

Inhaltsverzeichnis

A Grundlagen: Kultur und Semiotik	15
1 Kultur	15
1.1 Begriffsverwendungen	15
1.2 Begriffsgeschichte und Entwicklung der Kulturwissenschaften	17
1.2.1 Naturbeherrschung und Selbstreflexion	17
1.2.2 Kulturkritik	20
1.3 Kulturkritische Gesellschaftsanalyse	22
1.3.1 Kapitalismus- und Konsumkritik	30
1.3.2 Ethnologische Blicke	32
1.3.3 (De)Konstruktionen und postkoloniale Transformationen	35
1.4 Kultur als Programm	39
2 Kultursemiotik	42
2.1 Gesellschaftliche Wirklichkeit als symbolisches Universum	43
2.1.1 Wahrnehmen, Deuten und Darstellen	44
2.1.2 Bezeichnen und Identifizieren – Ordnen und Bewerten	47
2.1.3 Erinnern und Vergessen	50
2.2 Semiologische und semiotische Analyseinstrumente	52
2.2.1 Signifikationssysteme und Bedeutungsbildung	52
2.2.2 Die Semiosphäre als Leitkonzept	54
2.3 Arbeitsbereiche und Ziele der Kultursemiotik	56
3 Grundlagen der semiotischen Kulturanalyse: Konzepte und Ordnungseinheiten	58
3.1 Raum und Zeit als kulturelle Konzepte der (Lebens)Gestaltung	59
3.1.1 (Lebens)Zeit: Wahrnehmungen und Bestimmungen	60
3.1.2 (Lebens)Raum: Aus- und Einräumen – Entwalden	62
3.1.3 Die Mühsal der Sesshaftigkeit: Arbeit an der Natur	64
3.1.4 Arbeitsteilung, Überschuss, Wachstum: die Geburt der Stadt	65
3.1.5 Biblischer Fluch oder göttliche Berufung?	66
3.1.6 Protestantisches Arbeitsethos, Maschinen und Kapitalismus	68
3.1.7 Geld als symbolische Form: Triebfeder und Medium des Kulturmenschen	70
3.1.8 Wie eine Gesellschaft tickt	76

3.2	Technik und Fortschritt – Fortschrittsglauben und Fortschrittsfolgen	80
3.2.1	Warnende Stimmen und Nachhaltigkeit	84
3.2.2	Beschleunigung vs. Präsenzerfahrung	88
3.2.3	Gedankenexperimente: Zeitdiebe und Zeitreisen	90
3.3	Stadt: Verkörperung und Sinnbild kulturellen Fortschritts	93
3.3.1	Semiotisches Gebilde und Gedächtnis	94
3.3.2	Kommunikations- und Handlungsraum: Visionen und Rebellionen	96
3.3.3	Topos und Motiv der (Selbst)Reflexion	98
3.3.4	Städte der Zukunft – Zukunft der (Welt)gesellschaft	101
3.4	Familie als Sozialisierungsstruktur und Arbeitsgemeinschaft	103
3.4.1	Die ‚Heilige Familie‘ als Modell	104
3.4.2	Familie als Reproduktionseinheit des Staates: Herd und Patriarchat	105
3.4.3	Aufbegehrende Söhne und Töchter	108
3.4.4	Sexualität und ‚wahre Liebe‘	110
3.4.5	Auflösung der Mahlgemeinschaft	113
3.4.6	Die evangelikale Familie als Gegenmodell zur postmodernen Gesellschaft	114
3.5	Wertsetzungen, Kategorien und Dichotomien	115
3.5.1	Die versteckten Kategorien von Müll und Abfall	115
3.5.2	Identität und Alterität	118
3.5.3	Identität und Körper	120
3.5.4	Konstruktivität und Programmatik	122
3.6	Stereotype & co	123
3.6.1	Stereotypenbildung und Identität	125
3.6.2	Nationale Stereotypen	127
3.6.3	Feindbilder	129
3.6.4	Geschlechter	130
3.6.5	Popkulturelle Auflösung der Geschlechter	133
3.6.6	Madonna und Christus in der Popmusik	134
3.6.7	Bitch und Maria – Boss und Weichei	136
3.6.8	Wie kann Schubladendenken vermieden werden?	140
4	Der Körper, seine Optimierung und Überwindung	141
4.1	Wahrnehmung, Medien und Technologien	141
4.2	Die Sinnesorgane und ihre techn(olog)ische Aufrüstung	145
4.2.1	Synästhesie	147
4.2.2	Hierarchie und moralische Bewertung der Sinne	150
4.2.3	Von der Wahrnehmung zur Vorstellung: Geburt der Medialität	151

