

# Inhalt

<b>Vorbemerkung und Danksagung</b>	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**

<b>I. Zwischenfazit</b>	517
<b>II. Theorie – Praxis: Crossover-Strategien kulturwissenschaftlicher Anwendungskompetenz / Wissenserwerb durch Kompetenzerprobung</b>	
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
<b>III. Angewandte Kulturwissenschaft zwischen informell-performativem Lernen und formalisierter Bildung</b>	
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
<b>IV. Angewandte Kulturwissenschaft als <i>dirty work</i></b>	598
Literatur	601
Abbildungen	651
<b>Ausführliches Inhaltsverzeichnis</b>	655