des Allemands de l'Ouest vers l'Est. Le film, et Alex dans le cadre de son récit, utilisent des images documentaires pour mettre en scène une idée qui ne repose, certes, sur aucun fait réel. Mais ces images sous-entendent aussi que l'histoire aurait pu se passer autrement et laissent au spectateur le choix de trouver ces idées ridicules ou touchantes. Ces scènes touchent en effet au cœur du problème de l'*Ostalgie*, car elles font renaître un fait historique désormais révolu, mais très vivant dans le souvenir des Allemands et sous-entendent la possibilité d'une autre évolution des deux Allemagnes. Le film semble nous dire que s'identifier à un nouvel Etat en si peu de temps n'est pas si facile que l'on a voulu nous faire croire. Il faut du temps pour faire ses adieux et il faut sauver ce qui mérite d'être sauvé.

La fin du film semble nous donner raison : dans son dernier commentaire en voix off, Alex se dit convaincu que sa mère est morte heureuse, parce qu'elle n'a jamais appris la réalité. Or, le

¹¹ [...] eine DDR aus dem marxistischen Märchenbuch [und] [l]ässt den Traum vom Sozialismus mit menschlichem Antlitz noch einmal auferstehen.

spectateur, lui, sait que l'amie d'Alex avait mis Madame Kerner au courant. La perspective narrative change donc à la fin du film : le point de vue d'Alex, jusqu'ici identique à la perspective narrative, se révèle erroné. Le jeu autour de la vérité et du mensonge, entre le « ce que l'on veut croire » et « ce qui s'est réellement passé » atteint son apogée. La supercherie est claire pour tout le monde, sauf pour son créateur. Un film qui met en scène une structure narrative si complexe ne peut pas simplement être qualifié d'ostalgique, mais livre une réflexion qui va bien au-delà des simples apparences.

Conclusion

Man möchte die Dinge festhalten, bewahren, einmotten und weiß doch, dass die Musealisierung der Realität ein sinnloses Unterfangen ist. Gefühle lassen sich nicht archivieren. Ängste und Hoffnungen kann man nicht in die Glasvitrine legen. Die gegenständliche Hinterlassenschaft ist leblos¹². (Wolle, 1999, 14)

Nous avons vu que ce qui a été qualifié d'ostalgique ne l'est que sous un angle très précis – à tout le moins si on entend le terme « *Ostalgie* » comme légèrement connoté péjorativement. Les films *Sonnenallee* et *Good Bye Lenin* ont provoqué un vif débat autour de la perception du passé ; les émissions télé se sont appropriées ce débat pour servir les objectifs de la *Spaßgesellschaft* (la société de plaisir). Mais que faire, plus de vingt ans après la chute du Mur, de toutes ces bribes d'un passé dont une grande partie ne sert, actuellement, qu'à départager les Allemands entre les ostalgiques et ceux qui ne le sont pas (cf. sondage du Monde). Une identité est-allemande existe-elle ? Serait-il souhaitable qu'elle existe ? Et si oui, y a-t-il également une identité ouest-allemande ?

Evidemment, il est difficile d'apporter une réponse à ces questions. Mais nous pouvons proposer quelques pistes.

De nombreux chercheurs ont consacré leurs recherches aux différents aspects de la langue, de la vie quotidienne, de la vie scientifique, culturelle, sociale... est-allemands – des travaux que personne n'a entrepris pour la culture et l'histoire de l'Ouest de l'Allemagne. Les émissions de télévision mettant en scène la vie en RFA pendant les années soixante-dix n'existent pas, pas plus que des sites qui reprendraient les phénomènes culturels et commerciaux de la RFA des années cinquante. Pourquoi donc tout cela ne se fait-il pas ? Parce qu'il n'y a plus rien à apprendre à ce propos ? Les seize millions d'anciens citoyens de la RDA n'en savent que très peu de choses ! Il nous semble, dans l'optique d'une meilleure entente entre l'Ouest et l'Est, qu'il est absurde, voire dangereux de créer, *a posteriori*, une identité est-allemande sans prendre en compte son vis-à-vis.

