

# Inhalt

„Gefällt mir!“ Empirische Kulturforschung im Feld ästhetischer Praktiken und Märkte: Eine Einleitung <i>Kaspar Maase, Christoph Bareither, Brigitte Frizzoni und Mirjam Nast</i>	7
<b>Geschmack und Vergnügen: Konzeptionelle Annäherungen</b>	
„You got good taste“. Geschmack in der kulturwissenschaftlichen Forschung über Popmusik – Positionen und offene Fragen <i>Moritz Ege und Christian Elster</i>	18
Vergnügen als Doing Emotion – Beispiel YouTube <i>Christoph Bareither</i>	36
Geschmack und Qualität. Probleme der Wertung populärer Kultur in Alltag und Wissenschaft <i>Kaspar Maase</i>	50
<b>Aufführungen und Inszenierungen: Urbane Kulturprozesse</b>	
Geschmacksproduktion in der kommunalen Kulturarbeit. Fallbeispiele aus dem Münchner ‚Speckgürtel‘ <i>Sebastian Gießl</i>	68
„Wer das allgegenwärtige Dönersandwich über hat“. Arabische Imbissgastronomie und neubürgerliche Distinktion in Berlins Gentrifizierung <i>Miriam Stock</i>	85
Trachtenumzug, Skulpturenboulevard oder B-750 Parade? Aushandlungsprozesse um die politische Repräsentation und ästhetische Gestaltung der 750-Jahr-Feier in West-Berlin <i>Cornelia Kühn</i>	99
Politik oder Party? Der CSD in Berlin zwischen 1979 und 1993 <i>Dominik Kleinen</i>	114

## **Kunst und Werbung: Mediendiskurse**

- Luxuskonsum als Probierhandeln. Einladungen zur  
Kontemplation in der Core Values-Kampagne von Louis Vuitton  
*Hans-Otto Hügel* 130
- „Das Leben kann so stöhn sein“.  
Der Geschmacksdiskurs zum Bestseller Shades of Grey  
*Brigitte Frizzoni* 152
- Verhandlungen in Geschmackssachen. Wertzuschreibungsprozesse  
unter Kreativen und Produzierenden der Krimireihe Tatort  
*Christine Hämmerling* 165
- Die Farbe Rosa  
*Ingrid Tomkowiak* 177
- Autorinnen und Autoren 193