

Inhalt

Vorbemerkung und Danksagung	9
------------------------------------	---

A. EINLEITUNG

Prolog

1. Das Wissen im Läuferherzen oder Die Kompetenz der Straße – erste Leitperspektiven	11
2. Jenseits des Binären – Zu Untersuchungsarchitektur, Schreibweisen und Quellengebrauch	19

Basisannahmen

1. Raum und Transformation	27
2. Bricolage der mentalen Orientierungsmuster der Moderne: Aufklärung, Romantik, Normalismus	33
3. Transformation als Crossover und Verschiebung (Latour)	42
4. Die Frage nach dem kulturwissenschaftlichen Kompetenzprofil	59
5. Exemplarische kulturelle Felder	66

B. TRANSFORMATIONSPROZESSE UND IHRE KULTURELLE BEARBEITUNG

›Formationsstrategien‹

I. Taktiken des Eigensinns

1. Angebot – Aneignung – Cultural Hacking	67
2. Werbung und Cultural Hacking: Vom wilden Gebrauch zur (Re-)Produktion	87
3. Kollektiv: Intimität mit den Dingen	99
4. Kohärenzidentität – Patchworkidentität – Identitätsarbeit/Kollektiv	114

CASE STUDY I:

Aneignungstaktiken in Zimmerwelten	129
------------------------------------	-----

II. Formationsstrategien individualisierten Gemeinsinns

1. Intérieur – Straße – Schwelle 148
2. Individuum – Serie/Wiederholung – Masse 159
3. Zielgruppe – Bedürfnisformation – cultural hacking (continued)
›Beyond John Malkovich‹ oder: Warum ins Hirn der Masse kriechen?
(zusammen mit Franz Liebl/Oliver Schieleit/André Suhr) 181
4. Gedächtnis: kommunikativ – kulturell – sozial-kollektiv 188

CASE STUDY II:

Seriengedächtnis und Aneignungsstile 205

III. Terrainbildungen des Gemeinsinns

1. Avantgarde – Popular Culture: Dekontextualisierung und Re-Entry 230
2. Popular Culture – Common Culture 251
3. Lesarten des Städtischen als Fabrikation des Populären:
Urbanität zwischen Raum und Kommunikation 266

CASE STUDY III:

Partizipation und Gemeinsinn im Städtischen Raum:
Beispiel Lärm- und Kommunikationsmanagement EXPO2000 289

›Modi der Unterscheidung, Repräsentation und Verortung‹

IV. Mentalitätsmodi

1. normalistisch romantisch 306
2. kalt/cool – warm/hot 349
3. tief – oberflächlich 369

CASE STUDY IV:

Neupositionierung von Ikea unter den Bedingungen von
Mentalitätswandel, demografischer Entwicklung und shrinking cities 380

V. Repräsentations- und Verortungsmodi

1. konkret – unscharf – konkret & ungefähr 389
2. bildhaft inszeniert 398
3. authentisch erster Ordnung – künstlich
– authentisch zweiter Ordnung 441
4. alt/archaisierend – neu/modern – used/barbarisch 469
5. beschleunigt – entschleunigt 490

CASE STUDY V: Inszenierte Authentizität

in der Gastronomie, Wohnkultur und Werbung 504

C. KULTURWISSENSCHAFTLICHE (AUS-)BILDUNGSSTRATEGIEN IM HORIZONT VON TRANSFORMATION UND CROSSOVER

I. Zwischenfazit	517
II. Theorie – Praxis: Crossover-Strategien kulturwissenschaftlicher Anwendungskompetenz / Wissenserwerb durch Kompetenzerprobung	
Überwindung eines dualistischen Verständnisses von Theorie und Praxis	524
Praxis und ihre Logik	527
Wissenstransfer durch Verschieben, Übersetzen, Neukontextualisieren und Ermöglichen	532
Kompetenzerwerb durch Erprobung – Reflexion und ausbildungsbezogene Evaluation	535
III. Angewandte Kulturwissenschaft zwischen informell-performativem Lernen und formalisierter Bildung	
Die Dimension des Informellen	536
Die Dimension des Performativen	542
Performative Kompetenz in didaktischem und curricularem Horizont	555
Die Dimension des Rhizomatischen	574
Die Dimension des Episodischen und des Gleichzeitigen: Lernen am Exemplarischen	583
Aspekte der Formalisierung	593
IV. Angewandte Kulturwissenschaft als <i>dirty work</i>	598
Literatur	601
Abbildungen	651
Ausführliches Inhaltsverzeichnis	655