Plutôt que de se focaliser sur la recherche d'éléments clivants, ne devrions-nous pas plutôt commencer à écrire une histoire allemande commune en nous penchant tant sur l'Est que sur l'Ouest, et ce dans le but de trouver des explications pour une meilleure coexistence à l'avenir ?

L'*Ostalgie* fut une étape importante et nécessaire pour les gens de l'Est car elle leur a permis de ne pas se perdre dans les bouleversements liés à la chute du Mur et de ne pas se retrouver sans identité aucune face aux Allemands de l'Ouest. Des films comme *Good Bye Lenin* ont le mérite d'avoir donné une voix à ce sentiment collectif de perte. Mais comme nous l'avons

¹² On aimerait retenir les choses, les conserver, les remiser et l'on sait cependant que la muséification de la réalité est une entreprise vaine. On ne peut archiver les sentiments. On ne peut placer sous une vitrine les peurs et les espérances. L'héritage matériel est sans vie.

montré, *Good Bye Lenin* a également montré ses dangers et a suggéré des issues. Il s'est efforcé de souligner les efforts nécessaires pour arriver à une entente approfondie – mais, il fut souvent mal compris. Lui reprocher une perspective ostalgique le rapproche à tort d'un faux débat autour d'une *Ostalgie* commercialisée et médiatisée qui a fait plus de mal que de bien à un véritable renouvellement du débat sur l'histoire des deux Allemagnes. Alors qu'en histoire, de plus en plus de chercheurs s'expriment pour la mise en place d'une historiographie commune et parlent, comme l'historien Christoph Klessmann, d'une « histoire parallèle asymétriquement entrelacée » (cité dans : Schildt, 2008, 111), il est grand temps de passer à une nouvelle étape vis-à-vis de l'attitude envers notre passé récent.

Bibliographie

Sites internet et œuvres cités dans l'article :

http://www.lemonde.fr/europe/article/2009/06/26/une-majorite-d-allemands-de-l-est-nostalgiques-de-l-ex-rda_1211769_3214.html (consulté le 18 mai 2012).

Extrait du programme (35 sec.) d'Uwe Steimle:
<http://www.youtube.com/watch?v=Iwbh02SUN4E&feature=related> (consulté le 1^{er} février 2012).

Ostprodukte-Versand: http://www.ostprodukte-versand.de/cnr-25_120/Filme-Spielfilme-Kultfilme.html (consulté le 27 avril 2012).

Ostalgie-Shop: http://ostalgie-shop.de/shop_content.php/coID/0/content/Uns--- (consulté le 27 avril 2012, le site n'est à présent plus accessible).

<http://www.kampflieder.de/deutsches-lied.php?id=376> (consulté le 18 mai 2012).

<http://lewebpedagogique.com/amicallemand/category/deutsche-filme/> (consulté le 18 mai 2012)

Max Lifestyle: <http://www.max.de/lifestyle/gesellschaft/ddr-woerterbuch/1163,1,,Von+Abhauen+bis+Cellophant%C3te.html> (consulté le 18 mai 2012)

Ulrich-Meyer im Stern : <http://www.stern.de/kultur/film/ddr-shows-tv-moderatoren-lassen-kritik-nicht-auf-sich-sitzen-511976.html> (consulté le 20 août 2012)

JAMESON, Frederic, *Postmoderne – zur Logik der Kultur im Spätkapitalismus*, dans Andreas Huyssen, Klaus R. Scherpe, dir., *Postmoderne. Zeichen eines kulturellen Wandels*, Reinbek, Rowohlt, 1986, 45-102.

SCHILDT, Axel, « Modernisation dans la Reconstruction », in : CAHN, Jean-Paul/ PFEIL, Ulrich (éd.) : *Allemagne 1945-1961. De la catastrophe à la construction du Mur*, (vol.1), Septentrion, 2008, 97-112.

WOLLE, Stefan, *Die heile Welt der Diktatur. Alltag und Herrschaft in der DDR 1971-1989*, Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung, Band 349 (1999), 14.