4.3	Favorisierung des Sehsinns	154
4.3.1	Ohr und Auge – Text und Lektüre	155
4.3.2	Bibliophagie und Lesesucht	157
4.3.3	Immobilität und Virtualität	159
4.4	Symbolische, soziokulturelle und politisch ökonomische Kontexte des Essens und Schmeckens	163
4.4.1	Schmecken und Wissen – carnivore und vegetarische Gesellschaften	164
4.4.2	Süße und Sünde – Handel und Süchte	167
4.4.3	Kaffee gegen Bier – ideologische Kontexte	169
4.4.4	Vom Vielfraß zur Urteilskraft des Gourmets	171
4.4.5	Normierung des Leibesumfangs: Fettleibigkeit und Magersucht	172
4.4.6	Entmung und Entmündigung	175
4.4.7	Esswaren: Ästhetik und Nährwert	176
4.4.8	Western Diet: Konsequenzen und Gegenbewegungen	177
4.5	Technologien und künstliche Intelligenz	180
4.6	Rückbesinnungen und Körperkult	184
4.7	Kulturelle Logiken: Entmaterialisierung, Optimierung, Substitution	186
B	Symbolische Formen – Werkzeuge der Wirklichkeitsgestaltung	187
1	(Sprach)Zeichen: Weltbezug und Aussagekraft	188
1.1	Sprachloses Denken und Wahrheit der Wörter	189
1.2	Vom Gottesgeschenk zum Herrschaftsinstrument	192
1.3	Die Verknüpfung von Zeichen und Idee	198
1.4	Wirklichkeit als ‚sprachbasierte Fiktion‘ und Zeichen als ‚Organe des Denkens‘	199
1.5	Zeichen als ‚lebendige Wesen‘, ‚embryonale Wirklichkeiten‘ und Werkzeuge der (Um)Deutung	201
1.6	Zeichentypen und Erzeugungsmodi	207
1.7	Zeichen als Brücke zwischen Vor- und Darstellen, Deuten und Handeln	211
2	Macht der Metapher	212
2.1	Begriff und allgemeine Definition	213
2.2	Einblicke in die Bewertung und Erforschung der Metapher	214
2.2.1	‚Glauben erwecken‘ und ‚Erkennen‘	215
2.2.2	‚Irrlichter‘ oder ‚Geistesblitze‘	217
2.2.3	Funktionelles Prinzip der Kultur, Vehikel und Filter	218
2.2.4	Bildfeldgemeinschaften, Weltverständnis und Kollektivsymbolik	221

