

Christian Huck · Carsten Zorn (Hrsg.)

Das Populäre der Gesellschaft

Christian Huck  
Carsten Zorn (Hrsg.)

# Das Populäre der Gesellschaft

Systemtheorie und Populärkultur



**VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN**

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

1. Auflage 2007

Alle Rechte vorbehalten

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2007

Lektorat: Frank Engelhardt

Der VS Verlag für Sozialwissenschaften ist ein Unternehmen von Springer Science+Business Media.  
[www.vs-verlag.de](http://www.vs-verlag.de)



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg

Umschlagfoto: Ausschnitt aus Olga Lewicka, #3 ("must-have"). Öl und Silikon auf Leinwand.

Aus der Installation (aus 103 weißen Schriftbildern) "Showdown", 2005.

Druck und buchbinderische Verarbeitung: Krips b.v., Meppel

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in the Netherlands

ISBN 978-3-531-14975-2

# Inhalt

Das Populäre der Gesellschaft. Zur Einleitung <i>Christian Huck, Carsten Zorn</i> .....	7
<b>I. Kultur und Medien des Populären</b> .....	43
Der Geschmack der Gesellschaft. Die Massenmedien als Apriori des Populären <i>Rudolf Helmstetter</i> .....	44
Die Simpsons der Gesellschaft. Selbstbeschreibungen moderner Gesellschaft und die Populärkultur <i>Carsten Zorn</i> .....	73
Das Populäre ist nirgendwo. Massenkultur, Wunscherfüllung und ästhetische Reflexion in Michel Houellebecqs <i>Plateforme</i> <i>Steffen Schneider</i> .....	97
Populäre Reaktionen auf den 11. September 2001 <i>Christoph Reinfandt</i> .....	117
<b>II. Das Individuum des Populären</b> .....	143
FASHION NOW! Populäre englische Romane des 18. Jahrhunderts <i>Christian Huck</i> .....	144
Du bist Deutschland und die Popularität des Stars. Muster für Inklusion und Individualisierung <i>Jens Ruchatz</i> .....	168
Plotting üben in der Popkultur. Bildschirmspiele als Sozialisationsangebot für das moderne Bewusstsein <i>Jens Kiefer</i> .....	195

<b>III. Das Populäre und die Funktionssysteme</b> .....	217
Die Gewalt des Populären. Irritationen des Kunstsystems im Diskurs über Mediengewalt	
<i>Nicolas Pethes</i> .....	218
Etiketten aufkleben	
<i>Rembert Hüser</i> .....	239
<b>IV. Pop</b> .....	261
Luhmann als 'Pop'. Zum 'ästhetischen System' Rainald Goetz	
<i>Martin Jörg Schäfer</i> .....	262
'Die wollen ja nur spielen' – Pop als transversales Programm	
<i>Sven Opitz, Felix Bayer</i> .....	284
<b>V. Kommentare</b> .....	305
Bestimmungen des Populären	
<i>Urs Stäheli</i> .....	306
Allein mit der Gesellschaft. Was kommuniziert Pop-Musik?	
<i>Diedrich Diederichsen</i> .....	322
Hinweise zu den Autoren .....	335
REGISTER.....	337