

FIKTION UND FIKTIONALISIERUNG

Udo Göttlich / Clemens Albrecht /  
Winfried Gebhardt  
(Hrsg.)

Populäre Kultur  
als repräsentative Kultur

Die Herausforderung der Cultural Studies

Herbert von Halem Verlag

**Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek**

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

Udo Göttlich; Clemens Albrecht; Winfried Gebhardt (Hrsg.):  
*Populäre Kultur als repräsentative Kultur.*  
*Die Herausforderung der Cultural Studies*  
Köln : Halem, 2010  
(Fiktion und Fiktionalisierung ; Bd. VI)

Die Reihe *Fiktion und Fiktionalisierung* wird  
herausgegeben von Udo Göttlich, Gerd Hallenberger  
und Jörg-Uwe Nieland.

ISSN 1865-3332

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.

2., durchgesehene, erweiterte und aktualisierte Auflage

© 2010 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN 978-3-938258-56-9

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im  
Internet unter <http://www.halem-verlag.de>  
Email: [info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)

SATZ: Herbert von Halem Verlag  
DRUCK: Finidr s.r.o., Tschechische Republik  
GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf  
Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.  
Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

# Inhalt

UDO GÖTTLICH / CLEMENS ALBRECHT / WINFRIED GEBHARDT	7
Einleitung: Populäre Kultur als repräsentative Kultur. Zum Verhältnis von Cultural Studies und Kultursoziologie	
TEIL 1: DIE HERAUSFORDERUNG DER CULTURAL STUDIES	
CLEMENS ALBRECHT	18
Wie Kultur repräsentativ wird: Die Politik der Cultural Studies	
UDO GÖTTLICH	35
Wie repräsentativ kann Populäre Kultur sein? Die Bedeutung der Cultural Studies für die Populärkulturanalyse	
TEIL 2: THEORETISCHE UND METHODISCHE ASPEKTE DER POPULÄRKULTURANALYSE	
HANS-OTTO HÜGEL	54
Zugangsweisen zur Populären Kultur. Zu ihrer ästhetischen Begründung und zu ihrer Erforschung	
KASPAR MAASE	80
Jenseits der Massenkultur. Ein Vorschlag, Populäre Kultur als repräsentative Kultur zu lesen	
SIEGFRIED J. SCHMIDT	106
Es gibt keine Kultur – aber wir brauchen sie	
RAINER DIAZ-BONE	126
Diskursanalyse und Populärkultur	

TEIL 3: DIMENSIONEN DER POPULÄRKULTURANALYSE

WERNER KÖSTER	152
Medienmentalitäten und Medienevolution: Zentrale Argumentationsweisen zum Verhältnis von Massenmedien und Kultur	
PETER J. BRÄUNLEIN	172
Migration, Globalisierung und das <i>TV-Mahabharata</i> . Anregungen der Medien-Ethnologie für Religionswissenschaft und Cultural Studies	
GABRIELE KLEIN	192
Popkulturen als performative Kulturen. Zum Verhältnis von globaler Imageproduktion und lokaler Praxis	
IAIN CHAMBERS	213
Von der Populärkultur zum Erhabenen in der Moderne	
DOUGLAS KELLNER	222
Warenspektakel: McDonald's als globale Kultur	
RONALD HITZLER	246
Trivialhedonismus? Eine Gesellschaft auf dem Weg in die Spaßkultur	
FRANZ LIEBL	261
›Bricolo-Chic‹: Der Bastler als Schnittstelle von Marketing, Trendforschung und Cultural Studies	

WINFRIED GEBHARDT	290
Die Verszenung der Gesellschaft und die Eventisierung der Kultur. Kulturanalyse jenseits traditioneller Kulturwissenschaften und Cultural Studies	
MARCUS S. KLEINER	309
<i>Help the Aged!</i> Popmusik und Alter(n)	
LUTZ HIEBER / STEPHAN MOEBIUS	329
Die populäre Bilderwelt als repräsentative Kultur	
JÖRG-UWE NIELAND	352
Mind the gap! Popmusik und Politik(wissenschaft)	
Autorinnen und Autoren	370