2.2.5	Buch der Natur und Genetik	223
2.2.6	Konzepte, Image Schemata und Frames	226
2.3	Die Körpermetaphorik	230
2.3.1	Eine Welt der Ähnlichkeiten	231
2.3.2	Der Körper als Vergleichsmodell	232
2.3.3	Die Behältermetapher	234
2.3.4	„Einschneidende“ Blicke	235
2.3.5	Leichenobduktion und Textzergliederung	238
2.3.6	Neue Denkfiguren: Blutkreislauf, Maschine und Netzwerk	239
2.3.7	Die anthropomorphe Stadt	241
2.4	Zirkulation und Maschine – Wechselseitige Übergänge	244
2.4.1	Der Mensch als Motor, die Fabrik als Körper und der vernetzte Cyborg	246
2.4.2	Sexualität und (Samen)Überfluss	250
2.4.3	Von der erotischen Initiation zur Lustmaschine	251
2.4.4	Onanie und Ökonomie	254
2.4.5	Enthaltsamkeit und Tränenfluss	255
2.4.6	Selbstbeglückung als Revolte	257
2.4.7	Träume und Alpträume	258
2.5	Staat-Körper-Metaphorik	261
2.5.1	Ein-/Zwietracht der Organe	262
2.5.2	Hierarchische (Um)Ordnungen	263
2.5.3	Blutkreislauf und Enthierarchisierungen	264
2.5.4	Verkörperung und Inszenierung des königlichen Körpers	266
2.5.5	Die Enthauptung des Staatskörpers	267
2.5.6	Die Gesundheit des Volkskörpers	270
2.5.7	Strenge und fürsorgliche (Staats)Väter	272
3	Mythen, Bilder und Geschichten	274
3.1	Definition und Auslegungstraditionen	275
3.2	Mythos und Logos, Archetypen und Held*innen	277
3.3	Das Mythische als alternative Weltanschauung und Lebensweise	279
3.4	Der Mythos als Logik des Konkreten	282
3.5	Der ideologische Kern des Mythos	284
3.6	Werbung, Semiotik und Neurowissenschaften	287
3.6.1	„Heils“versprechen, synaptische Verschaltung und Autopilot	289
3.6.2	Vom Gebrauchswert zum Erlebniskonsum	292
3.6.3	Bildmagie und narrative Strategien	295
3.6.4	Perriers durstige Heldinnen	297

3.6.5	Käufliche Kultiviertheit und Bilderrätsel	300
3.6.6	Lavazza und die (Lebens)Kunst des Genießens	304
3.6.7	TIM und die Ironie der technischen Reproduzierbarkeit	307
3.6.8	Die grüne Welt des Autofahrens	308
3.6.9	Mythen: Schatztruhe des Marketings	310
3.6.10	Authentizität: kulturelles Kapital der Influencer*innen	311
C	Reprogramming culture	315
1	Theoriedesign revisited	315
1.1	Semiosphäre, Programmatik und Semiose	316
1.2	Kulturschutt und Recycling	317
1.3	Offene Horizonte: Potentiale und Gefahren peripherer Dynamiken	318
1.4	Ambivalenzen des Metamediums Internet	321
2	Analysen	324
2.1.1	Dynamiken der Geschichtsvermittlung: Histotainment und Historyhacking	324
2.1.2	Wertsetzungen und Tradition	328
2.1.3	Gladiatoren-Recycling in der Erlebnisgesellschaft	330
2.1.4	Narrative Strategien, Realitätseffekte und History- Hacking	333
2.1.5	Semiosphärische Schlussfolgerungen	334
2.2	Eigensinn – kreativer Widerstand im urbanen Zwischenraum ...	336
2.2.1	Irritation der Semiose und Dynamisierung semiosphärischer Strukturen	337
2.2.2	Manipulation am Zeichenträger	339
2.2.3	Operationen am städtischen Mobiliar	341
2.2.4	Agierende Körper im Raum	343
2.2.5	Situativ erzeugte Irritationen	345
2.2.6	Zeichenhafter Widerstand und soziokultureller Wandel?	345
2.3	Lebens(spiel)räume	347
2.3.1	„Tötende Reime“ und „mentale Einbrecher“	349
2.3.2	Sakrale Selbstermächtigung und Rapokalypsen	351
2.3.3	I-Story- und History(re)telling	353
2.3.4	Kollektive (R)Evolutionen	359
2.3.5	Selbstermächtigung durch Bewegung	363
2.3.6	Leibsein und kinästhetische Erfahrung	365

2.3.7	Autotelisches Erleben und Körperwissen	366
2.4	Wirklichkeiten und Wahrheiten – Social Media und Weltverlust	368
2.4.1	Konstruktion ‚alternativer Wirklichkeiten‘	371
2.4.2	World Faking: <i>PI News</i> und <i>Kla.TV</i>	375
2.4.3	World Faking und semiosphärische Turbulenzen	382