Littérature complémentaire :

BISKUPEK, Matthias, « Gibt es einen spezifischen Ost-Patriotismus », in : *Aus Politik und Zeitgeschichte*, Bundeszentrale für politische Bildung, 1-2.2007, 13-18.

ESCHKE, Hans-Günter, « Nostalgie – Ostalgie? Kritische Bemerkungen zu einer ideologischen Betrachtungsweise der Wirklichkeit », dans *Zeitschrift für freies Denken und humanistische Philosophie* 1/1997, en ligne: www.gkpn.de/ostalgie.htm (consulté le 20 août 2012).

FESTENBERG, Nikolaus von, « Sandmännchen rettet die DDR », dans *Der Spiegel* (6/2003), 120, en ligne: <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-26271002.html> (consulté le 20 août 2012).

- FRITZE, Lothar, *Die Gegenwart des Vergangenen. Über das Weiterleben der DDR nach ihrem Ende*, Weimar, Köln, Wien, Böhlau, 1997.
- GROSSBÖLTING, Thomas, « Die DDR im vereinten Deutschland », dans *Aus Politik und Zeitgeschichte* (25-26/2010), en ligne: http://www.bpb.de/themen/VSH73J,0,0,Die_DDR_im_vereinten_Deutschland.html.
- HARTUNG, Wolfdietrich, « Was die Kommunikation in der DDR prägte », dans : Reiher, Ruth et Baumann, Antje (éds.), *Vorwärts und nichts vergessen. Sprache in der DDR : was war, was ist, was bleibt*. Berlin, Aufbau-Verlag, 2004, 34-47.
- HAUßMANN, Leander, « Es kam dicke genug », dans : *Der Spiegel* (8.9.2003), 220/221, en ligne : <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-28530391.html> (consulté le 18 février 2011).
- LANGHE, Kathrin, « Postmoderne-Diskurs und 'Ostalgie' im Kino – Studie zu den Filmen SONNENALLEE und GOOD BYE, LENIN !, dans : *Online Journal für Kultur, Wissenschaft und Politik*. 13/2010, en ligne : http://www.kulturation.de/ki_1_thema.php?id=91 (consulté le 20 août 2012).
- LEO, Annette, « Keine gemeinsame Erinnerung. Geschichtsbewusstsein in Ost und West », dans, *Aus Politik und Zeitgeschichte* 40-41/2003, en ligne: http://www.bpb.de/themen/JH31QR,0,0,Keine_gemeinsame_Erinnerung.html (consulté le 2 septembre 2012).
- MÜHLBERG, Dietrich, « Beobachte Tendenzen zur Ausbildung einer ostdeutschen Teilkultur, » dans, *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 11/2001, en ligne: <http://www.bpb.de/apuz/26405/beobachtete-tendenzen-zur-ausbildung-einer-ostdeutschen-teilkultur?p=all> (consulté le 2 septembre 2012).
- OSANG, Alexander, « Ost-Boom: Zu Gast im Party-Staat – ein Streifzug durch die Kulissen der Ostalgie », dans, *Der Spiegel* (8.9.2003), 212-222, en ligne: <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-28530390.html> (consulté le 18 février 2011).
- RINKE, Andrea, *Sonnenallee – 'Ostalgie' as a Comical Conspiracy* (2006), en ligne: <http://www.gfl-journal.de/1-2006/rinke.html> (consulté le 2 septembre 2012).
- W I T Z E L, Holger, « Das Märchen von der Ostalgie. Die DDR-Welle im Fernsehen », dans : *Der Stern* (4.9.2003), 190-194, en ligne: <http://www.stern.de/kultur/film/ddr-shows-das-maerchen-von-der-ostalgie-512367.html> (consulté le 20 août 2012).

Notice biographique :

Christin Niemeyer est agrégée d'allemand et ATER au Département d'Etudes Germaniques de l'Université de Caen. Elle prépare actuellement sous la direction d'Ulrich Pfeil une thèse sur l'idéologie dans les films de contes de fées de la DEFA (1946-1990) à l'Université de Lorraine (Metz).