

Inhalt

Vorwort	7
Einleitung: Strategische Anordnungen – Verdeckte Automatismen – Phantasmen des Begehrens. Eine gesellschaftstheoretisch angeleitete Lesart der Massenkultur	9
1. Das Phantasma der Masse. Von der bedrohlichen Materialität zum Medium sozialer Optimierung	31
›Masse‹ als Kampfbegriff. Kulturkritische Redeweisen	31
<i>Die ›rohe Masse‹ als formbare Materie:</i>	
<i>Automat und gelehriger Körper</i>	34
<i>Die Massenseele (Le Bon)</i>	38
<i>Masse als Kulturfaktor (Freud)</i>	40
›Masse und Macht‹: <i>Masse als ein Körper (Canetti)</i>	42
Entsubjektivierung der Masse	45
<i>Masse als ästhetisches Ornament und künstliche Anordnung (Kracauer)</i>	45
<i>Technische Apparaturen und Anordnungen (Benjamin)</i>	48
Masse als Struktur und Funktionsbegriff	52
<i>Normalisierung I: Die Internalisierung der Masse und der »außen-geleitete Mensch« (Riesman et al.)</i>	52
<i>Normalisierung II: Alle gleich, jeder anders. Masse als Medium normalisierender Optimierung</i>	59

2. Das Phantasma der Massenkultur –	
Chiffre einer diskursiven Ökonomie	65
Verführerische Zerstreuung	65
<i>Massenkultur als Chiffre einer diskursiven Ökonomie</i>	67
»Immer mehr Gesellschaft«: Der historische Ort der Massenkultur	85
<i>Gesellschaft als produktive Größe</i>	89
<i>Massenkultur – Einschreibung pauperisierter Schichten in die Gesellschaft</i>	90
<i>Kulturgefährdung durch technisch-zivilisatorischen Fortschritt</i>	91
<i>Die anwachsende Kraft der Gesellschaft im individualistischen Zeitalter</i>	97
<i>Exkurs: Der Einschluss des Menschen in den »Bann der Gesellschaft«</i>	100
Zur Dynamik und Praxis der Massenkultur oder: Wie man aus Bildern Welten macht	105
<i>Performativität, Ereignis-Individualität und Präsenz</i>	112
3. Das Phantasmatische der Massenkultur:	
Mehr-Begehren	119
Ökonomie des Begehrens	119
Die »Spiegelprothese« – Gründungsmatrix des Subjekts (Lacan)	125
Spie(ge)l des Begehrens	130
Der Kreislauf des Begehrens und seine phantasmatische Struktur	135
Massenkultur als Spiegel- und Projektionsfläche des Begehrens	140
<i>Verräumlichung des Begehrens in der Warenästhetik</i>	140
<i>Regulierung und Normalisierung des Mehr-Begehrens</i>	146
Schluss: Zur Immanenz der Massenkultur oder: Es gibt kein Außen	151
Literatur	159