

Frank Illing

Kitsch, Kommerz und Kult

Soziologie des schlechten Geschmacks

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte
bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Frank Illing
Kitsch, Kommerz und Kult.
Soziologie des schlechten Geschmacks
Köln: Halem, 2018

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung
sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner
Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne
schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung
elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet,
vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2018 Herbert von Halem Verlag, Köln

Zuerst erschienen im UVK Verlag, Konstanz, 2006 (ISBN 978-3-89669-541-3)

ISBN 978-3-7445-1597-9

Einband: Susanne Weiß, Konstanz
Einbandfoto: © Corbis GmbH
Lektorat: Verena Artz, Bonn
Printed in Germany

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Schanzenstr. 22, 51063 Köln
Tel.: +49(0)221-92 58 29 0
E-Mail: info@halem-verlag.de
URL: <http://www.halem-verlag.de>

Inhalt

	Vorwort	7
I.	Einleitende Überlegungen zu einer Soziologie des (schlechten) Geschmacks	11
	1. Geschmack als soziologisches Problem	11
	2. Die soziale Dimension des Geschmacks	13
	3. Die ethische Dimension des Geschmacks	13
	4. Geschmack, Leidenschaft und Faszination	15
	5. Die Reichweite des Geschmacksurteils	17
	6. Geschmack und Individualisierung	18
	7. Chancen und Risiken des individualisierten Geschmacks	23
	8. Der Geschmack und die »Konsumentensouveränität«	24
	9. Geschmack und Lebensstil	26
	10. Die Ästhetisierung im Konsumkapitalismus	28
	11. Schlechter Geschmack als Indiz ästhetischer Dynamik und sozialer Konflikte	30
	12. Soziologie und Psychologie des Geschmacks	31
II.	Historische Voraussetzungen heutiger Geschmacksdiskurse	35
	1. Graciáns Geschmackslehre	36
	2. Der Geschmack in der »Querelle des Anciens et Modernes«	38
	3. Die deutsche Geschmacksdiskussion und die Entstehung der Ästhetik	39
	4. Der Geschmack in Kants <i>Kritik der Urteilkraft</i>	40
	5. Ästhetik jenseits des Wahren, Guten und Schönen: die Romantik	45
	6. Die Folgen der Wirkungsästhetik	52
	7. Die Ethik des Ästhetizismus	59
	8. Der Kampf des Bürgertums gegen die Massenkultur	63
	9. Fazit	71

III.	Soziologische Annäherungen an den (schlechten) Geschmack	77
1.	Die Soziologie ästhetischer Urteile – Das strukturalistische Konzept Jan Mukařovskýs	77
2.	Die Austreibung des Geschmacks – Die Kulturindustrie-These Theodor W. Adornos	101
3.	Lebensstile und die soziale Logik des Geschmacks – Pierre Bourdieus <i>Die feinen Unterschiede</i>	130
4.	Geschmack und Eigensinn – Die Subkultursoziologie der Cultural Studies	171
IV.	Stichworte des »schlechten Geschmacks«	203
1.	Das »Modische« und die Mode	203
2.	Kult-Kultur	209
3.	»Kommerziell«	216
4.	Kitsch	219
5.	Camp – Die Lüge, die die Wahrheit sagt	225
6.	Trash – Der gute schlechte Geschmack	230
	Literatur	233