
Inhaltsverzeichnis

„Kulturindustrie“	1
Annäherungen an einen populären Begriff	
<i>Martin Niederauer und Gerhard Schweppenhäuser</i>	
Die Macht des Banalen	29
Zur Analyse der Kulturindustrie	
<i>Stefan Müller-Doohm</i>	
Kulturindustrie und moralische Regression	51
<i>Hermann Schweppenhäuser</i>	
Adornos <i>Minima Moralia</i>	63
Über Leidenschaft, Psychoanalyse und das postemotionale Dilemma	
<i>Shierry Weber Nicholsen</i>	
Adornos Theorie der Kulturindustrie	87
Eine kritische Bewertung in Zeiten kapitalistischer Globalisierung	
<i>Konstantinos Rantis</i>	
Über die Regression sinnlicher Wahrnehmung	105
Die Theorie der Kulturindustrie als negative Ästhetik	
<i>Per Jepsen</i>	
Die Flaschenpost, der Tod und das Bilderverbot	123
Zum Mediendenken der Utopie in Adornos Kritischer Theorie	
<i>Andreas Sudmann</i>	

Der kritisierte Kritiker	137
Adorno und die populäre Musik	
<i>Max Paddison</i>	
Kulturindustrie im 19. Jahrhundert oder: deutsche, englische und französische Romantik	159
<i>Christine Resch</i>	
Was nicht glattgeht	179
Überlegungen zur Position der Kritik (in) der Kulturindustrie anhand der ideologischen Widersprüche der <i>Harry-Potter</i> -Romane und der Darstellung von Geschlecht in Slash Fiction	
<i>Melanie Babenhauserheide</i>	
Videospiele im Spannungsfeld von Kunst und Kulturindustrie	201
<i>Daniel Martin Feige</i>	
Über den Umgang mit semiotischer Überproduktion	221
Möglichkeiten des <i>framings</i> durch Beschreibung und Widerstand	
<i>Fabio Akcelrud Durão</i>	
Geistige Produktion auf beschränkten Märkten	239
Die Intellektuellen der Kulturindustrie	
<i>Susanne Martin und Tilman Reitz</i>	
Unterhaltung, Werbung, Propaganda	259
Elemente einer Kritischen Theorie der Medien	
<i>Heinz Steinert</i>	
Autorinnen und Autoren	279

„Kulturindustrie“: Theoretische und empirische
Annäherungen an einen populären Begriff
Hochschule f. angewandte Wissenschaften, M.;
Schweppenhäuser, G. (Hrsg.)
2018, VI, 284 S., Softcover
ISBN: 978-3-658-15758-6